

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO  
COORDENADORIA GERAL DE ESPECIALIZAÇÃO,  
APERFEIÇOAMENTO E EXTENSÃO – COGEAE**

**MBA EM MARKETING**

**As estratégias adotadas pelo e-commerce que facilitam o  
autoatendimento e que possibilitam um valor agregado ao  
cliente no processo de pré-vendas.**

**LUCAS NICODEMO TOJO**

**São Paulo – SP**

**2017**

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO  
COORDENADORIA GERAL DE ESPECIALIZAÇÃO,  
APERFEIÇOAMENTO E EXTENSÃO – COGEAE**

**LUCAS NICODEMO TOJO**

**As estratégias adotadas pelo e-commerce que facilitam o autoatendimento e que possibilitam um valor agregado ao cliente no processo de pré-vendas.**

**Monografia apresentada ao Curso de MBA em Marketing, da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - COGEAE, como pré-requisito para a obtenção do título de Especialista em Marketing, orientada pelo Professor Dr. Luiz Claudio Zenone**

**São Paulo – SP**

**2017**

AVALIAÇÃO DO ORIENTADOR: \_\_\_\_\_ (      ).

ASSINATURA DO ORIENTADOR: \_\_\_\_\_.

ASSINATURA DO COORDENADOR: \_\_\_\_\_.

Dedicado a minha família, noiva, amigos, colegas e professores do curso de MBA em Marketing da PUC-SP que me apoiaram nesses 2 anos de curso.

“Comece fazendo o que é necessário, depois o que é possível, e de repente você estará fazendo o impossível”. (São Francisco de Assis)

## RESUMO

O presente projeto de monografia será apresentado com o foco principal em analisar e compreender a importância do atendimento ao cliente como um fator decisivo no processo de compra no varejo online, tendo como objetivo analisar os principais pontos e fatores que podem ser considerados como barreiras e facilitadores em casos de centrais que possuam uma ferramenta de auto serviço, fazendo assim com que os gestores analisem a possibilidade de se modernizarem incluindo mais esta ferramenta que eventualmente ainda não utilizam e o quão estratégico a central de atendimento pode se tornar para aumentar a conversão de vendas. O tema em questão foi adotado e será discutido, pois, sempre tive contato direto com esta área, e em conversas diretas com gestores atuantes no mercado foi notado o descaso e ineficiência no atendimento ao cliente. O atendimento deve ser um dos principais departamentos de qualquer empresa por se tratar da “porta de entrada” e principal meio de comunicação com o cliente final, sendo assim, será utilizado como meio de estudos bibliográficos de grandes estudiosos referencias neste segmento, além de pesquisas sendo elas exploratórias e de campo. Podendo citar alguns referenciais teóricos, o estudo sobre a bibliografia do Profº Mestre e Doutor Alexandre Luzzi Las Casas, além do mundialmente conhecido Michael Porter, tendo assim como principais resultados esperados a confirmação de que o atendimento ao cliente muito mais do que somente um departamento ou um centro de custos, deve ser encarado pelos gestores como uma área estratégica e de negócios, além de encontrar a satisfação dos clientes entrevistados por terem sempre um canal aberto de comunicação com diversas empresas e o principal, através deles dar voz ao cliente.

(Palavras-chave: *Atendimento ao cliente*, *Atendimento como diferencial no varejo online*, *Auto atendimento para o cliente*).

## ABSTRACT

The present monograph project will be presented with the main focus on analyzing and understanding the importance of customer service as a deciding factor in the online retail buying process, with the objective of analyzing the main points and factors that can be considered as barriers and facilitators in cases of power plants that have a self-service tool, thus causing managers to analyze the possibility of modernizing, including this tool that they do not yet use And how strategic the call center can become to increase sales conversion. The topic in question was adopted and will be discussed, since I have always had direct contact with this area, and in direct conversations with managers in the market it was noticed the neglect and inefficiency in customer service. The service should be one of the main departments of any company because it is the "gateway" and main means of communication with the end customer, and thus, will be used as a medium of bibliographical studies of great scholars references in this segment, In addition to research being exploratory and field. It is possible to cite some theoretical references, the study on the bibliography of Prof. Master and Doctor Alexandre Luzzi Las Casas, in addition to the world-renowned Michael Porter, thus having as main results expected the confirmation that the customer service much more than just a department or A cost center, should be considered by the managers as a strategic and business area, in addition to finding the satisfaction of the clients interviewed for always having an open channel of communication with several companies and the main one, through them giving voice to the client.

(Keywords: Customer service, Customer service as differential in online retail, Self service for the customer).

## **LISTA DE TABELAS:**

TABELA 1 – ITENS DE COMPARAÇÃO	51
TABELA 2 – ITENS DE COMPARAÇÃO COM PREÇO	52

## **LISTA DE FIGURAS:**

FIGURA 1 - REPRESENTATIVIDADE DO OMNI CHANNEL	19
FIGURA 2 - CENTRAIS MOBILE	21
FIGURA 3 - PROCESSO DE FEEDBACKS E INDICAÇÕES	36
FIGURA 4 - PROCESSO DE RECONHECIMENTO DAS NECESSIDADES	39
FIGURA 5 - COCA-COLA.	43
FIGURA 6 - COCA-COLA AZUL.	44
FIGURA 7 - RECONHECIMENTO DE NECESSIDADE.	46
FIGURA 8 - O PROCESSO DO RECONHECIMENTO DE NECESSIDADE.	47
FIGURA 9 - COMPRA POR IMPULSO.	48

<b>1- INTRODUÇÃO</b>	<b>11</b>
1.1 TEMA	11
1.2 PROBLEMA	12
1.3 JUSTIFICATIVA	13
1.4- OBJETIVOS	13
1.4.1. - OBJETIVOS SECUNDÁRIOS.	14
1.5 HIPÓTESES	14
1.6 METODOLOGIA	14
<b>2 – A IMPORTÂNCIA DO BOM ATENDIMENTO</b>	<b>16</b>
2.1 – O ATENDIMENTO OMNI CHANNEL	16
2.2 – ATENDIMENTO POR CENTRAIS MOBILE	25
2.3 - ATENDIMENTO INTELIGENTE – O AUTO SERVIÇO AUXILIANDO AS CENTRAIS	30
<b>3 - ATENDIMENTO GERANDO DIFERENCIAÇÃO</b>	<b>32</b>
<b>4 - PRÉ-VENDAS NO E-COMMERCE</b>	<b>39</b>
4.1 – IDENTIFICAÇÃO DO PÚBLICO ALVO/TARGET	40
4.2 – PERCEPÇÃO DO CLIENTE SOBRE A EMPRESA E SUA REPUTAÇÃO	42
4.3 - MOTIVOS PELOS QUAIS OS CLIENTES NÃO COMPRARIAM NO E-COMMERCE	44
<b>5 – O PROCESSO DE ESCOLHA DO CONSUMIDOR</b>	<b>45</b>
5.1 - FATORES QUE MOLDAM A TOMADA DE DECISÃO	47
5.1.1 - DIFERENÇAS INDIVIDUAIS	47
5.1.1.1 - RECURSOS DO CONSUMIDOR	47
5.1.1.2 - CONHECIMENTO	48
5.1.1.3 - ATITUDES	48
5.1.1.4 - MOTIVAÇÃO	48
5.1.1.5 - PERSONALIDADE, VALORES E ESTILO DE VIDA	49
5.1.2 - INFLUÊNCIAS AMBIENTAIS	50
5.1.2.1 - CULTURA	50
5.1.2.2 - CLASSE SOCIAL	52
5.1.2.3 - INFLUÊNCIA PESSOAL	52
5.1.2.4 - FAMÍLIA	52
5.1.2.5 - SITUAÇÃO	53
5.2 – RECONHECIMENTO DAS NECESSIDADES	54
5.3 – CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO	57

<b>6 - CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>60</b>
<b>7 - CONCLUSÃO</b>	<b>63</b>
<b>8 - REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>64</b>
<b>ANEXO A - TERMO DE USO DE IMAGEM</b>	<b>66</b>
<b>ANEXO B - QUESTIONÁRIO: ATENDIMENTO PRÉ-COMPRA NO VAREJO ONLINE</b>	<b>67</b>

## 1- INTRODUÇÃO

Em um mercado competitivo, onde pessoas e empresas possuem uma grande gama de oportunidades de adquirirem produtos à um “click” de distância, como grandes empresas conseguem se destacar e se tornarem referência no processo decisório de compra e escolha dos consumidores? Como agradar seu cliente e/ou consumidor sem perder margem em negociações “canibalistas”? Este assunto vem se tornando frequente em gestores, diretores e empresários, e o que é discutido pelo mercado é o bom atendimento, assim como confirmado pela pesquisa realizada pelo Site “E-commerce News”, estudos revelam que 2/3 dos clientes trocam de fornecedor ou marca por terem experiências negativas de atendimento, pesquisa realizada em 17 países incluindo o Brasil.

Este fato ilustra e demonstra o quão importante é para a empresa ter um atendimento de pré-vendas qualificado, onde os colaboradores estão engajados para ouvir e sugerir sempre as melhores opções para os clientes, afinal, hoje estamos cada vez mais perdendo o senso crítico da “audição” nos negócios, onde, o cliente tem a demanda, mas as empresas entregam somente aquilo que à elas cabe como “fácil de ser feito”. São estes e outros pontos que fazem com que, uma empresa que preze por um bom “ouvinte” torne a experiência de compra mais assertiva e um pós-venda que fará o acompanhamento gerando assim a satisfação completa para aquele cliente ou consumidor.

Como citado por especialistas “No entanto, muitas empresas ainda não conseguem realizar um bom atendimento, pois, não aprenderam a ouvir o mercado”. (LAS CASAS (Organizador), 2011, p. 53)

Quantos consumidores não tiveram uma insatisfação pelo simples fato de não conseguirem ser ouvidos pela empresa contratada? Ou seja, não basta ter o recurso ou meio de comunicação entre empresa e consumidor, é necessário que os canais e as pessoas estejam preparados para atender o mercado de forma eficiente.

Podemos entender que temos produtos e serviços cada dia mais igualitários, onde, a diferenciação e a escolha realizada pelo cliente no pré-vendas vem sendo tomada através da influência do atendimento ao cliente, que por sua vez é executado na grande maioria das vezes no simples fato de terem pessoas dispostas à “ouvir” o seu cliente ao invés de apenas “falar”.

Abordaremos neste trabalho o quão importante para as empresas de varejo eletrônico terem e manterem seus clientes mais próximos e bem atendidos, e o quão efetivo e significativo para os clientes são estas mesmas organizações disponibilizarem canais de comunicação, tendo reflexos diretos na escolha do fornecedor, sem contar a possibilidade de aplicações de preços mais elevados, caso seja comprovado que o atendimento gera um valor percebido para aquele consumidor.

## **1.1 TEMA**

O tema se baseia em uma necessidade do mercado, que passa por problemas de estrutura para a realização da prestação de serviço de atendimento ao cliente, onde diariamente pessoas encaram dificuldades com centrais menos uniformes e “indiferentes” para ajudar o cliente, dificuldades essas que fazem com que o cliente mude rapidamente de loja online, o que não é bom para o cliente, que não possui uma loja de sua “preferencia” e para o e-commerce, que não consegue manter seu cliente, bem como suas vendas.

## **1.2 PROBLEMA**

O comércio online vem tendo um constante crescimento em seus últimos anos, e o que é reparado por diversos usuários desse novo segmento é que os produtos e preços muitas vezes atendem a necessidade, porém quando há um problema ou dificuldade que faça com que o cliente se mobilize a entrar em contato com centrais de atendimento, departamentos de SAC (serviço de atendimento ao cliente) e outros meios de comunicação entre cliente e empresa, a retórica gira em torno de estresse e dificuldades de entendimento.

Por tanto é preciso analisar e tentar elucidar quais são os melhores meios para uma organização conseguir atender o seu cliente, sem de maneira exagerada causar impacto na usabilidade e conveniência do e-commerce.

Aprofundaremos em modelos de autosserviço como uma importante ferramenta no processo de decisão de compra, além de outros fatores que possam influenciar o cliente neste mesmo processo.

### **1.3 JUSTIFICATIVA**

As motivações pessoais e mercadológicas são a de explorar e mostrar para os gestores atuantes no mercado a importância de um bom atendimento, onde com um mercado de varejo online cada vez mais competitivo qualquer nova manobra para deixar sua marca mais evidente e consolidada se torna um fator extremamente importante para o consumidor em seu momento de compra.

Venho desempenhando atualmente no mercado de trabalho uma função de consultor para esses gestores de *contact centers* de grandes marcas e me deparo muitas vezes com o “descaso” de muitos em não investirem neste que deve ser considerado um novo e o mais importante departamento, o departamento de “relacionamento com o cliente”.

Por diversas vezes acabo esbarrando na burocratização de muitas empresas com relação a crise, ou a falta de investimento entre outros pontos levantados, porém, fica aqui uma pergunta, quanto vale para manter um cliente X quanto vale para trazer um novo? Segundo Kotler (2009) atrair um novo consumidor pode custar cinco vezes mais do que agradar um consumidor leal, sendo assim, a retenção de um cliente é muito mais benéfica e positiva para sua empresa.

As motivações para a academia são a de reeducarem os gestores atuantes no mercado, além de criarem conteúdos bibliográficos mais aprofundados sobre o tema e até mesmo desenvolverem cursos específicos para o aprimoramento do assunto, uma vez que, na atualidade este tópico vem se tornando cada vez mais iminente dentre as grandes empresas.

## **1.4- OBJETIVOS**

O objetivo dos estudos da monografia são os de mostrar como utilizar o modelo de autoatendimento, bem como centrais de atendimento como importantes ferramentas de pré-vendas no processo de escolha de uma loja online.

### **1.4.1. - OBJETIVOS SECUNDÁRIOS:**

Analisar a participação do autoatendimento no processo de pré-vendas no varejo online.

Diagnosticar o envolvimento de outros canais de atendimento no processo de compra no varejo online.

Analisar a influência do serviço de autoatendimento ao cliente no varejo online.

## **1.5 HIPÓTESES**

O atendimento será considerado um dos principais fatores no processo decisório de escolha da loja online pelo cliente.

O atendimento incentiva o cliente a comprar novamente com a empresa em casos de experiências anteriores positivas.

Diversos clientes optam por se auto atender, quando este canal é oferecido.

## **1.6 METODOLOGIA**

Para o desenvolvimento do texto de monografia será usada, em sua grande maioria, a exploração e o estudo bibliográfico de alguns autores que são essenciais para a matéria como: Agnaldo Lima, Alexandre Luzzi Las Casas, James Engel, Luiz Claudio Zenone, Michael Porter, Pepper and Rogers, Philip Kotler, entre outros. Sendo assim as fontes serão primárias em sua essência, mas não deixando de ter dados secundários.

Será utilizado também como material de apoio entrevistas diretas com Gestores atuantes na área de atendimento ao cliente, além da elaboração de uma pesquisa qualitativa tendo como origem pesquisar a opinião, tal como

entender as atitudes e preferencias dos clientes na tomada de decisão do processo de compra no varejo online.

## 2 – A IMPORTÂNCIA DO ATENDIMENTO

Conforme já abordado anteriormente vemos um mercado cada vez mais competitivo e igualitário, onde empresas se digladiam no grande campo de batalha chamado “necessidade”, e esta necessidade na grande maioria das vezes gerada pelo cliente, vem sendo explorada e bem executada, porém, com o aumento tecnológico e da informação, é muito difícil “segurarmos segredos” por muito tempo, o que torna então a competitividade ainda mais acirrada, e o cliente ainda mais informado e exigente.

Este mesmo cliente hoje mais consultivo e disponível para novos testes e novas opiniões também gosta de se expor e de se relacionar com suas marcas prediletas, seja simplesmente para sugerir algo, ou participar da criação de novos produtos, ou até mesmo, para reclamar de algo que não deu certo antes, durante, ou após sua compra, temos então o que denominei como “cliente colaborativo”, aquele que ainda acredita de certa maneira que aquela marca pode arrumar aquela situação, ou simplesmente justificar o ocorrido, pois, a facilidade da troca hoje de fato está ‘a um click de distância.

Antigamente as empresas investiam no atendimento ao cliente se limitando apenas no atendimento presencial, ou por telefone, sendo a corporação sempre passiva nesta relação, ou seja, o cliente a procuraria caso fosse do interesse do mesmo, mas com o passar do tempo e as necessidades em ampliar os lucros, os gestores começaram a notar a possibilidade de fazer daquele meio de comunicação algo para atrair ainda mais clientes e ampliar ainda mais sua rede de relacionamento, dando origem assim ao *telemarketing* ou centrais ativas de vendas, que nada mais é do que o serviço de atendimento ao cliente, porém, agora atuando conjuntamente com a área de Marketing e Vendas da organização. “Construa uma rede de relacionamento efetiva com os principais públicos interessados e os lucros serão uma consequência” (KOTLER; KELLER, 2006, p.16).

Em pouco tempo o mercado já olhava o *telemarketing* e observava mais oportunidades para esta área, extrapolando os serviços já de sua característica principal que são o atendimento e agora os chamados ativos para maior alcance, além de campanhas massivas. É gerado então a necessidade de se

relacionar com o cliente, entender quem é aquele que visita a loja, ou que liga, ou até mesmo, que interage com a empresa via canais *web*, como e-mail ou *webchat*, segundo Peppers e Rogers (2001) o serviço de atendimento começa a ganhar contornos mais aprofundados, gerando assim a possibilidade de se relacionar com seus clientes, seja no atendimento direto e indireto, venda, serviço de pós-venda, ou simplesmente em campanhas de Marketing. Contudo, para que estas ações sejam praticadas e efetivas, a corporação muitas vezes deve passar por diversas readequações internas sobre seus processos internos e estrutura organizacional, pois, este modelo exige que mais do que somente a área de *call center* seja a centralizadora da informação e o *front end* de contato com o cliente, este fluxo será alterado para que a empresa descentralize e inicie um trabalho em uma estrutura horizontal, onde, o cliente passa a ter contato com outras áreas internas para conseguir solucionar suas demandas e problemas, podendo citar como exemplo, um cliente que recentemente fez sua compra em um *e-commerce*, onde, este mesmo cliente pedirá à empresa pelo qual vendeu este produto informações sobre status de entrega deste produto, que por sua vez, receberá esta demanda pelo *call center* e logo encaminhará para sua área “resolvedora”, que neste caso específico será logística, que detém desta informação. Este processo exige consequentemente mais engajamento e treinamento interno das demais áreas com relação ao atendimento ao cliente.

Novamente com o passar do tempo temos uma necessidade apontado pelo consumidor, onde agora o cliente passa a exigir ainda mais meios de comunicação com a empresa, saindo dos meios mais tradicionais como telefone, *chat* e e-mail e abrindo assim novas frentes de comunicação, e consequentemente exigindo maior desenvolvimento das centrais de atendimento, tendo assim, a evolução do *call center* para o *contact center*, ou SAC (serviço de atendimento ao cliente), está nova área por sua vez agrupará os canais já utilizados e citados acima com novas ferramentas que foram desenvolvidos, ou reutilizados para a finalidade de atendimento ao cliente, podendo citar a criação da URA (unidade de resposta audível), que servirá como um atendimento nível 1 durante o já utilizado atendimento telefônico, este tipo de serviço é muito útil, pois, trabalha diretamente o nível de retenção de cliente, além de claro, gerar um ganho operacional e de receita maior, uma vez

que, o cliente se auto atenderá, deixando assim os operadores disponíveis para atender a outras demandas e evitando filas. Outro canal que podemos citar é o CTI (*computer and telephony integration*), permitindo a integração completa entre telefone e computador, no qual, fará com que a operação utilize plataformas em nuvem, e conseqüentemente o sistema de VoIP (voz sobre IP), que representa a possibilidade de receber ou realizar chamadas telefônicas via link de internet. Este dispositivo tem como finalidade o aumento de contatos telefônicos realizado pela operação, além da redução de custo, uma vez que, este modelo não exigirá muitas ou quase nenhuma instalação de *softwares* e *hardwares* para a execução do serviço.

Segundo Zenone (2010):

Do ponto de vista conceitual, o *call center* atual envolve três elementos básicos. O primeiro dele é *hardware*, com as ferramentas que nos fornece, tais como PABX, banco de dados, telecomunicação. Em segundo lugar vem o *software*, ou seja, um conjunto de programas que ajuda a empresa a alcançar as soluções mais eficientes. Por último, mas não menos importante, os profissionais ligados a esta área, onde as pessoas voltam a ter sentido estratégico, significando os talentos humanos, a cultura do usuário e a competência operacional (ZENONE, 2010. p 80)

Contudo, o *contact center* discutido neste tópico vem nos mostrar que a evolução também nos traz um novo elemento fundamental para este novo consumidor do varejo online, que é a integração das mídias sócias, aplicações *mobile* e ferramentas de autoatendimento como novos canais de interações e atendimento, e o fato de as centrais de *contact centers* serem consideradas agora como centrais de atendimento *Omni Channel*<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Manter a competitividade e reter clientes significa proporcionar uma experiência sensorial de compra perfeita, através de todos os pontos de contato: web, loja, *mobile*, social, call center, representantes e equipe. O conceito de *Omni Channel* traz uma perspectiva mais evoluída do multicanal/ cross canal.

## 2.1 – O ATENDIMENTO *OMNI CHANNEL*

Diversas empresas na atualidade tendem a relutar sobre o atendimento *Omni Channel*, ou desacreditam que este novo modelo irá de fato vigorar no meio dos clientes, contudo, atualmente é cada vez mais comum os consumidores quererem se comunicar com empresas via diversos canais, inclusive por redes sociais, como por exemplo Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, Google Plus, e tantas outras redes, entramos então em uma nova era, onde o cliente quem decide quando, como e onde falar com a empresa prestadora do serviço. Diversas portas estão sendo abertas ao mercado que agora deverá se preocupar com tantas opções de canais de atendimento, além dos já atuantes anteriormente, como por exemplo, telefone, *chat*, e-mail, URA (unidade de resposta audível), CTI (*computer and telephony integration*), VoIP (voz sobre IP), DAC (direcionamento automático de chamadas).

O conceito prático de mercado sobre o *Omni Channel* nada mais é, o simples fato de o cliente conseguir transitar entre todos os canais de atendimento, sem que haja “barreiras”, sendo elas, físicas (atendimento presencial), de canais (o *contact center* não obtém informações sobre todos os canais integradamente, não mantendo assim salvo o histórico de atendimento do cliente), além de “barreiras” de protocolo (o cliente, em todo contato receberá um novo protocolo, pois a empresa quem o atende não consiga segmentar se este atendimento é oriundo de um outro já aberto, ou não). Todos estes exemplos se materializam na hora do atendimento, e o cliente, hoje com o total poder de decisão exigirá ser reconhecido como único.

Veremos abaixo a opinião de Albert Deweik, CEO de uma empresa prestadora de serviço sobre atendimento ao cliente, com mais de 15 anos de experiência e como ele lida com esta nova realidade.

Para facilitar o entendimento do leitor será usado a letra “P” nas falas realizados pelo pesquisador, e “E” representando as respostas do entrevistado:

P – Vamos lá então Albert? Vemos constantemente que o consumidor se moderniza e conseqüentemente pede mudanças para as empresas, e na parte

de atendimento não seria diferente. Comente um pouco sobre a evolução do *contact center*, ao qual hoje é conhecido como *Omni Channel*:

E – Vamos lá, antigamente as empresas que faziam o atendimento ao cliente e basicamente disponibilizavam um canal de carta para os clientes se comunicarem, isso, eu estou falando de muito tempo atrás, isso evoluiu e com a entrada da telefonia ficou cada vez mais acessível a comunicação, logo os atendimentos por cartas migraram para sua grande maioria para atendimentos por telefone, até que próximo dos anos 2000 começaram a surgir os canais digitais, com pouca força ainda, estou falando de e-mail e um pouco de chat, porém já começaram a surgir estes canais, e conforme a internet foi crescendo no Brasil, o número de usuário acompanhou o crescimento e estes canais ficaram cada vez mais fortes, principalmente com o crescimento do e-commerce a partir de 2005, então hoje podemos acompanhar que boa parte dos atendimentos, em boa parte das empresas já é feito através de canais digitais, o problema é que as empresas não se estruturaram direito para esta mudança, então começou-se a ter células de atendimento por telefone e células de atendimento em canais digitais, sendo elas separadas, com gestões diferentes e com sistemas diferentes que geralmente não se comunicavam, e isso gerou uma falha de comunicação, pois o cliente é o mesmo que acessa a empresa, mas o cliente falava com canais e pessoas diferentes e por consequência recebia instruções diferentes, porém neste mesmo tempo surgiram também as redes sociais e as operações de atendimento acabavam tendo três células, sendo elas uma para telefone, outra para canais digitais, sendo estes chat e e-mail e outra para as redes sociais, que por diversas vezes ficava abaixo da estrutura de marketing, e com isso as corporações começaram a notar que as informações passadas pelos diferentes canais eram discrepantes, gerando confusão no atendimento e conseqüentemente com o cliente, pois os canais não se comunicavam e o cliente por diversas vezes era trocado de setor o tempo inteiro, ou até mesmo de canal, sem o consentimento do mesmo. E então começaram a surgir as ferramentas multicanais, ou seja, ferramentas que permitiam que as empresas tivessem vários canais de atendimento dentro de uma única estrutura, mesclando-se assim os três tipos de canais de atendimento, sendo eles a parte de voz, o digital e as mídias

sociais, que resolveu o problema por um tempo determinado, sendo este problema principalmente a questão da unificação do histórico e canais. Este movimento foi iniciado em meados de 2011/2012, perdurando-se até os dias de hoje, porém no ano passado começou-se a surgir muito forte a tendência do *Omni Channel*, sendo este não só para o atendimento mas ampliando-se para uma experiência mais agradável do cliente, como por exemplo, você comprar no e-commerce e retirar na loja física, ou comprar na loja e poder receber em casa, tendo várias interações do *Omni Channel* para compras que começaram a funcionar muito bem e o atendimento acabou sendo incorporado neste novo modelo também, percebendo-se que o ideal é que não houvessem “barreiras” para mudanças de canais de atendimento, então o cliente hoje consegue em uma central *Omni Channel* começar o atendimento por voz e terminar este atendimento por e-mail, por exemplo, ou o inverso, sendo o atendimento iniciado por e-mail e finalizado por voz, ou então iniciar um atendimento por chat e terminar pelo Facebook, não tendo o cliente mais limites de canais, ou seja, o cliente não é obrigado a manter o mesmo protocolo no mesmo canal até sua finalização, podendo-se migrar no meio de uma interação, dando-se assim muita facilidade para o cliente, pois o mesmo quem decide hoje por qual canal quer ser atendido e principalmente em qual momento quer ser atendido, e antigamente esse era um processo moroso que por muitas vezes dependia da ação do cliente, mas agora não depende mais, tendo a empresa a amabilidade de o fazer com uma ferramenta adequada.

P – É legal que você citou um aspecto que seria a minha próxima pergunta, que é a seguinte: como você enxerga o *Omni Channel* dentro de uma corporação? E como uma empresa que não possui este sistema de atendimento *Omni Channel* deveria se portar, ou como você enxerga que estas mesmas empresas estão em comparação com os concorrentes que eventualmente já aderiram à esta tendência do *Omni Channel*?

E – O problema maior é que hoje as empresas não “mandam” mais em nada, pois quem “manda” é o consumidor, e a partir do momento que este mesmo consumidor demanda um atendimento *Omni Channel*, ou ao menos ser atendido de uma forma mais moderna, a empresa que não se adaptar, não

está mais atingindo este público, pois o cliente não comprará se não for atendido da forma pela qual ele julgue como a ideal, ou seja, as empresas que hoje já não correspondem com as necessidades dos consumidores, que talvez não seja ainda a necessidade do *Omni Channel*, pois ainda estamos falando de uma tendência do que está iniciando agora e tende a ampliar em pouco tempo, mas falando francamente, o consumidor ainda não exige que a empresa seja de fato *Omni Channel*, ele exige sim que a empresa esteja em todos os canais que ele deseja ser atendido, então por exemplo, não adianta uma empresa que presta serviço de telefonia celular e só oferecer o canal de voz para atendimento, pois o cliente não deve querer somente isso, por mais que seja de forma gratuita o cliente geralmente optaria ser atendido de forma online, sendo este auto atendido ou então falando através do canal de chat, gerando assim uma tendência. Voltando à sua pergunta, a empresa que hoje não está adaptada ao novo consumidor nos canais que ele quer ser atendido, está empresa praticamente não está mais no mercado, ou está de uma forma muito tímida e tem saído cada vez mais, pois a nova geração tem exigido cada vez mais este modelo de multicanais, então o mesmo deverá acontecer com as empresas que em um futuro próximo não se adaptarem a realidade do *Omni Channel*, para vendas ou atendimento, se a empresa não se aprimorar e o consumidor exigir, dificilmente esta corporação ficará ativa no mercado, então o que eu enxergo para estas empresas é que elas tem a necessidade de se adaptar e de se modernizar o mais rápido possível, pois eu defendo muito forte que o consumidor é quem “manda no relacionamento” já faz um tempo e está “mandando” cada vez mais e de forma mais intensa, e a empresa que não estiver fornecendo para o cliente a melhor experiência de atendimento, está empresa tenderá a falência, podendo citar um exemplo, quando você quer comprar alguma coisa online, você entra no site do Buscapé para fazer comparações de preço, agora te pergunto, você vai comprar daquela empresa que tem o preço mais barato?

P – Não necessariamente...

E- Você irá comprar da que obtiver o melhor serviço agregado, não estou falando que preço não é importante, pois sei que é, mas você com certeza

aceitaria pagar um pouco a mais para ter um serviço melhor, mas você não vai aceitar pagar a menos, para uma empresa que você não conhece, ou que você teve uma má experiência com a entrega de um produto ou com um mal atendimento.

P – Exato! Ou também de uma empresa que tenha por exemplo uma baixa reputação...

E – Com certeza você não iria comprar, pois é o que digo, se a empresa hoje não está adaptada à necessidade do cliente, esta mesma empresa deve estar fora do mercado, e se você não estiver adaptado também lá na frente quando a necessidade for ter um atendimento *Omni Channel*, pode ter certeza que esta empresa também estará fadada ao declínio.

P – Entendido! Então só para finalizar você poderia explicar melhor esta relação entre bom atendimento e mais conversão de vendas, se tratando do e-commerce? Isso hoje na sua visão como Gestor, é uma realidade? Ou seja, vende-se mais quem atende melhor? Queria que você comentasse um pouco:

E – Principalmente no e-commerce sim, mais até do que no caso de lojas físicas, pois hoje o consumidor que compra online tende-se a ser o mais conectado, até por razões óbvias, então este consumidor ele não somente quer ser bem atendido, como também busca referências, procurando em sites de reclamação onde este cliente entra e consegue rapidamente procurar como está a reputação das empresas, e geralmente a reputação ali mencionada não é sobre o produto, mesmo que este apresente falhas, mas em sua grande maioria, a reputação é medida pelo serviço prestado, sendo este o serviço o de entrega ou o de atendimento, por exemplo, e este tipo de análise são as principais para determinarem como está a reputação desta loja online perante o mercado, logo, com um pior atendimento, conseqüentemente você terá uma pior reputação e claro, menos vendas, e quanto melhor a sua reputação, mais vendas, até para enfatizar melhor, citando o site do Reclame Aqui, a estatística oficial do próprio site é que 93% das pessoas que acessam este site, entram para pesquisar e os outros 7% entram para de fato realizarem quaisquer tipo

de reclamação, logo, a grande maioria está pesquisando e se tratando de e-commerce o cliente está conectado e consegue saber de fato qual empresa atende bem ou não, aprofundando no exemplo, o cliente consegue sair do site Reclame Aqui e acessar a página da loja online e fazer testes, para ver qual loja de fato está atendendo ou não, qual loja online possui a operação melhor treinada, etc. E o consumidor percebe isso e é obvio que quanto menos atendimento, menos vendas e um bom atendimento é de fato responsável por uma boa parte da conversão de vendas no e-commerce.

P – Legal! Albert, muito obrigado pelo seu tempo e sua disponibilidade.

Figura 1: Representatividade do *Omni Channel*

### 3. Omni-Channel é tudo sobre a Experiência do Consumidor

O consumidor já enxerga a marca como a **união das iniciativas físicas e virtuais**, sejam elas através de Ecommerce, Mobile Commerce, ou através dos relacionamentos que acontecem nas redes sociais ou centrais de atendimento.

**SCHUTZ**

**eNext®**

6

Fonte: Google

## 2.2 – ATENDIMENTO POR CENTRAIS MOBILE

Conforme já descrito no tópico acima, as centrais de atendimento e *contacts centers* estão se revolucionando e se desdobrando cada dia mais para tentarem entender e atender os mais diversos canais e meios de comunicação que um cliente inicia seu atendimento e seu relacionamento, e dando vazão a esta colocação, não poderíamos deixar de lado como novos canais de atendimento as centrais *mobile* dentro de aplicativos, como por exemplo, uma grande marca de sapatos de luxo disponibiliza dentro de seu aplicativo uma página exclusiva para a central de atendimento, onde o cliente pode acessar no horário que lhe for mais agradável e ser atendido de maneira rápida e eficiente. Vale ressaltar que as centrais *mobile* geralmente demandam uma operação que atenda 24 horas por 7 dias da semana, pois, o cliente que possui a praticidade de ter o meio de comunicação no celular o acessará mais vezes e exigirá um pronto atendimento quando acionado.

Por este motivo que diversas empresas ainda analisam a possibilidade de entrarem para este mundo *mobile*, pois, muito mais do que somente ter uma central 24x7 (24 horas por 7 dias da semana), esta corporação também precisa capacitar seus funcionários e deixá-los apto para este novo canal e meio de comunicação.

Abaixo uma nova entrevista com o CEO Albert Deweik, e quais são as perspectivas deste Gestor com relação a mais este canal “aberto” pelos clientes.

Para facilitar o entendimento do leitor será usado a letra “P” nas falas realizados pelo pesquisador, e “E” representando as respostas do entrevistado:

P – Vamos lá então Albert? Falando um pouco sobre centrais *mobile* como que hoje você enxerga, que esta nova demanda que vem sendo originada pelos consumidores, principalmente pelos consumidores que gostam de acessar diversos canais para serem atendidos; como hoje você considera que está demanda vem sendo originada dentro de aplicações *mobile*, e mais, como que as empresas hoje devem se comportar para atender está nova demanda crescente no mundo de atendimento, principalmente no E-commerce?

E – Bom, o futuro do atendimento sem dúvida nenhuma é através do *mobile*, na verdade não só o futuro do atendimento, como o futuro da navegação, o futuro das compras, e o *mobile* representa cada vez mais um número maior de navegação, ainda não de vendas online, até porque a experiência do cliente é bastante prejudicada quando falamos sobre *layouts* responsivos<sup>2</sup>, pois os aplicativos não são desenvolvidos especialmente para isso, ainda não é uma experiência boa, pois não é fácil comprar pelo celular, algumas coisas são mais fáceis, como a compra de alimentos pelo *mobile*, porém, comprar uma geladeira pelo celular é um pouco mais complicado, porém, o número de navegação em aparelhos *mobile* nos grandes sites de varejo representam quase 50%, e o número de venda está em torno de 15% (dados levantadas pela empresa NeoAssist), isso mostra que houve um crescimento muito rápido, pois em torno de 5 anos o número de vendas online era praticamente zero através de *mobile* e hoje já está em 15%, então isso mostra uma tendência. Se a navegação será no celular, no tablete, ninguém sabe ainda qual aparelho irá predominar, mas será através de aplicações móveis.

P – Isso me gera uma nova indagação que eu já ia levantar um novo ponto sobre este assunto. Você acredita que em breve o *mobile* superará o desktop? Imagino que a resposta desta pergunta pelo que já foi informado por você anteriormente será positiva, mas qual o grau de importância que hoje as corporações devem dar para este novo canal?

E – A partir do momento que você já tem uma navegação no mínimo parecida entre *mobile* e desktop, você já deve ter uma navegação adaptada para este canal, e uma navegação e um atendimento, então, por exemplo, da mesma forma que a experiência de vendas e compras online é ruim no *mobile* a experiência de atendimento também é muito ruim, se você entra em qualquer site para ser atendido online, a maioria é muito ruim, a central de atendimento é mal desenhada, os canais não são claros, tem muitos que não possuem canais de atendimento, então o cliente muitas vezes está navegando, e por ventura ele terá que sair da navegação e pegar um outro aparelho para conseguir ligar

---

<sup>2</sup> *Layout* responsivo: Site ou layout responsivo, ou também conhecido como site flexível é quando o site automaticamente se encaixa no dispositivo do usuário (PC, celular, tablet, etc).

para a empresa, ou entrar em contato por chat, aliás umas das coisas mais absurdas que vejo é que existem vários sites de e-commerce hoje que não disponibilizam canais de atendimento online no *mobile*, disponibilizando somente o telefone, então imagina a experiência do usuário que está navegando para comprar algo e você precisa fazer um contato com a central para tirar alguma dúvida, porém, você terá que usar o seu telefone celular para fazer o contato, logo, o cliente ficará com o aparelho na orelha para falar e conseqüentemente precisa ficar olhando para a tela para conseguir tirar aquela dúvida, ou seja, as empresas estão fazendo muito mal ainda, porém o grau de importância deve ser o máximo para este canal, quando falamos de experiência do cliente em atendimento, estamos falando de experiência em qualquer canal, pois se a experiência é boa na navegação *web* ela deverá ser boa também nos aplicativos e *layouts* responsivos, e não vem sendo boa.

P – Então para finalizar, gostaria que você comentasse um pouco sobre as novas tendências que você enxerga como Gestor atuante voltado para a parte de atendimento ao cliente, e que você acredita também que em breve se tornarão novas oportunidades tanto de modernização para as empresas, quanto também novas demandas que os consumidores originarão.

E – Eu acho que a maior tendência é o atendimento automatizado que é algo que venho monitorando à muito tempo e tem ganhado cada vez mais força com novas tecnologias, mas é o que vai ganhar ainda mais destaque, até por redução de custo, agilidade no atendimento, padronização de respostas, enfim, diversas características consideradas importantes, porém, acredito que uma grande tendência é ter um atendimento personalizado e também voltado a parte do *Omni Channel*, claro que o auto atendimento hoje já adere grande parte do atendimento no varejo online, mas sempre haverá o cliente que não se auto atenderá por diversos motivos, tais como, preferencias, reclamações, e inclusive o auto atendimento não é recomendável para este tipo de contato feito pelo consumidor, mas vejo que o aspecto de integração entre o serviço de atendimento e os sistemas internos das empresas, sendo excluído o modelo antigo de ter uma célula somente de atendimento, e iniciando um novo, onde as centrais hoje devem estar integradas com todos os departamentos da

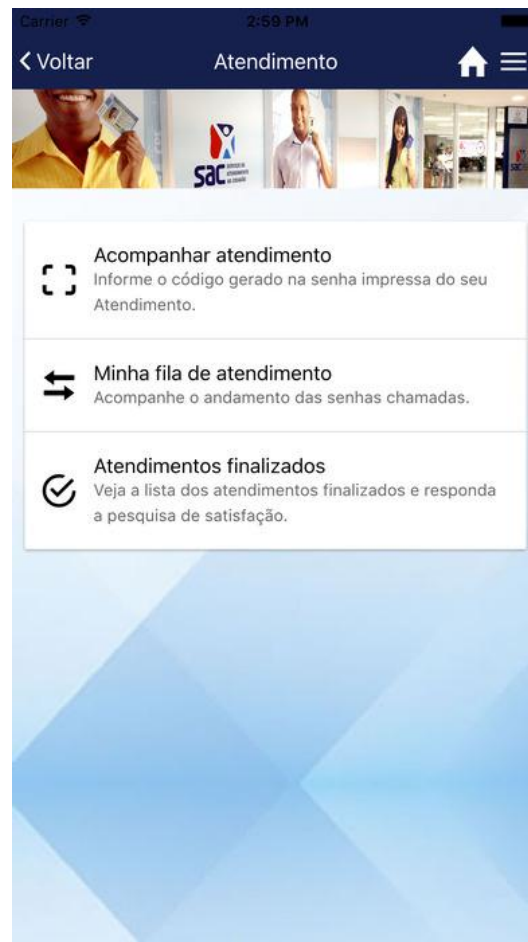
empresa, seja através de uma ferramenta de comunicação interna ou fluxos internos, deixando para o operador a opção de operar o sistema de atendimento integrado com outros sistemas, tendo disponível a informação real do cliente e atendendo da melhor forma possível. A grande tendência quando falamos, não de solução, porém de característica de mercado, é que as empresas que vão ganhar o jogo daqui para frente são as que vão fornecer a melhor experiência de atendimento para o seu cliente, e, a empresa só consegue fornecer a melhor experiência de atendimento ao cliente tendo duas características principais, que são os operadores mais capacitados e treinados e boas tecnologias, pois a tecnologia deve ser aliada da operação para fornecer informações e inteligência. Então, quando eu falo de tendência, a mesma é a corporação ter uma plataforma robusta de atendimento, extremamente integrada com os sistemas internos, fazendo com que o departamento de atendimento seja também totalmente integrado com os demais fluxos internos e claro, ótimos treinamentos para a equipe de gestão.

P – Legal! Albert, então é isso, mas uma vez muito obrigado pelo seu tempo e sua disponibilidade.

Após está rápida conversa com o CEO Albert Deweik, se torna mais fácil elucidarmos e entendermos melhor o quão útil e necessário se faz, que as corporações dentro do segmento de varejo online se modernizem e se adequem à mais este canal sugerido pelos consumidores.

Vale comentar que, este canal ainda está se estruturando e são poucas as empresas de varejo online que já o possuem, ou seja, podemos considerar que está tendência ainda está em crescimento e caberá uma análise mais profunda com o passar dos próximos anos.

Figura 2: Centrais *Mobile*



Fonte: Google

## **2.3 – ATENDIMENTO INTELIGENTE – O AUTO SERVIÇO AUXILIANDO AS CENTRAIS**

Vimos nos tópicos acima a evolução do atendimento ao cliente e como os novos consumidores começaram a demandar mais canais de relacionamento com as empresas, não por menos, houve esta nova readaptação das centrais ou *contact centers*, podendo citar como grande exemplo e principal influenciador deste novo recurso de atendimento sobre auto serviço toda a rede bancária, pois, este segmento de mercado desde os anos 1967 já pensavam neste modelo de auto serviço, onde o cliente que quisesse consultar seu saldo ou extrato bancário e até mesmo sacar o dinheiro de sua conta poderia até então com o ATM (*Automated Teller Machine*) executar tais atividades sem a necessidade de um humano para auxiliar. Com este recurso temos a criação de um canal de auto serviço, 100% sem interação humana.

Apesar desta tecnologia ter sido criado nos anos 60, apenas em meados do ano 2000 com o surgimento do e-commerce no Brasil as empresas voltaram a pautar o assunto de auto serviço, contudo agora focado neste novo segmento que se iniciava, porém, as centrais da época ainda vivenciavam o modelo tradicional de atendimento, com a utilização dos canais de e-mail, telefone, e cartas.

Contudo, este novo modelo de atendimento ainda causam algumas dúvidas na cabeça dos gestores, tais como, “o atendimento robô não é tão efetivo como o atendimento humano”, ou então, “este modelo de atendimento não traz proximidade entre empresa e consumidor”, porém, atualmente cerca de 90% dos clientes esperam que a empresa ofereça um auto atendimento via web, e 60% dos consumidores tem uma visão mais favorável da marca se ela já oferece este modelo de atendimento (Global State of Multichannel Customer Service Report 2015), outra pesquisa realizada pela (Forrester Research’s North American Consumer Technographics Customer Life Cycle Survey) indicam que os clientes estão utilizando cada vez mais o auto atendimento para solucionarem suas dúvidas “corriqueiras”, sendo este número muito expressivo, cerca de 67% em 2012 e com uma grande subida no ano de 2015 para seus 84%.

E a grande incógnita que o mercado encara com tudo isso é como este canal, somado com os outros já abertos e em atividade podem acrescentar ainda mais para satisfazerem e atenderem a este novo cliente que aciona simultaneamente todos os canais em prol de obter a mesma resposta, sem contar as diversas variáveis, como amigos ou familiares que podem também acionarem a central de atendimento para auxiliar o indivíduo que não possui muitas vezes tempo ou domínio destas tecnologias.

Veremos que apesar das ferramentas estarem cada dia mais inteligentes e intuitivas, o atendimento humano ainda é um fator importantíssimo durante a experiência de relacionamento entre empresa e consumidor, onde tendo uma operação dedicada e bem estruturada, além de operadores motivados, engajados e com excelentes ferramentas, facilmente farão com que o cliente se fidelize e se apaixone por esta estrutura de atendimento, citando como exemplo a Apple, marca mundialmente conhecida e muitas vezes tomada como exemplo. Tais atividades geram assim um diferencial inalcançável pelos seus concorrentes, pois, o serviço de atendimento, por mais que gere inspirações para os demais players de mercado, jamais serão copiados em sua plenitude.

### 3 - ATENDIMENTO GERANDO DIFERENCIAÇÃO:

“... Uma empresa diferencia-se da concorrência, quando oferece alguma coisa singular valiosa para os compradores além de simplesmente oferecer um preço baixo. A diferenciação permite que a empresa peça um preço-prêmio, venda de um maior volume do seu produto por determinado preço ou obtenha benefícios equivalentes, como uma maior lealdade do comprador durante quedas cíclicas ou sazonais”. (PORTER, 1989, p.113)

Conforme descrito por Porter, a diferenciação competitiva nada mais é do que uma empresa de um determinado segmento desenvolver em seus serviços ou produtos uma singularidade que seja valiosa para o cliente, lembrando que neste caso o valioso não passa necessariamente pela questão “preço”, porém e até reforçado por Porter, quando se fala em diferenciação, as empresas podem caso necessário praticar um preço-prêmio, uma vez que, tais desenvolvimentos destas características geralmente são onerosos.

Quando, porém, as instituições forem trabalhar o quesito preço, vale dizer que deve ser levado em conta alguns custos e sempre tentar “enxugar” ao máximo os valores. Conforme comentado por Porter, o quesito preço sempre será um fator importante e deve sempre ser observado quando se falado em diferenciação

Qualquer coisa que uma empresa possa fazer para reduzir o custo total do comprador na utilização de um produto, ou outros custos do comprador, representa uma base potencial para a diferenciação. (PORTER, 1989, p. 125)

Abordaremos também no projeto da monografia a questão do valor perceptivo, onde estes valores vão muito além somente do *break-even*<sup>3</sup>, e sim integram diretamente os valores “intangíveis” que este processo de diferenciação pode e deve trazer ao produto ofertado.

Os compradores não pagarão por valor que não percebam, não importa quão real ele possa ser. Assim o preço-prêmio pedido por uma empresa refletirá não só o valor de fato apresentado ao seu comprador bem como até que ponto este comprador percebe este valor. (PORTER, 1989, p.129)

---

<sup>3</sup> Break-even = Ponto de equilíbrio (é a denominação dada ao estudo, nas empresas, principalmente na área da contabilidade, onde o total das receitas é igual ao total dos gastos (custos e despesas).

Voltando ao aspecto de diferenciação por valores agregados, podemos identificar diversas situações reais, em que somos postos a prova e conseqüentemente optamos muitas vezes por pagarmos um preço mais prêmio, desde que a empresa prestadora do serviço ou comerciante do produto tenha nos demonstrado o valor “agregado” imbuído em um dos fatores que para nós é de extrema importância, como por exemplo, credibilidade, tempo de espera para entrega do produto, atendimento, durabilidade do produto ou serviço, entre outros. O comprador e/ou consumidor por sua vez, fará uma análise dos possíveis ganhos e perdas e tomará sua decisão de acordo com sua análise realizada. Quando trabalhado dentro do varejo online, podemos citar como exemplo a marca A e B, que possuem o mesmo produto, tendo este a mesma característica física, porém, alguns aspectos neste caso podem ser o ponto determinante para que o comprador finalize sua compra, como por exemplo, o carrinho que tiver mais informações sobre formas de pagamento, tempo de entrega, comentários e análises de outras pessoas que já realizaram a compra, ou um operador que auxilie o cliente com dúvidas pontuais sobre o produto que eventualmente não estão descritas no website, entre outros.

Porter (1989) nos indica que o preço real do produto passa a ser apenas mais um fator à ser analisado pelo cliente, e que, os valores agregados podem vir a ser uma excelente estratégia de diferenciação, pois, muitas vezes, o cliente não tem conhecimento de tudo o que é útil ou válido dentro do processo de compra do produto, passando desde a análise prévia da mercadoria, a loja, e posteriormente a compra.

Outros fatores também poder ser adotados como pontos cruciais para tomadas de decisão, além dos pontos já citados acima, Porter (1989) mais uma vez vem nos mostrar que um tomador de decisão poderá exercer maior influência que outros fatores “menos importantes” para aquele grupo de consumidores, como por exemplo, uma família que se programa para viajar, sendo esta família composta por 4 pessoas, marido e mulher, além de seus filhos, neste caso específico e mesmo contendo 4 pessoas sendo considerados como consumidores deste serviço, no caso a viagem, a decisão sempre passará pelas mãos de 1 ou 2 pessoas, como principais decisores da compra, neste exemplo hipotético, podemos imaginar as figuras que representam o pai

e a mãe, tendo estes a difícil missão de avaliar alguns pontos como os descritos abaixo:

- Aceitação dos demais usuários do serviço (viagem);
- Análise de pontos importantes como horário de embarque, pacotes de passeio, e pontos turísticos do destino;
- Custo/benefício;
- Quantidade de dias que ocorrerá este passeio;
- Valor à ser desembolsado além do que foi contratado no passeio para eventuais gastos,
- Entre outros.

Este exemplo citado acima foi descrito para entrarmos no mérito dos critérios de compra, que Porter lista em duas categorias, sendo eles o de Uso e o de Sinalização:

- Critérios de uso: São critérios de compra originados a partir do modo como o prestador do serviço ou comerciante interagem e demonstram seu valor real e percebido, passando desde o seu valor bruto “preço”, até valores agregados, como por exemplo, a qualidade do produto, tempo de entrega, atendimento durante e pós compra, etc.
- Critérios de sinalização: São critérios originados por meios terceiros, como por exemplo, publicidade e propaganda feita sobre o produto, indicações de compradores, reputação da marca, entre outros.

Voltando ao nosso exemplo, os tomadores de decisão embasados nestes e em outros pontos farão sua escolha e finalizarão mais esta etapa, porém, se acrescentarmos neste exemplo hipotético, no momento em que a família está navegando no site de ambas as empresas e analisando ponto a ponto tudo o que o pacote de viagens inclui, se neste momento um representante de vendas desta empresa conseguisse interagir com esta família, como por exemplo, pelo canal de *chat*, qual seria o nível de aceitação, e o quanto isso influenciaria no processo de decisão? Uma vez que, este especialista, auxiliaria esta família com suas dúvidas, além de sugerir, por

exemplo, uma situação de voo mais econômica, ou um pacote que se “enquadre” melhor com o perfil mais jovem dos filhos. Começamos então a avaliar dentro do processo de compra online, que o atendimento ao cliente pode gerar um diferencial durante as análises feitas pelas famílias, e por este motivo e tantos outros, que cada dia mais as organizações tendem a investir neste departamento que está sendo considerado como um dos pontos estratégicos para as empresas, pois trata-se do contato direto com seu cliente.

Ainda sobre os critérios de diferenciação citados por Porter (1989), e fazendo uma menção sobre os critérios de uso e diferenciação, Porter vem nos mostrar que quando se tratado de critérios de uso, a empresa consegue expandir a análise do consumidor, não se limitando apenas ao produto em si, como por exemplo, empresas concorrentes com o mesmo produto, mas que se diferenciam pelo modelo de entrega, ou, fazendo uma menção ao tema proposto, podendo ser considerado como um diferencial o atendimento executado durante ou pós época de compra.

Já nos critérios de sinalização, o consumidor irá avaliar um conjunto de ações que possam justificar a percepção já criada sobre o critério de uso e que aflorará ainda mais a percepção do valor agregado pelo consumidor, podendo citar como exemplo: Campanhas de propaganda, preocupação da empresa com sua reputação e *feedbacks*<sup>4</sup> negativos dados por clientes e outros aspectos como embalagens e afins.

Podemos notar então que um processo de diferenciação passa por diversas etapas e planejamentos, até de fato, ser notado pelo consumidor final, Porter então vem nos afirmar que:

“Uma diferenciação sustentável exige que uma empresa execute de um modo singular uma gama de atividades de valor que influenciam os critérios de compra. A satisfação de alguns destes critérios exige que uma empresa execute bem apenas uma atividade de valor “ (PORTER, 1989, p.138)

Sendo assim, conseguimos afirmar que para uma empresa se destacar e gerar sua diferenciação através do atendimento, ela deverá não apenas investir e focar neste valor agregado, mas também, especializar-se em outras atividades dentro desta para ampliar suas possibilidades de satisfazer ao seu

---

<sup>4</sup> Feedback: Informação que o emissor obtém da reação do receptor à sua mensagem, e que serve para avaliar os resultados da transmissão.

cliente de maneira mais rápida e eficaz, onde, não somente atender bastará, mas também, ajuda-lo, solucionar suas dúvidas, atender e entender as reclamações realizadas no SAC, dentre tantas outras atividades.

Mas como uma empresa consegue identificar se está indo para o caminho certo? Como avaliar a individualidade de cada consumidor e conseguir expor a ele o seu diferencial pelo atendimento? Porter (1989) vem nos ensinar que o grupo de consumidores que notarão este diferencial pode ser facilmente identificado por sua identidade e características similares, onde, através destas informações, uma empresa consegue definir quais ações para este determinado grupo farão mais sentido e serão mais efetivas, como por exemplo, para um e-commerce varejista, o público de 3ª idade não deve ter o mesmo nível de experiência utilizando ferramentas de auto atendimento e atendimentos robóticos, como um comprador na faixa etária de 18 anos, neste caso, a empresa deverá partir para meios mais tradicionais, como atendimento via carta, ou até mesmo, ampliar sua estrutura interna de atendimento telefônico e e-mail, pois, gerando tais ações a própria organização conseguirá se planejar melhor no momento de investir em capital humano e ferramentas de atendimento.

Pelo lado do cliente por sua vez, estas atitudes farão o mesmo se sentir mais confortável e confiante com a marca ou empresa prestadora deste serviço, além de conforme já visto em capítulos acima, este consumidor satisfeito indicar ao seu ciclo de contatos esta empresa que “realmente” entende suas necessidades e preferências.

Outra estratégia para que as empresas gerem este valor agregado através do atendimento é entender as novidades e tendências de mercado, onde, muitas vezes os próprios clientes e concorrentes ainda não o veem como um diferencial, podendo citar como exemplo, o atendimento feito através de vídeos-chats durante uma compra online em um e-commerce varejista de moda, pois, muitas vezes o cliente se considera experiente e conhecedor de suas preferências e necessidades, porém, qual seria a reação deste mesmo cliente se fosse oferecido este serviço no momento da escolha de um artigo de moda que será utilizado em uma data importante, sabendo que do outro lado estará uma especialista de moda para atendê-lo? O quão efetivo seria essa

ação? Estas e outras questões serão abordadas no momento da pesquisa de campo.

Este tópico nos dá uma nova ideia sobre diferenciação por parte do atendimento ao cliente, o que Porter (1989) explica que novas cadeias de valores são criados constantemente e sem que o próprio consumidor tome consciência destas mudanças, onde, tais atividades passam à ser fundamentais a partir do momento em que um grupo de clientes o consideram importantes, isso por sua vez, pode trazer um nível de exclusividade com relação aos seus concorrentes, uma vez que esta demanda identificada e atendida fará com que esta organização vire uma referência neste assunto, podendo citar como exemplo e justificando o que foi descrito o mesmo modelo de atendimento via vídeo-chat para um e-commerce de moda.

Podemos concluir embasados no que Porter nos mostra que existem etapas que devem ser seguidas para de fato concretizarmos o atendimento ao cliente como um diferencial útil e reconhecido perante a forte concorrência, sendo assim, podemos considerar que as etapas descritas abaixo devem ser seguidas para termos a eficiência desejada:

1. Identificar e determinar o comprador: A primeira etapa no processo de diferenciação, pois a organização deverá não apenas saber de fato com quem estará se comunicando, como também, entender quais são seus gostos, o que este cliente de fato fala e por qual real motivo ele se relaciona com a empresa
2. Identificar a cadeia de valores do comprador: Assim como descrito na etapa acima, uma organização que conseguir se aprofundar nos gostos e desejos, assim como suas preferencias conseguirá expor de maneira mais efetiva e rápida quais são os reais valores entregues durante o processo de atendimento.
3. Determinar os critérios de compra: Analisando a cadeia de valores a organização passará a ter em suas mãos quais são as etapas à serem vencidas durante um processo de compra, e em como o atendimento poderá ajudar durante este processo, podendo intervir e agir nos momentos cruciais, no qual o cliente passa pela indecisão, ou de fato procura ajuda para solucionar suas dúvidas.

Determinar quais atividades aplicar para criar a diferenciação: Esta etapa está diretamente ligada a etapa listada acima, onde por sua vez a empresa tendo o conhecimento e os planos de ação bem determinados poderá a partir deste ponto criar meios estratégicos sobre quais atividades aplicar para cada grupo de clientes e perfil, singularizando o atendimento, mesmo que este por sua vez seja massificado.

## 4 – PRÉ-VENDAS NO E-COMMERCE

Quando se inicia uma conversa sobre pré-vendas com algumas pessoas, as primeiras impressões que serão adotadas é que se trata de alguns artifícios e artimanhas das organizações para “conquistarem” aquele cliente ou *prospect*, ou então, algumas etapas que antecedem o momento de decisão de compra do cliente. Tais respostas encontradas em questionamentos feitos por mim à leigos sobre o assunto não estão em sua totalidade errôneas, contudo Las Casas (2009) vem nos ensinar que uma estrutura robusta e bem estruturada quando se trabalhado no planejamento de marketing e vendas vai além destas afirmações listadas, pois passa também diretamente por uma análise minuciosa sobre quais são os clientes *targets*, como obter informações sobre os clientes e seus históricos de compras recentes com a organização, a percepção do cliente com relação a empresa e sua reputação, a formulação das suposições pelo qual o cliente não compraria com a empresa ou marca em questão. Estes fatores acima pelo qual vamos iniciar nossas conversas formam o que eu considero como “Planejamento de pré-vendas em um e-commerce”, uma breve introdução sobre como o cliente é impactado no momento de escolha do e-commerce e como a loja online utilizará de estratégias para incentivar a compra.

Para isso criei estes 3 passos que auxiliarão as empresas a entenderem e satisfazerem melhor as necessidades aplicadas no mercado:

1. Identificação do público alvo/target.
2. Percepção do cliente sobre a empresa e sua reputação.
3. Os principais motivos pelos quais os clientes não comprariam no e-commerce.

#### 4.1 – IDENTIFICAÇÃO DO PÚBLICO ALVO/TARGET.

Antes de uma empresa iniciar suas atividades de vendas online é importante que os gestores destas organizações tenham em mente e consigam efetuar o processo de definição do mercado *alvo/target*, para justamente conseguirem com o decorrer de suas atividades operacionais serem mais assertivos em ações e estratégias adotadas. Segundo Las Casas (2009) as empresas devem responder a 3 questões básicas, porém fundamentais para alcançarem êxito nas vendas, sendo as seguintes perguntas:

- a) A quem vender?
- b) O que vender?
- c) Qual o método de vendas mais apropriado?

Para conseguirmos responder a primeira questão, é preciso que seja efetuado então o processo de segmentação, onde, dificilmente uma empresa não segmentará o seu público alvo e considerará o seu mercado como um todo, e para o e-commerce não seria diferente, pois, imaginando um exemplo hipotético, onde uma loja online de artigos esportivos não efetuasse esta segmentação e fosse criar campanhas motivacionais para ampliar suas vendas, com que linguagem se comunicaria com seus clientes? Para quem seria destinado esta comunicação? Como seria o atendimento à este cliente? Pois, imaginando este exemplo, a empresa com o trabalho de segmentação criaria grupos específicos e em suas especificidades conseguiria direcionar e customizar o melhor meio de comunicação, atendimento e por fim a venda.

Este trabalho de segmentação também propiciará um melhor conhecimento sobre o público alvo, permitindo já respondermos a segunda questão listada acima “o que vender? ”, com uma visão mais simplificada do mercado e direcionada ao seu público alvo, a organização começa então a definir métodos e meios para definirem o produto ideal ao seu cliente ideal, ou a melhor maneira de atender a este cliente e o canal de atendimento que mais agradará o consumidor, pois, utilizando novamente o exemplo acima, pode-se imaginar que o público alvo deste e-commerce de artigos esportivos sejam

pessoas que praticam esportes, ou pelo menos em sua grande maioria, que tenham a vontade ou necessidade de praticar esportes.

Esta afirmação não pode ser generalizada, pois, existem casos específicos em que o comprador não será o usuário final, contudo e para estes casos específicos, a loja online deverá se precaver e ter trabalhado no que será utilizado para responder a última questão “qual o método de vendas mais apropriado? “, pois, dentro de um mercado já segmentado poderão haver novas segmentações, como está exemplificada, ou então, para o público alvo em questão (pessoas que praticam esportes) e que formam outros subgrupos, como por exemplo, por gênero ou por idade.

O mais importante nestas questões levantadas acima é praticar a segmentação de seu público alvo e saber direcionar de maneira individual uma linguagem específica que atrairá este cliente até o ato da compra, passando pelo planejamento de vendas e se concretizando com uma experiência positiva do comprador no processo de compras.

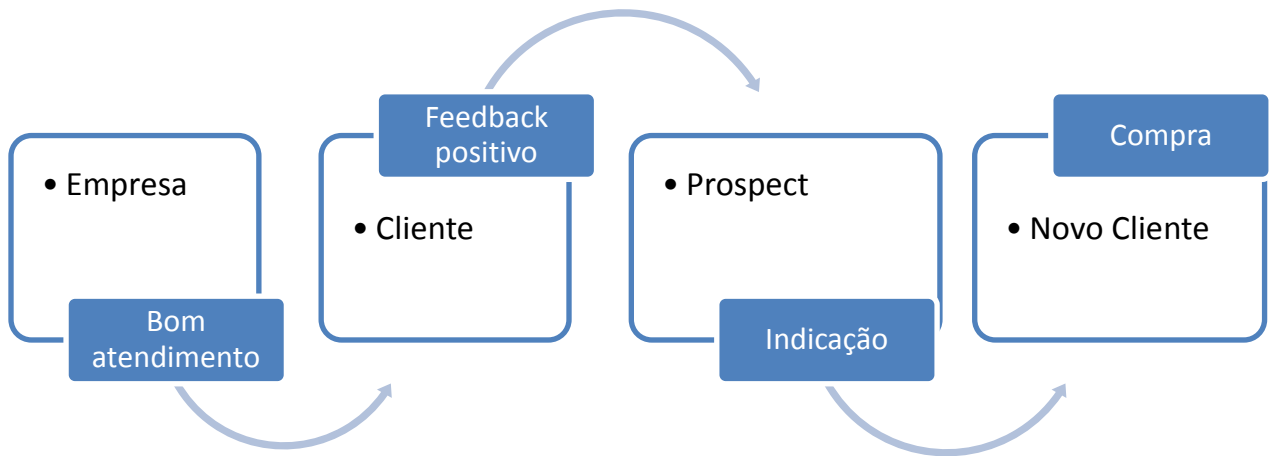
## 4.2 – PERCEPÇÃO DO CLIENTE SOBRE A EMPRESA E SUA REPUTAÇÃO

Em um processo de vendas no e-commerce, muitos clientes optam por consultar outras pessoas ou opiniões de outros usuários que já compraram ou interagiram com a loja online antes de finalizarem sua compra, esta afirmação está escrita na página institucional da empresa Reclame Aqui, uma empresa que nasceu com o intuito de ajudar os consumidores a exporem sua opinião e auxiliarem outras pessoas com estas experiências passadas.

Tal afirmação nos leva a acreditar que hoje o processo de decisão de compra passou por uma reformulação, pois, antigamente o cliente comprava confiando na marca e em sua longevidade, não por menos, muitas empresas deixam destacado o ano de criação e o tempo de “vida” que possuem, porém, o mercado vem se readaptando e hoje não atender bem o cliente pesa muito mais na decisão de escolha do que o tempo de vida da empresa, como por exemplo, uma empresa que tenha destacado em seu slogan “20 anos de vida”, porém tem diversas reclamações em sites públicos e privados, como o Consumidor.gov ou o próprio Reclame Aqui, no momento em que o cliente estiver fazendo suas análises sobre onde comprar e o mesmo se deparar com estas reclamações, qual será o impacto que estas informações levarão à este consumidor que ao mesmo tempo navega na página do concorrente desta empresa que possui apenas 5 anos de vida, porém constam somente elogios sobre a maneira como trata os clientes e a rápida entrega? Até que ponto que este cliente optará por se arriscar com uma empresa com mais tempo de mercado e no qual não consegue arrumar estas pendências, ou com uma empresa teoricamente mais nova e muito bem recomendada?

Esta situação hipotética vem ilustrar a importância não somente do atendimento feito durante o processo de pré-vendas deste cliente específico, mas sim da cadeia que se origina após esta etapa, pois, o atendimento se bem executado, além de levar o cliente que o recebeu a finalizar a compra, este mesmo cliente indicará esta empresa a outros para que também tenham esta mesma experiência positiva, conforme esquema desenvolvido abaixo:

Figura 3: Processo de feedbacks e indicações



Fonte: O autor

Esta cadeia quando repetida diversas vezes fará com que o cliente não apenas vire um comprador fiel, mas também um promotor desta marca e empresa, isso pois, este cliente está constantemente comprando e interagindo com a organização além de indicar e dar boas referências sobre a empresa e seus serviços ou produtos.

### **4.3 - MOTIVOS PELOS QUAIS OS CLIENTES NÃO COMPRARIAM NO E-COMMERCE.**

É importante avaliar neste momento alguns motivos pelos quais os clientes não adeririam o modelo de compra online, pois, passada a etapa de bom atendimento e indicações, ainda podem restar algumas dúvidas que para o cliente virariam motivo de desistência durante a compra, podendo citar como exemplo, a demora da entrega na cidade ou região que o consumidor reside, meios de pagamentos, situações de desconto entre outras. Vale citar que alguns exemplos levantados acima vão além de situações comerciais e de atendimento, tendo que a empresa acionar outros departamentos para solucionar o problema ou dúvida do cliente.

Para casos no qual o time de vendas e atendimento tenha total autonomia e resolução do chamado, novamente o atendimento poderá auxiliar o gestor a conseguir retirar a dúvida do cliente e ajudá-lo no processo de compra, citando como exemplo um canal de telefone disponível para contato diretamente com um consultor de vendas, que poderá não apenas retirar todas as dúvidas listadas acima, como inclusive auxiliar em eventuais processos de negociação, ou então, uma central de autoatendimento onde através de um modelo de perguntas e respostas o robô de atendimento em sua grande maioria sanará as dúvidas mais frequentes e fará com que o cliente se sinta mais à vontade para finalizar sua compra, ou por fim, um canal aberto em redes sociais no qual o cliente poderá interagir publicamente à respeito de seu chamado e ter naquele mesmo canal a resolução de sua dúvida ou problema.

Em linhas gerais a loja online deve estar disponível e disposta a atender e entender o seu cliente e suas demandas em sua singularidade, deixando assim sempre canais e “portas” abertas para quando o cliente precisar poder ser atendido e interagir de maneira clara e objetiva, gerando assim mais conforto, segurança e credibilidade para o cliente e o e-commerce.

## 5 – O PROCESSO DE ESCOLHA DO CONSUMIDOR

Assim como descrito no tópico acima sobre pré-vendas no E-commerce, diversos motivos podem causar impactos negativos sobre a escolha do cliente no processo de compra, seja pela má reputação da marca quanto a experiências negativas de outros clientes, ou até mesmo por uma má definição do público pelo qual seu produto deverá satisfazer as necessidades, neste tópico nos aprofundaremos sobre como funciona este processo de decisão sobre a escolha de uma marca ou loja de preferência e o quão importante para a organização será prestar um bom atendimento para ajudar na satisfação final do cliente.

Para iniciar um processo de escolha do consumidor é necessário que este mesmo consumidor se encontre com uma “necessidade real”, ou então, que ele seja impactado e conseqüentemente comece a avaliar a possibilidade de aquisição, seja para a satisfação pessoal ou conjunta com seus próximos, sendo neste caso familiares, amigos, ou influenciadores diretos. Neste aspecto especificamente, Engel (2000) vem nos ensinar que na visão do cliente diversos aspectos podem abranger o comportamento do consumidor, seja para a resolução do problema/necessidade ou simplesmente fatores motivadores que possam influenciar em outros aspectos, contudo, 7 estágios foram abordados por Engel para especificar esta afirmação:

1 – Reconhecimento de necessidade – Estágio em que o consumidor se identifica com uma necessidade específica, o que fará com que o mesmo passe a procurar solucionar este “problema” identificado.

2 – Busca da informação – Momento em que o consumidor inicia o processo de busca de informações, sejam elas na memória (busca interna) ou no ambiente (busca externa)

3 – Avaliação da alternativa pré-compra – Etapa em que o consumidor avalia as opções em termos de benefícios esperados e inicia a etapa de comparações para chegar à alternativa preferida.

4 – Compra – Aquisição da alternativa preferida ou de uma substituta aceitável, após a etapa de avaliação.

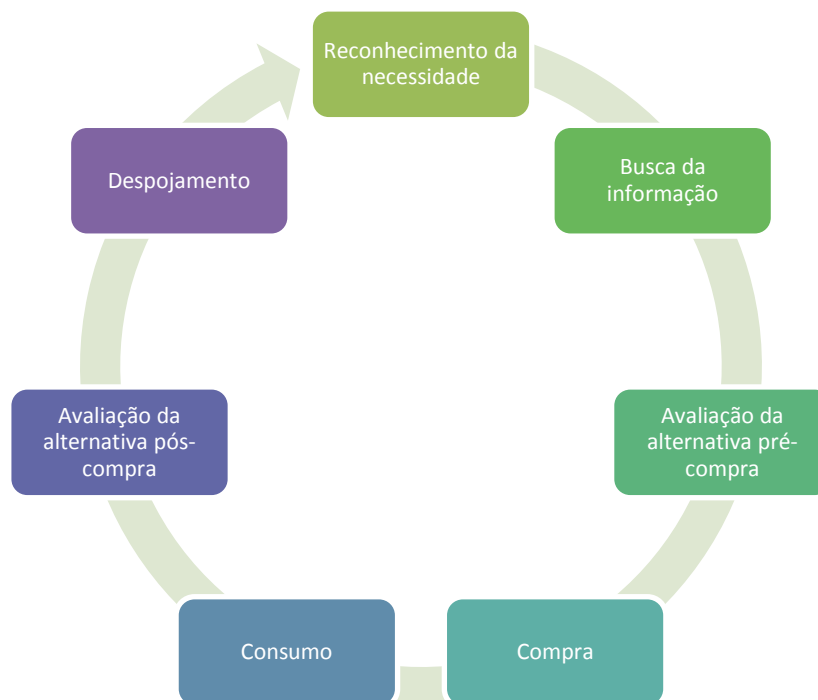
5 – Consumo – utilização da alternativa adquirida.

6 – Avaliação da alternativa pós-compra – Avaliação sobre a experiência de consumo.

7 – Despojamento – Etapa em que há o descarte do item, seja pela ausência do consumo ou outro fator, podendo gerar novamente a necessidade de nova compra

A imagem a seguir consegue nos ilustrar como este fluxo seria retratado na visão dos consumidores:

Figura4: Processo de Reconhecimento das necessidades



Fonte: O autor

Abordaremos abaixo alguns fatores que podem influenciar e/ou moldar a tomada de decisão do consumidor.

## **5.1 – FATORES QUE MOLDAM A TOMADA DE DECISÃO**

Assim como visto acima, para se iniciar um processo de escolha, o consumidor deve primeiramente se encontrar em um estágio de necessidade, contudo, diversos fatores podem ser influenciados durante o processo de escolha do indivíduo, Engel (2000) outra vez vem nos mostrar que dentre diversas possibilidades 2 categorias são denominadas principais, sendo estas 2 categorias a seguir:

- 1 – Diferenças individuais
- 2 – Influências ambientais

Abordaremos abaixo estes fatores destrinchando subitens e em suas particularidades.

### **5.1.1 – DIFERENÇAS INDIVIDUAIS**

Ao se tratar do indivíduo em sua peculiaridade, Engel (2000) aborda 4 principais subcategorias para conseguir explicar melhor este item, sendo estas subcategorias divididas em (1) recursos do consumidor; (2) conhecimento; (3) atitudes; (4) motivação e (5) Personalidade, valores e estilo de vida.

#### **5.1.1.1 – Recursos do consumidor**

Engel (2000) nos mostra que de maneira geral o consumidor tem como principais recursos para tomada de decisão o tempo para aquisição, o fator financeiro e o impacto que isso poderá gerar para sua estabilidade, além da capacidade de processamento da informação, sendo ele o impacto gerado sobre campanhas, ou o impacto gerado pela não aquisição. No varejo online esta regra pode-se aplicar, inclusive somando um quarto recurso fundamental, a possibilidade de o consumidor observar diversos produtos iguais ou substitutos simultaneamente e medir, dentro de suas possibilidades o que mais lhe trará o retorno desejado quanto a satisfação desta necessidade.

### **5.1.1.2 – Conhecimento**

Assim como citado no tópico acima, o consumidor tem uma vasta possibilidade e disponibilidade de produtos com características igualitárias e tantos outros com seus diferenciais, além de o próprio consumidor poder através de poucos “cliques” definir qual loja será sua favorita, entrando no aspecto de varejo online, o melhor momento para se comprar e como consumir. É importante citar o nível de conhecimento deste público sobre sua marca e seu produto, e quais são os principais atributos procurado por este público, para que a organização de maneira estratégica consiga impactar de maneira mais assertiva este cliente.

### **5.1.1.3 – Atitudes**

Engel (2000) expõe neste tópico que a atitude tomada muitas vezes pelo cliente passa única e exclusivamente pelo conhecimento da marca ou produto e avaliações de consumidores com relação a eles, podendo ser esta avaliação positiva ou negativa. Este ponto abordado por Engel reforço o tópico comentado acima sobre a importância do bom atendimento e a relevância que os consumidores dão as avaliações de outros clientes. Sendo que esta imagem criada uma vez estabelecida para este cliente, dificilmente será alterada dentro da percepção do mesmo sobre o item avaliado, podendo ser a marca ou o produto específico.

### **5.1.1.4 – Motivação**

A motivação que a empresa exerce sobre o cliente e sua necessidade é um item extremamente importante de ser abordado, pois, o conhecimento do cliente em sua individualidade e suas preferências, novamente se enquadram neste aspecto.

Podemos citar como um exemplo fictício, uma loja online de vinhos, onde simultaneamente dois consumidores homens, com uma média de idade em torno de 29 anos acessam o *web chat*, estes mesmo clientes procuram um vinho para uma ocasião especial, contudo, um deseja que este item seja entregue até três dias após a compra, pois celebrará o seu aniversário de casamento, e o outro não se importa muito com a data de entrega, pois, não

consumirá o produto de imediato, neste caso hipotético, o atendente terá que avaliar estas situações distintas e agir na particularidade, pois, caso aplique o período padrão de entrega de 7 dias úteis, com toda certeza perderá aquele cliente que deseja uma entrega mais rápida. Este exemplo vem ilustrar que a motivação que influenciou os dois personagens a comprarem o vinho foram totalmente distintas, porém, a ação do atendente de ouvir a necessidade e agir fez toda a diferença para ter dois clientes satisfeitos e felizes. Engel ainda nos reforça que “as necessidades e os motivos afetam de maneiras importantes todas as fases dos processos decisórios” (Engel, 2000, p.93)

#### **5.1.1.5 – Personalidade, valores e Estilo de vida**

Neste tópico Engel (2000) aborda a variedade de gostos e objetivos que uma mesma classe de indivíduo possui, ou seja, mesmo com diversos recursos tecnológicos, gestores de Marketing e Atendimento ao cliente trabalhando em prol do entendimento do público alvo, mesmo assim, torna-se difícil, pois, a particularidade do cliente, mesmo que diagnosticada dificilmente será atendida em sua totalidade.

## 5.1.2 – INFLUÊNCIAS AMBIENTAIS

“Os Consumidores vivem num ambiente complexo. Seu comportamento de processo decisório é influenciado por cultura, classe social, influência pessoal, família e situação”. (ENGEL, 2000, p.94)

Novamente notamos subdivisões que Engel aplica para fácil visualização e entendimento do nível de influência causado por cada uma delas. Abordaremos abaixo estes 5 pontos.

### 5.1.2.1 – Cultura

A cultura é um item muito importante que uma empresa deve avaliar em seus clientes, tais como seus pensamentos, valores, ideais, valores religiosos entre outros. Estes aspectos poderão influenciar o cliente de modo negativo caso a organização não considere o estudo do indivíduo, podendo citar como exemplo a alteração das cores da marca Coca-Cola comercializada dentro do estádio do Grêmio Futebol Clube, tendo este time de futebol as cores preto, azul e branco como principais em seu logo.

A Coca-cola avaliou que o processo de decisão dos torcedores do Grêmio quando iam comprar o produto era de repulsa, uma vez que as cores vermelho e branco, geralmente utilizada pela Coca-Cola, são também as cores utilizadas pelo principal rival, o Sport Clube Internacional.

Esta ação gerou uma valorização positiva para a marca sobre este público, que possivelmente considerava as cores da latinha como um item de avaliação.

Figura 5: Coca-Cola



Fonte: Google

Figura 6: Coca-Cola azul



Fonte: Google

### **5.1.2.2 – Classe social**

A classe social é uma segmentação natural dentro da sociedade, que partilham de valores, interesses e comportamentos semelhantes entre si. Os consumidores também poderão segmentar as empresas de acordo com suas possibilidades financeiras e o quão necessário é a aquisição deste item que será avaliado dentro da lista de prioridades criada pelo cliente.

### **5.1.2.3 – Influência pessoal**

“Como consumidores, nosso comportamento frequentemente é afetado por aqueles com quem nos associamos estreitamente. Frequentemente respondemos a pressão percebida para nos conformarmos às normas e expectativas fornecidas por outros. Também, valorizamos as pessoas à nossa volta por seus conselhos sobre escolhas de compras”. (ENGEL, 2000, p.94)

Engel (2000) nos ilustra outra vez que as pessoas próximas tendem a influenciar o processo de escolha, podendo também citar o novo comportamento do consumidor, que hoje com a facilidade de acesso à outras pessoas, também consideram opiniões de terceiros válidas neste mesmo processo.

### **5.1.2.4 – Família**

Assim como exemplificado no 3 desta monografia “Atendimento como diferencial” a família é um forte influenciador para a tomada de decisões, tendo sempre a empresa que tentar analisar o grupo familiar e não somente o indivíduo, pois, este que até então tinha o relato de outras pessoas ou consumidores sobre a marca ou produto, além de sua necessidade descoberta, agora soma-se a necessidade de outros membros dentro da mesma cadeia de valores.

“A família frequentemente é a unidade primária de tomada de decisão, com um padrão complexo e variado de papéis e funções”. (ENGEL, 2000, p.94)

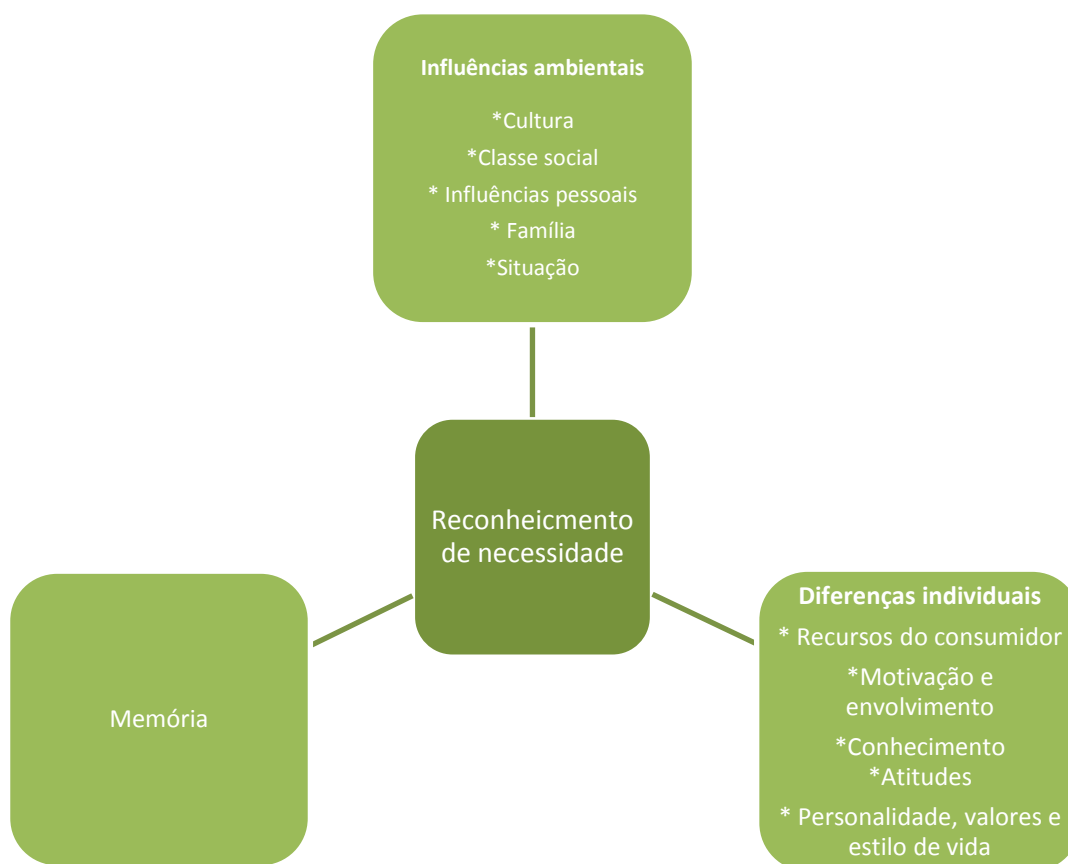
### 5.1.2.5 – Situação.

O item situação é analisado sobre uma influência interna ou externa no processo de decisão do consumidor, podendo esta ser prevista pelo consumidor ou não, como por exemplo, uma compra de um aparelho televisor parcelado em 10x no cartão, contudo, esta compra poderá ser adiada caso este mesmo consumidor tenha um problema de saúde, ou financeiro.

Neste caso específico a organização deverá manter um relacionamento estreito com este cliente, que possivelmente já tinha feito sua escolha sobre o produto e a marca, porém, teve este imprevisto durante a finalização da compra.

Abaixo temos uma imagem que representa perfeitamente estes itens abordados acima, além de conseguir exemplificar o fluxo de reconhecimento da necessidade feita internamente pelo consumidor.

Figura 7: Reconhecimento de necessidade



Fonte: Engel 2000

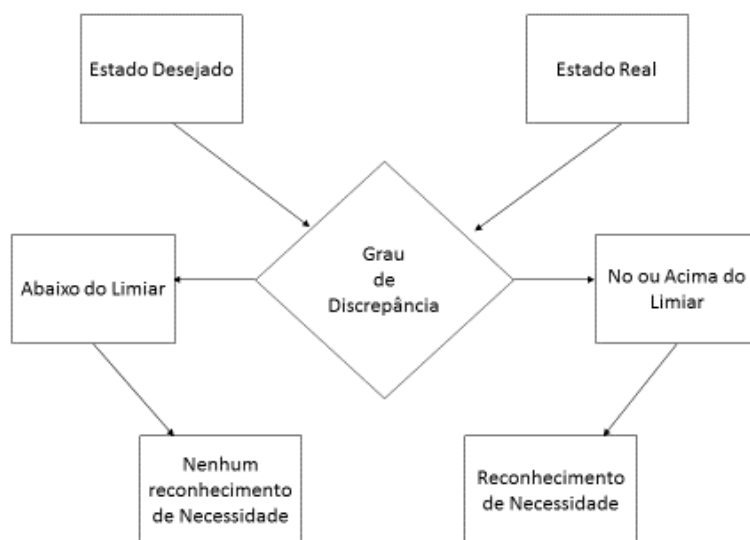
## 5.2 – RECONHECIMENTO DAS NECESSIDADES

Assim como já introduzido no tópico acima, o reconhecimento da necessidade do consumidor passa por diversos pontos de extrema importância para o mesmo, podendo este ainda ser influenciado por outros fatores e/ou pessoas de sua convivência, contudo Engel (2000) afirma que:

“O reconhecimento da necessidade depende essencialmente de quanta discrepância existe entre o estado real (a situação atual do consumidor) e o estado desejado (a situação em que o consumidor deseja estar). Quando esta discrepância chega ou ultrapassa um certo nível ou limiar, uma necessidade é reconhecida”. (ENGEL, 2000, p.116)

Podemos exemplificar esta afirmação feita pelo autor com o seguinte fluxograma:

Figura 8: O processo do reconhecimento de necessidade



Fonte: Engel 2000

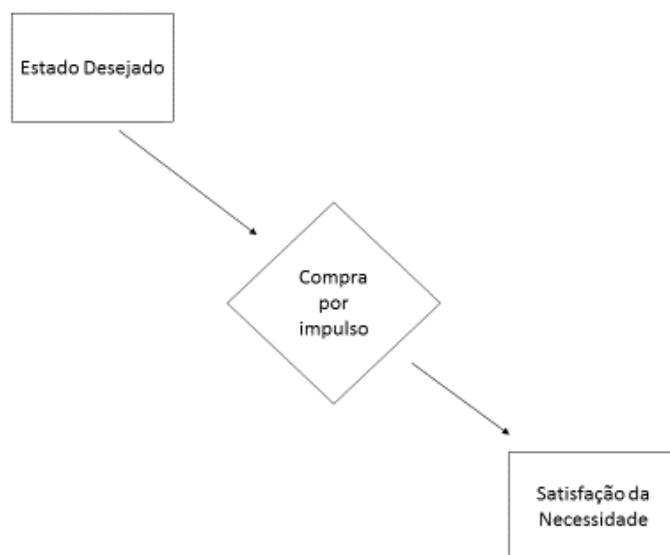
É de extrema importância levantarmos um ponto de atenção neste tópico, pois, o autor afirma que a necessidade é reconhecida após a análise e a conclusão do consumidor que, mede a discrepância entre o estado atual e o desejado, sendo esta análise representativa, contudo, e segmentando para o

varejo online, é normal encontrar casos de “compras feitas por impulso”, onde na maioria das vezes o consumidor ignora está análise prévia e age de maneira inconsciente, afirma o site E-commerce Brasil, umas das instituições responsáveis pelo estudo deste segmento, contudo, Engel (2000) também nos mostra que a compra por impulso pode passar por 5 características específicas entre os consumidores, sendo elas:

“(1) Um desejo súbito e espontâneo de agir, acompanhado de urgência, (2) um estado de desequilíbrio psicológico no qual uma pessoa pode sentir falta de controle temporário, (3) o começo de um conflito e luta que é resolvido por uma ação imediata, (4) avaliação objetiva mínima – as considerações emocionais são dominantes, (5) não consideração das consequências.” (ENGEL, 2000, p.106).

Este ponto analisado acima fará com que o fluxograma do processo de reconhecimento de necessidade seja readaptado, excluindo-se a etapa da análise e acrescentando o imediatismo na tomada de decisão sobre a compra, tendo então o seguinte formato:

Figura 9: Compra por impulso



Fonte: O autor

A figura representada acima ilustra o processo de compra feito por impulso e como a tomada de decisão do cliente se encurta por se tratar de uma compra realizada inconscientemente. Porém, em processos de compras por

impulso ou mesmo através da necessidade encontrada de maneira refletida, o consumidor gerará um “motor primário”, tendo como ponto de partida a busca sobre o que irá satisfazer estas vontades, podendo este indivíduo utilizar a busca interna ou externa, Engel (2000) comenta que a busca interna passa diretamente pela análise da memória do cliente, tendo o mesmo uma busca consciente sobre possíveis produtos ou marcas que satisfarão as vontades levantadas, contudo, caso esta busca interna não tenha o êxito esperado, o próprio cliente parte para uma busca externa, avaliando não somente a memória, como também opiniões de terceiros sobre o produto ou marca pesquisado.

Este item vem de encontro com outros pontos já citados acima neste trabalho, o que reforça que o atendimento e a experiência causada no consumidor poderão gerar um valor agregado ao cliente em sua busca sobre informações e conseqüentemente tomada de decisão.

### 5.3 – CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

Os critérios de avaliação estão constantemente na vida das pessoas, onde para todas ou quase todas as atividades faz-se algumas avaliações, como por exemplo, os riscos de vida em caso de uma pessoa que deseja saltar de paraquedas, ou então, os problemas financeiros possíveis para uma pessoa que deseja obter um item de alto valor.

Para o e-commerce não seria diferente, contudo, Engel (2000) nos mostra que os critérios de avaliação feitas pelo consumidor passam por definições prévias de atributos que serão tomadas em consideração e análise prévia antes da finalização de uma compra, podendo citar como exemplo, um casal que irá se casar e deseja comprar um aparelho televisor, tendo como critério pré-definido entre ambos o fator preço, reputação da marca e tempo de entrega, em contra partida, um outro casal que define também comprar um aparelho televisor pode ter atributos totalmente diferentes, podendo ser o nome da marca e as avaliações de outros usuários como principais critérios.

“Critérios de avaliação nada mais são do que dimensões ou atributos particulares que são usados no julgamento das alternativas de escolha”. (ENGEL, 2000, p.136).

Contudo, outras características podem ser adotadas como medias decisórias do processo de compra, Engel (2000) traz para a discussão o ponto que ele denomina como “regras de decisão não-compensatórias”, onde basicamente tem como principal característica a análise dos atributos considerados como importante pelo consumidor e a não validade de um atributo ser analisado como fraco e ser “compensado” por outro atributo analisado como forte, fazendo com que o cliente opte pela opção que tiver o melhor desempenho sobre o principal ponto de avaliação. Citando o exemplo do primeiro casal acima, o principal fator a ser abordado foi o preço, contudo o tempo de entrega também é importante nesta situação, porém, caso o casal avalie que o preço está de pleno acordo com o ideal planejado entre eles, mesmo que o tempo de entrega não atenda a expectativa inicial, possivelmente este casal tomará a decisão de finalizar a compra com esta loja online, mesmo que ela não os atenda em sua plenitude, pois o ponto considerado forte (preço) está sendo atendido.

Outro ponto abordado por Engel (2000) é a questão da Lexicografia<sup>5</sup>, onde, tem como principal característica a análise dos pontos e a classificação entre eles, onde, existe a comparação de todos os itens e a análise do produto ou marca de acordo com os principais atributos selecionados pelo cliente, onde, em caso de empate, outros pontos serão avaliados conseqüentemente até que haja o desempate de uma das lojas, ou seja, voltando ao exemplo citado acima, tendo como primeiro critério de avaliação o fator preço, o segundo o fator entrega e conseqüentemente o fator reputação da marca, podemos demonstrar no fluxo abaixo, como uma análise Lexicográfica seria avaliada pelo cliente em relação as lojas A, B e C:

Tabela 1: Itens de comparação

<b>Atributo</b>	<b>Ordem de importância</b>	<b>Marca A</b>	<b>Marca B</b>	<b>Marca C</b>
Preço	1	Excelente	Bom	Excelente
Entrega	2	Ruim	Bom	Ruim
Reputação da marca	3	Ruim	Excelente	Bom

Fonte: Engel 2000

Neste caso específico a loja vencedora seria a alternativa C, pois, mesmo havendo o empate entre os atributos preço (Excelente) e entre (Ruim), o fator reputação finalizou esta análise fazendo com que o casal optasse por esta opção, contudo, caso pudéssemos alterar a ordem de escolha e colocássemos o fator “Reputação da marca” como o principal, neste novo exemplo a loja à ser selecionado seria a loja B.

Por fim uma última análise pode ser considerada pelo cliente e uma nova forma de avaliar também, Engel (2000) denomina este fator como “Eliminação por aspecto”, onde, seguindo o exemplo Lexicográfico o cliente também fara suas análises sobre os aspectos mais importantes, contudo, ele começará a delimitar algumas linhas de corte para melhor avaliação, podendo

<sup>5</sup> Lexográfica: Em matemática, uma ordem **lexicográfica**, (também conhecida como ordem do dicionário, ordem alfabética), é uma estrutura de ordem natural do produto cartesiano de dois conjuntos ordenados.

citar como exemplo o casal que comprará o televisor, contudo, neste momento eles tomarão a decisão de não comprarem um produto acima de R\$ 1.500,00. Pegando o mesmo fluxo citado acima e inserindo no fator preço um número real, temos uma possibilidade de exemplificar este método:

Tabela 2: Itens de comparação com preço

<b>Atributo</b>	<b>Ordem de importância</b>	<b>Marca A</b>	<b>Marca B</b>	<b>Marca C</b>
Valor	1	R\$ 1.400,00	R\$ 1.400,00	R\$ 1.600,00
Preço	2	Excelente	Bom	Excelente
Entrega	3	Ruim	Bom	Ruim
Reputação da marca	4	Ruim	Excelente	Bom

Fonte: O autor

Neste exemplo citado, assim como no antigo, possivelmente a marca C ganharia esta concorrência, pois, tem como diferencial o quarto item “reputação da marca” como critério de desempate, porém, inserindo a régua de corte (valor), o item C automaticamente é descartado, gerando assim novamente um empate, porém, entre as marcas A e B, contudo assim como afirmado por Engel (2000), em caso de empate deste valor considerado como principal, o segundo atributo entrará como um fator de desempate, sendo neste caso o atributo “preço” o que faria com que o consumidor optasse pela Marca A.

Outros exemplos poderiam ser abordados neste trabalho, contudo, estes citados acima participarão do processo de pesquisa de campo, afim de validar estas afirmações.

## 6 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

Inicialmente, considero importante ressaltar que este trabalho tem como objetivo buscar respostas às questões pelas quais hoje encontro atuando profissionalmente, tendo como objetivo direto analisar a ferramenta de autoatendimento ao cliente no Brasil e o quanto este canal de relacionamento vem se tornando importante principalmente para as empresas no segmento de varejo online.

Sequencialmente, visando meu aperfeiçoamento técnico e profissional, e criando um questionamento pessoal sobre o tema, resolvi me aprofundar afim de conseguir analisar alguns fatores pré compra no varejo online e o quão útil as ferramentas de auto serviço vem se tornando para auxiliar no processo decisório de compra, tais questionamentos me levaram a pensar em como o atendimento de fato incentiva o cliente e a aceitação que este novo canal eventualmente possuí em relação aos demais canais eventualmente já oferecidos por estas empresas do varejo online.

Por ser uma pesquisa exploratória deste mercado que inicialmente ainda não é estudado profundamente por especialistas e por corporações, foi elaborado um questionário com perguntas de múltiplas escolhas e dissertativas tendo como principal objetivo analisar o que influencia o processo decisório de compra e conseqüentemente a escolha do cliente pré compra em definir qual loja efetuará sua compra.

Foi levantado uma amostra com 56 respostas, tendo sua divisão feita em média 57% masculina e 43% feminina, dentro desta amostragem, foi levantado uma régua predominante que efetuam compras online, tendo nesta amostra 68% representados por idades entre 25 e 40 anos, sendo que, um outro aspecto importante nesta análise é o fato de 50% dos entrevistados serem casados e outros 50% não, o que nos levou a uma tendência, onde, no caso das pessoas casadas, 73% compartilharam que não efetuam compra online sem antes consultar seus cônjuges, sendo que a grande maioria das justificativas foram levantas pelo fato de terem uma renda compartilhada e por este motivo, também compartilham seus desejos e conseqüentemente sua vontade de comprar.

Ao entrarmos mais a fundo sobre o processo de decisão de compra, foi levantado que cerca de 70% dos entrevistados afirmam que antes de efetuar uma compra online procuram informações sobre o produto ou serviço, sendo em sua grande maioria, informações sobre formas de pagamento, ou mais informações do produto, podendo ainda consultar ambas as informações conjuntamente, sendo que, destes cerca de 61% afirmaram que preferem retirar suas dúvidas em ferramentas de auto atendimento quando oferecido pela loja online, isso pois, segundo os próprios entrevistados, torna-se um processo de maior praticidade, mais ágil e eficaz. Este dado é importante ser reforçado, pois, infere diretamente na opção do consumidor optar se auto atender e analisar que mais da metade se adaptariam à este cenário de atendimento, o que justifica uma hipótese já levantada anteriormente neste trabalho.

Quando perguntado sobre uma situação hipotética de compra, onde o fator preço de uma compra online era exatamente o mesmo, foi questionado qual seria então a análise realizado por este cliente para escolher uma loja online, e o fator confiança sobre a loja teve maior votação, seguindo por frete mais rápido (caso haja) e subseqüentemente o serviço de atendimento pré ou pós-vendas, estas respostas reforçam algumas hipóteses previamente levantadas durante o decorrer deste trabalho de monografia, onde, foi levantado que o atendimento seria assim um dos principais fatores no processo de tomada de decisão,

Por fim foi analisado se dentro de um processo de compra o entrevistado considera que uma ferramenta de autoatendimento seria considerada um fator diferencial no auxílio deste cliente no processo pré compra, bem como em sua retirada de dúvidas, e as respostas confirmaram que cerca de 89% consideram este canal uma facilidade para sua tomada de decisão. Tais respostas podem nos direcionar a uma tendência que tem como premissa a condição de os consumidores optarem por se auto atender, sem deixar claro os demais canais de atendimento disponíveis também, fazendo com que as corporações repensem suas estratégias de atendimento se adequando a esta nova realidade e considerem este canal de atendimento dentro de seu portfólio para o processo de pré-vendas.

Mesmo com algumas tendências apontadas nesta pesquisa sobre a facilidade que a ferramenta de autoatendimento gera para o cliente no processo de pré-vendas no varejo online, é passível que sejam feitas mais análises e um maior aprofundamento sobre o tema.

## 7 – CONCLUSÃO

Conclui-se que o problema levantado neste trabalho sobre como os clientes do segmento de varejo online são atendidos e o quão importante o atendimento se torna perante o processo decisório de compra foram mitigados dentro desta pesquisa, o qual nos traz uma tendência apontada entre pessoas na faixa etária entre 25 e 40 anos que consideram que a loja online deve disponibilizar uma ferramenta de autoatendimento dentro de seu portfólio de canais de atendimento no processo de pré-vendas, confirmando assim como esperado dentro das hipóteses levantadas, que o atendimento seria identificado como um dos principais fatores para a tomada de decisão.

Outro ponto levantado e confirmado pela pesquisa é o fato de os clientes optarem se auto atender quando este canal for oferecido, este fator nos indica uma mudança de comportamento pelo lado dos consumidores, pois, assim como analisado a evolução do atendimento ao cliente traz novas iniciativas e processos no qual as corporações devem se adaptar.

Como visto neste projeto um bom serviço de atendimento prestado pela loja online, somado a uma ferramenta de autoatendimento, faz-se com que o cliente sinta mais segurança no processo de compra, acarretando conseqüentemente em uma maior reputação da loja online, o que segundo pesquisa realizada também é um dos principais fatores analisados pelos consumidores dentro de seu processo decisório de compra.

## 8 - REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BLOOM, Paul N e PHILIP Kotler, **Strategies for high market share companies**, Harvard Business Review (Novembro-Dezembro 1975).

CERVO, Amado L., BERVIAN, Pedro A., SILVA, Roberto da **Metodologia Científica**. São Paulo: Editora Pearson Prentice Hall, 2007

CLARO, Danny Pimentel. **Marketing de relacionamento: conceitos e desafios para o sucesso de negócios**. São Paulo: IBMEC, 2007.

DENTON, Keith. **Qualidade em serviços: o atendimento ao cliente como fator de vantagem competitiva**. São Paulo: Makron, 1990.

ENGEL, J. F. , BLACKWELL, R. D. e MINARDI, P. W. **Comportamento do consumidor**. 8 ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

GRONROOS, Christian. **Marketing: gerência de serviços**. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1993.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2009,

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin. **Administração de marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

KOYS, D. DE COTTIS, T. **Inductive measures of psychological climate**. Human Relations, 44, 1991, p. 265-285.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Administração de vendas**. 8ª Edição, São Paulo: Ed. Atlas, 2009

LAS CASAS, Alexandre Luzzi (organizador). **Excelência em Atendimento ao cliente**. São Paulo. Ed. M.books, 2011

LIMA, Agnaldo. **Como conquistar, fidelizar e recuperar clientes (Gestão do Relacionamento)**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2013

PEPPER and Rogers Groups CRM Series – **Marketing 1to1**. 2ª Edição, São Paulo: Makron Books, 2001.

PRIETO, Antonio Blanco. **Atención al cliente**. 3. ed. Madrid: Pirâmide, 2007.

PORTER, Michael, **Vantagem Competitiva: Criando e sustentando um desempenho superior**. 27 ed: Campus 1989

PORTER, Michael, **Competition in Global Industries**, Cambridge, Mass: Harvard Graduate School of Business Administration, 1985

ZENONE, Luiz Claudio (Organizador), **Gestão estratégica do Marketing**, São Paulo, Ed: Atlas, 2011

ZENONE, Luiz Claudio, **Marketing de Relacionamento**, São Paulo, Ed: Atlas, 2010

<http://ecommercenews.com.br/noticias/pesquisas-noticias/estudo-revela-os-motivos-que-levam-o-consumidor-a-trocar-de-empresa>. Acessado em 14 de Julho de 2016.

[http://www.parature.com/lp/2015globalmultichannelreport\\_blog.html](http://www.parature.com/lp/2015globalmultichannelreport_blog.html). Acessado em 15 de Julho de 2016.

<https://www.forrester.com/report/Trends+2016+The+Future+Of+Customer+Service/-/E-RES61372#AST1021589>. Acessado em 15 de Julho de 2016.

[https://pt.wikipedia.org/wiki/Caixa\\_eletr%C3%B4nico](https://pt.wikipedia.org/wiki/Caixa_eletr%C3%B4nico). Acessado em 27 de Setembro de 2016.

<http://www.e-commerce.org.br/e-commerce-decola/>. Acessado em 27 de Setembro de 2016.

<https://www.reclameaqui.com.br/institucional/>. Acessado em 02 de Novembro de 2016.

<http://www.gremioavalanche.com.br/news.asp?nID=4083>. Acessado em 22 de Novembro de 2016.

<https://www.ecommercebrasil.com.br/eblog/2014/05/21/compras-por-impulso-entenda-como-acontecem-e-descubra-como-podem-ser-estimuladas-em-sua-loja/>. Acessado em 23 de Novembro de 2016.

[https://pt.wikipedia.org/wiki/Ordem\\_lexicográfica](https://pt.wikipedia.org/wiki/Ordem_lexicográfica). Acessado em 23 de Novembro de 2016.

## ANEXO A – TERMO DE USO DE IMAGEM



### AUTORIZAÇÃO PARA USO DE VOZ E IMAGEM

#### CEDENTE

NOME	ALBERT ALEXANDER DEWEIK
RG	28.565.132-8
ENDEREÇO	Rua Pará, nº 394, apto. 71, CEP: 01243-020
TELEFONE	11 3323-3323

#### CESSIONÁRIO

NOME	LUCAS NICODEMO TOJO
RG	48.875.769-1
ENDEREÇO	Rua Utupeva, nº 288, CEP: 02933-110
TELEFONE	11 3975-5395

O CEDENTE, acima qualificado por este instrumento e na melhor forma de direito AUTORIZA para todos os efeitos legais, o CESSIONÁRIO, a utilizar sua voz e imagem no projeto: **As estratégias adotadas pelo e-commerce que facilitam o autoatendimento e que possibilitam um valor agregado ao cliente no processo de pré-vendas.**

Declara, outrossim que a presente autorização é feita pelo prazo indeterminado, tendo ciência que o CEDENTE não fará jus a qualquer reclamação futura, que título for.

São Paulo, 31 de janeiro de 2017.

  
\_\_\_\_\_  
CEDENTE

## **ANEXO B – QUESTIONÁRIO: ATENDIMENTO PRÉ-COMPRA NO VAREJO ONLINE**

Vide PDF anexo neste projeto.

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

procha@neoassist.com

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra? (Descrever em meses)

1 mês

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

Rapidez/agilidade

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

---

13- Explique em poucos palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

Qualidade do produto e rapidez na entrega.

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)

Gosto desta loja

Confiança sobre a loja

Frete mais rápido (caso houver)

Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

Auto atendimento

Chat com consultor

Através de ligações

Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

Qualidade e bom atendimento são mais importantes que preço

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Estar disponível em múltiplos canais e responder de maioria rápida e proativa

---

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

mnsidney@gmail.com

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

Real necessidade da compra

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra?  
(Descrever em meses)

15 dias

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

---

13- Explique em poucos palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

Disponibilidade

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

Confiabilidade

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Programa de fidelidade (desconto)

---

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

ricardofeitososa@hotmail.com

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

Para pesquisar melhor preço

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra?  
(Descrever em meses)

2 meses

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

Descrição do produto

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

---

13- Explique em poucos palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

Prazo de entrega , segurança no pagamento , qualidade do produto

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

Segurança do site e primordial

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Já pratica

---

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

rogeriogallo09@gmail.com

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

Porque somos casados e nossa renda é unica.

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra?  
(Descrever em meses)

1 mês

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

Procuro um canal rapido e pratico pra tirar minhas duvidas naquele momento.

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

---

13- Explique em poucas palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

Curto prazo, preço e layout do site

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

Ultimas compras.

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Chat rapido e com respostas precisas.

---

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

natalia.perreti1999@gmail.com

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra?  
(Descrever em meses)

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

---

13- Explique em poucos palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

Se existe uma boa indicação de outras pessoas no produto e sobre o site, fácil confio

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Melhor descrição do produto, fotos etc .

---

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

luanlafayete@gmail.com

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

Compartilhar informação

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra?  
(Descrever em meses)

3 semanas

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

Prefiro atendimento via telefone

---

13- Explique em poucos palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

Segurança, credibilidade e rapidez na resolução de problemas

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

Só características de um bom atendimento e garante fidelidade

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Atendimento via fone, chat ou email. É importante saber que há uma pessoa falando com você.

---

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

claudinhags\_1610@hotmail.com

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

Divorciada

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra?  
(Descrever em meses)

1 mês

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

Segurança

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

---

13- Explique em poucos palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

Satisfação

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

Bom atendimento

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Agilidade e eficiência

---

---

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

hen\_nt@hotmail.com

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

Para que haja o consentimento sobre o orçamento familiar e sobre prioridades

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra?  
(Descrever em meses)

1 mês

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

Principalmente a praticidade, agilidade e baixa interação no momento da compra.

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

---

13- Explique em poucas palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

Preço, qualidade na entrega, alta disponibilidade de informações no site (site mais completo), transparência.

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

Quando vou comprar em uma loja online busco opções que atendam ao meu poder aquisitivo, tendo atendido às expectativas de outros usuários (conhecidos ou que realizaram compras nas mesmas condições pretendidas por mim) e que tenham a necessidade mínima possível de atendimento pós -vendas.

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Uma FAQ bem completa, políticas de troca/cancelamento/pagamento, entre outras, de fácil acesso e entendimento, além de painéis de auto atendimento com possibilidade de cancelamento, solicitação de troca e mudança de endereço.

---

# Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

rubens.cicon@gmail.com

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

Simplesmente pelo fato de que tudo é transparente.

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra?  
(Descrever em meses)

1

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

Procuo referências em lugares neutros como reviews no YouTube.

---

13- Explique em poucos palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

Tempo de entrega e condições da embalagem.

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

Geralmente as grandes lojas online oferecem isso. Mas o principal motivo é o preço e confiança na loja.

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Ser rápido para iniciar o atendimento e saber resolver e não simplesmente ter respostas automáticas.

---

# Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

hcmoreira@hotmail.com

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

Para ter um segundo ponto de vista sobre a compra

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra?  
(Descrever em meses)

1 mês

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

O pronto atendimento

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

---

13- Explique em poucos palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

Forma de pagamento seguro, prazo e forma de entrega claras e preço baixo

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

Quero ter segurança de que estou fazendo uma compra segura

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Formas de pagamentos, detalhes sobre o frete, devolução de produtos (se possível)

---

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

rafael.h.o.lima@gmail.com

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra?  
(Descrever em meses)

1 semana

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

Informações de produtos que não contém no site da loja ou fabricante

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

---

13- Explique em poucos palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

Confiança, preço baixo, rápido prazo de entrega e facilidade na compra

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

Para realizar uma compra online todos os fatores que satisfazem o consumidor tem de estar presentes. Caso contrário melhor ir na loja física.

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Uma estratégia que te ofereça preço baixo com rapidez na entrega e um fácil canal de atendimento caso precise. Além disso se faz necessário uma equipe que te informe a disponibilidade e clareza sobre o estoque e prazo de chegada do produto no destino.

---

# Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

edgard.perreti@gmail.com

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

Compras pequenas de produtos para uso pessoal/particular ou necessidades domésticas.

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra?  
(Descrever em meses)

0 mes

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

---

13- Explique em poucos palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

Confiança no site. Prazo de entrega. Preços.

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

Segurança e qualidade na compra.

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Na página de oferta do produto já conter o máximo de informações possíveis preço. Prazo de entrega. Descritivo total e fotos do produto. Valor do frete.

---

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

lbranco@neoassist.com

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra?  
(Descrever em meses)

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

---

13- Explique em poucos palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

Segurança, confiabilidade e garantia.

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

Ter a certeza que não entrarei numa roubada, garantir os acordos (prazo, preço, entrega, etc) e não ser o único a "errar".

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Frete gratuito e desconto por compras acumuladas.

---

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

thamires.moraisp@yahoo.com.br

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra?  
(Descrever em meses)

2 meses

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

Agilidade

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

---

13- Explique em poucas palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

Qualidade

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

Ser bem atendido me dá atenção de que estou tendo atenção

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Agilidade e personalização no atendimento.

---

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

aylafcolognesi@gmail.com

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra?  
(Descrever em meses)

5 meses

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

A praticidade do atendimento..

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

---

13- Explique em poucos palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

Se tem um bom atendimento, preços competitivos e produtos de boa qualidade.

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

Porque sao todas correspondem a minha realidade... hoje o mercado é muito competitivo e os diferencias são decisórios

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Ofercer objetivamente as respostas das perguntas feitas no autoatendimento.

---

---

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

fmontagnoli@neoassist.com

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

Para termos um controle melhor das compras, dividirmos as informações melhor compreensão de compra.

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra? (Descrever em meses)

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

Pra ser mais rápido o atendimento

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

---

13- Explique em poucos palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

Produto e atendimento

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

Preço é um fator crucial para comprar qualquer produto, atendimento personalizado é algo que fideliza, a loja ter boa reputação, não ter reclamações é algo que conta muito.

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Uma empresa que saiba atender com educação, que não me faça esperar e repetir várias vezes o que eu procuro, que me dê um atendimento rápido e eficaz.

---

# Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

promovafilipe@gmail.com

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

Ela manda em casa rs... Sinto mais segurança ao consulta-la

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra?  
(Descrever em meses)

3 meses

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

Nao gosto de ficar esperando filas para resposta simples

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

---

13- Explique em poucos palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

Credibilidade com relação a entrega e atendimento

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

Na internet eu procuro por preços

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Atendimento Rápido e Preço bom

---

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

ferhamro@gmail.com

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

Fazemos juntos a gestão financeira de casa.

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra?  
(Descrever em meses)

1 mês.

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

Economia de tempo.

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

---

13- Explique em poucos palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

Entrega no prazo, qualidade do produto, preço.

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

Todas as opções acima são essenciais em uma loja online. O frete grátis talvez seja o menos importante mas, caso exista, é um diferencial.

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

O atendimento que sempre prefiro é o chat online. Acho muito importante existir uma equipe remota pronta a atender o cliente. Fora que o chat é mais barato e menos "chato" que ligações.

---

# Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

vitortojo@gmail.com

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra?  
(Descrever em meses)

1 mes

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

---

13- Explique em poucos palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

Confiança

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

Segurança de um produto de qualidade e empresa que passe segurança

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Divulgar produtos em promoção

---

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

awpvinicius@hotmail.com

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra?  
(Descrever em meses)

0 meses

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

Praticidade e celeridade.

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

---

13- Explique em poucos palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

Preço, tempo de entrega, frete grátis e conter bastante detalhes sobre o produto.

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

Creio que todas as opções sejam importantes. Porém não vou arriscar comprar em qualquer lugar. Em segundo lugar vem o preço.

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Fotos bem nítidas com o máximo de fidelidade ao produto real. Informações técnicas claras.

---

# Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

yagobarbosa\_3@hotmail.com

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra? (Descrever em meses)

0 mesea

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

---

13- Explique em poucos palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

A rapidez de entrega

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

Confiança a loja

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Facilidade de comunicação para retirar dúvidas

---

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

priscillabertinato@gmail.com

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

Eu tenho controle sobre minhas finanças quando o valor é pequeno e corriqueiro. Agora, quando a comprar é de um bem de grande valor, a consulta é feita.

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra? (Descrever em meses)

5 meses

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

Praticidade e rapidez

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

---

13- Explique em poucos palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

Pontualidade na entrega, facilidade em caso de troca e produto de qualidade e sem vícios

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

Sempre procuro comprar em sites que possuem um bom atendimento e, além disso, faço pesquisa no mercado acerca do nome da empresa.

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Auto Atendimento para o consumidor tirar todas as dúvidas.

---

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

bpaula@neoassist.com

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

Nos dividimos todas as despesas, com isso para maior controle, compras com valores alto normalmente consultamos uma a outro.

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra?  
(Descrever em meses)

Comprei ontem dia 23/01 uma chuteira na Netshoes

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

---

13- Explique em poucas palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

entrega e prazo

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)

Gosto desta loja

Confiança sobre a loja

Frete mais rápido (caso houver)

Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

Auto atendimento

Chat com consultor

Através de ligações

Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

só compro online, ser bem atendido em todos os casos, por mais problemas que tenha eu resolvo meu problema por ser bem atendido. Sobre a boa avaliação é consequência dos demais, uma boa avaliação é porque o atendimento foi eficaz não apenas para mim.

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

entrega, prazos, qualidade e atendimento.

---

# Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

vbotingnon@neoassist.com

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

Dividimos as despesas básicas e temos contas individuais.

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra?  
(Descrever em meses)

2

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

---

13- Explique em poucos palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

Prazo de entrega, preço e qualidade do produto

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

Itens que procuro para ter segurança, conforto de comprar online e economia.

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Atendimento por chat, telefone e email. Nessa ordem, que funcionem de forma clara, rápida e objetiva.

---

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

marciozocatelli@gmail.com

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

As compras em nossa família sempre são coletivas, acredito fazer parte de um bom relacionamento a informação e o envolvimento.

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra?  
(Descrever em meses)

1 mês

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

Autonomia, rapidez e praticidade

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

---

13- Explique em poucos palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

Sem dúvida a confiança e o bom atendimento (mesmo que seja um autoatendimento ele precisa ser bom, pensando em quem vai se autoatender)

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

Toda compra está associada a satisfazer uma necessidade, ser bem atendido, ter confiança e a segurança de um coletivo avaliando a reputação dos produtos/loja, são fatores importantes para que a experiência seja satisfatória

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Acredito que falar a mesma linguagem do principal público da loja é importante, autoatendimento ou atendentes (Chat/Email) que dão respostas genéricas não geram uma boa experiência.

---

# Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

bognar\_junior@yahoo.com.br

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra? (Descrever em meses)

2 meses

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

Quando tenho as dúvidas sobre o produto que vou comprar e tem um auto atendimento, prefiro fazer, assim já vou direto e não preciso perder tempo esperando filas de chat ou mesmo telefone.

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

---

13- Explique em poucos palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

Bom atendimento, entrega dos produtos no dia marcado ou antes do prazo, se o produto oferecido realmente tem a qualidade mencionada no site

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

A opinião das pessoas que já compraram na loja e a reputação da loja são as melhores formas de se avalia-la, outra coisa que levo em consideração também é o bom atendimento, pois o cliente é o maior bem da loja e se eles tratam o cliente mal, não merecem que eu compre meus produtos com eles

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Enviar emails quando o cliente finaliza a compra, sugerir produtos semelhantes quando comprei um determinado produto, ou mesmo sugerir um produto mais barato ou mais vantajoso, um bom atendimento no chat, com operadores preparado para tirar as dúvidas, pouco tempo de espera para ser atendido, etc..

---

# Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

tgarcia@neoassist.com

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

Temos liberdade para tomarmos a decisão sozinhos

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra?  
(Descrever em meses)

Comprei essa semana

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

Praticidade

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

---

13- Explique em poucas palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

Preço e agilidade

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

Sou uma pessoa pratica e objetiva

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Informações claras e objetivas

---

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

alinepbastos@gmail.com

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra?  
(Descrever em meses)

menos de 1 mês

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

Muitas vezes o auto atendimento não traz as informações relevantes

---

13- Explique em poucas palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

preço, política de frete e descontos personalizados

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

Transações comerciais online ainda sofrem com problemas de segurança, problemas com entrega. A loja quando passa confiabilidade e ainda preços bons, política de frete acaba fidelizando o cliente.

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Personalização e rapidez no atendimento ao cliente

---

# Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

adeweik@neoassist.com

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra?  
(Descrever em meses)

1

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

facilidade e rapidez

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

---

13- Explique em poucas palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

atendimento e entrega

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

00

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

auto atendimento

---

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

julianacrossi@gmail.com

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

Indicação de amigos

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra?  
(Descrever em meses)

1 mes

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

---

13- Explique em poucas palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

Facilidade do pagamento, isenção de frete e indicação

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

Percepções de um todo

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Oferecer isenção de frete e/ou estipular um valor mínimo e oferecer "combo" de produtos com valores diferenciados

---

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

thaahduarte@gmail.com

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra?  
(Descrever em meses)

4 meses

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

Praticidade, uma vez que não dependerei de outra pessoa ou aguarda uma resposta, eu mesma irei atrás da resposta.

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

---

13- Explique em poucos palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

Preços praticados, qualidade na sua informações oferecidas no site e o tempo de entrega.

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

Ter bom preço e ser bem atendido é essencial em qualquer loja física ou online e avaliação conta muito, uma vez que é a reputação da loja.

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Respostas rápidas e diretas, ajuda muito ao procurar as informações. Muitas vezes aqueles textos longos, cansam e eu nem leio até o final.

---

# Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

thaiscanola@gmail.com

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra?  
(Descrever em meses)

0 meses

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

Hábito

---

13- Explique em poucas palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

Entrega rápida, frete grátis ou justo e a qualidade do produto ofertado.

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

A reputação da marca é de extrema importância para minha decisão, pois gera menos dúvidas sobre a qualidade da loja, além da certeza de não ser "golpe" de Internet. Os outros motivos são secundários, por comodidade.

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Facilidade no atendimento via telefone para resolver qualquer problema imediatamente.

---

# Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

hldmeirelles@gmail.com

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

Garantir uma melhor escolha.

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra?  
(Descrever em meses)

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

Objetividade

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

---

13- Explique em poucas palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

Cumprimento do todo, desde o pedido até o recebimento.

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

A possibilidade de satisfação.

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Facilidade de tirar dúvidas.

---

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

renatacalheiros32@yahoo.com.br

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

Pq ele me ajuda a pagar caso eu não consiga

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra?  
(Descrever em meses)

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

---

13- Explique em poucas palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

Sempre bom saber com outros usuários se o produto é bom

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Uma boa explicação do produto

---

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

robson.martinslm@gmail.com

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

Eu sou responsável pela finança

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra?  
(Descrever em meses)

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

---

13- Explique em poucos palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

Atender minhas necessidade

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Ser uma loja confiável

---

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

lucasbcd@gmail.com

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

Cumplicidade.

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra?  
(Descrever em meses)

Comprei este mês.

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

Prefiro evitar o contato direto com atendentes, para agilizar o processo.

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

---

13- Explique em poucos palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

Oferta de produtos, tempo do frete, rapidez, promoções.

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

Preço é importante para a economia. Já a reputação da empresa me dá uma certa garantia/tranquilidade com a compra.

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Considero que sendo o mais claro possível, evitando que o cliente tenha qualquer dúvida que a faça desistir de realizar a compra. Portanto uma empresa que tenha avaliado todos os cenários e colocado soluções para todos eles, é a empresa mais bem preparada para atender as duvidas que possam surgir.

---

# Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

alessandracasella@hotmail.com

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra?  
(Descrever em meses)

Alguns dias

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

---

13- Explique em poucos palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

Qualidade do produto e entrega eficiente

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

Garantia de ter um bom produto

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Comunicacao clara e completa

---

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

dan.adb@hotmail.com

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

Minha mulher e eu temos uma vida financeira conjunta.

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra?  
(Descrever em meses)

6 meses

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

---

13- Explique em poucas palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

Produto bom, vendedor / loja com bom atendimento.

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

Precisa ser um conjunto de fatores positivos.

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Quanto mais rápido, agil, e eficiente for o atendimento. Mais e Melhor conquista seu comprador.

---

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

juconaga@yahoo.com.br

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

Temos esse costume de compartilhar todos os tipos de decisões.

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra?  
(Descrever em meses)

1 mês

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

Tenho preferência em tirar dúvidas com algum especialista que a empresa possa oferecer.

13- Explique em poucas palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

Confiança.

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

Fatores que eu busco em uma loja online

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Uma boa ferramenta de busca

---

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

bjanefeitosa@hotmail.com

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

Opinião do meu marido é importante.

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra? (Descrever em meses)

1 mes

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

Prefiro desenvolver um dialogo com a empresa

---

13- Explique em poucos palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

O sucesso da compra anterior.

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

Porquê preço e qualidade são primordiais.

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Atendimento telefônico 24 horas.

---

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

deisemoraes@uol.com.br

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

Fazemos um planejamento financeiro. Então precisamos estar em sintonia para que tudo ocorra bem.

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra? (Descrever em meses)

1 mês

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

---

12- Caso não tenha citado "tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido" na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

Me traz mais segurança na compra quando consigo tirar minhas dúvidas com representante da empresa.

---

13- Explique em poucas palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

Confiança e Credibilidade em todo processo de compra do produto, inclusive o pós venda.

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado "o serviço de atendimento" na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

Penso ser no mínimo itens básicos para que uma empresa possa atender os consumidores.

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Prontidão e conhecimento do seu produto.

---

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

rafaelvarla@hotmail.com

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

As contas são em conjunto

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra?  
(Descrever em meses)

1 mês

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

Prefiro falar com um atendente em tempo real

---

13- Explique em poucas palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

Agilidade na entrega e atendimento

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)

Gosto desta loja

Confiança sobre a loja

Frete mais rápido (caso houver)

Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

Auto atendimento

Chat com consultor

Através de ligações

Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

Ser bem atendido é primordial e a loja ter boa reputacao traz confiança na hora da compra

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Gosto muito de chat e auto atendimento

---

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

cacl.brunozarista@gmail.com

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra?  
(Descrever em meses)

1 mês

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

Praticidade

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

---

13- Explique em poucas palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

Compra realizada com sucesso no prazo estabelecido.

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

Segurança de que meu produto será entregue.

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Ela memoriza produtos que eu tive interesse, além de me mostrar de novo quando faço login, me manda por e-mail propostas sobre o produto.

---

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

pedrohacruz@gmail.com

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

Alinhamento , opinião

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra?  
(Descrever em meses)

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

---

13- Explique em poucos palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

Entrega

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

A condição do preço

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Canal de relacionamento com o cliente

---

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

mariananotari@yahoo.com.br

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra?  
(Descrever em meses)

Menos de 1 mês

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

Rapidez para buscar a solução da dúvida de forma rápida

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

---

13- Explique em poucas palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

Quando o produto chega no prazo ou antes do prazo estipulado

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

Geralmente os produtos tem preços similares em lojas com reputacao no mercado, o que diferencia é em relação ao frete. O que se torna meu principal fator para tomada de decisão

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Frete rápido. Produtos de consumo, calcularem o tempo médio para que se possa se consumido e sugerir uma nova compra quando meu produto estiver acabando. Auxiliaria eu lembrar que preciso comprar novamente.

---

# Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

daniloluiz@hotmail.com

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

Financeira

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra? (Descrever em meses)

1 mes

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

Duvidas

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

---

13- Explique em poucos palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

Confiança

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

Confiança

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Pre venda

---

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

barbosa.brunasilva@gmail.com

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

Porque partilhamos nossas vidas e queremos que nossas decisões sejam tomadas em conjunto.

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra? (Descrever em meses)

2

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

Não acho prático e rápido atendimento por telefone ou chat.

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

---

13- Explique em poucas palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

Entrega rápida e com produto sem defeito.

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

Para fazer uma compra pela internet busco confiança no site para não haver nenhuma dor de cabeça, preço baixo e frete grátis.

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Deve ser uma estratégia que garanta respostas claras e rápidas. Precisa também demonstrar, quando necessário, que existe um atendimento personalizado.

---

# Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

rafaelacotrim1@hotmail.com

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra?  
(Descrever em meses)

2 meses

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

Praticidade e agilidade

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

---

13- Explique em poucos palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

Qualidade do produto, valor do frete, custo x benefício do produto e compra.

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

Preço é algo sempre a se pensar e analisar. É importante que a loja tenha uma boa reputação, para passar credibilidade e confiança. Frete grátis é amor, geralmente alguns fretes são fixos ou com valor muito elevado. As avaliações são sempre importantes para termos noção das experiências de outros usuários.

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Uma maior variedade de perguntas frequentes, nem sempre o que eu tenho dúvida está lá;

# Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

rpassuelo@hotmail.com

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

Em relação a questão financeira, pq tudo que gastamos é em comum acordo e também por uma questão de opinião.

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra?  
(Descrever em meses)

Mais ou menos uns 6 meses

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

Rapidez na resposta

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

---

13- Explique em poucas palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

Preço e facilidade em ter as respostas desejadas

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

Preço baixo é importante para economizar, uma boa reputação da loja e uma boa avaliação de outros usuários gera confiança, frete grátis é sempre bem vindo, agora qto a ser bem atendido considere em resposta levando em consideração boas informações que a loja tiver na página.

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Colocar todas as informações necessárias na página, sem ter que precisar recorrer a outros atendimentos, pq geralmente qdo compro online é pela rapidez e facilidade. Prefiro ter tudo ali em mãos do que ficar recorrendo a atendimentos alternativos como chat, email e outros.

---

# Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

betinha.bete22@bol.com.br

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

Separação

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra?  
(Descrever em meses)

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

---

13- Explique em poucos palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

Procuro sempre produtos de qualidade

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Produtos de qualidade e preço acessível pronta entrega isso no máximo uma semana para a entrega

---

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

mtbarbosa@neoassist.com

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra?  
(Descrever em meses)

menos de 1 mês

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

rapidez e facilidade

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

---

13- Explique em poucas palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

facilidade na hora do check out e rapidez da entrega.

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

experiencias com as lojas online que ja comprei

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

cadastro rápido com login do facebook ao invés de ficar preenchendo todas minhas informações.

---

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

rcestari@neoassist.com

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra?  
(Descrever em meses)

2

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

Na verdade, gostaria que as informações já estivessem no checkout. São muito simples e não iria gostar de perder tempo entrando em contato com a central de relacionamento. Por isso, o caminho mais rápido depois de ter essas informações diretamente no checkout seria o autoatendimento.

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

---

13- Explique em poucas palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

O quão foi fácil comprar, melhor oferta de preços quando pesquisei pela primeira vez, entrega dentro do prazo, etc. Na real, se eu não tive nenhum problema e o preço foi bom da primeira vez, volto a fazer negócio com a mesma loja.

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

Preço porque posso comparar. Então comparo entre as lojas que confio o melhor preço. O bom atendimento e a avaliação de outros usuários é critério de desempate, mas considero fundamentais. Se são muito ruins, desclassifico na hora.

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Ela deve disponibilizar TODAS as informações que eu quero sobre produtos, serviços e quaisquer outras coisas que ofereça. Não preciso de atendimento para esclarecer dúvidas. No entanto, se eu tiver problemas, o atendimento precisa ser o mais rápido e efetivo o possível.

---

# Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

gpinh3iro@gmail.com

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra? (Descrever em meses)

2 meses

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

Praticidade e agilidade

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

---

13- Explique em poucos palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

Preço e prazo de entrega

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

Experiências anteriores tanto positivas quanto negativas

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

As lojas precisam focar em TMA. Independente do modo de atendimento, precisam ficar no máximo 30 segundos com o consumidor. O consumidor não tem mais tempo, cada segundo vale ouro.

---

# Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

laura.storni@gmail.com

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra? (Descrever em meses)

3 meses

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

Falta de costume

---

13- Explique em poucos palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

Entrega dentro do prazo

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)

Gosto desta loja

Confiança sobre a loja

Frete mais rápido (caso houver)

Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

Auto atendimento

Chat com consultor

Através de ligações

Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

Bom atendimento pra mim é essencial em qualquer serviço

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Uma boa estratégia de atendimento é profissionalizar os funcionários para que eles entendam as políticas de compra e entrega adotadas pela empresa.

---

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

ataideoliveirafilho@gmail.com

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

O dinheiro é nosso. Logo para gastar tem que ter o conhecimento dos 2

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra?  
(Descrever em meses)

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

---

13- Explique em poucos palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

Não compro online

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Não compro online

---

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

As respostas não podem ser editadas

## Questionário - Atendimento pré-compra no varejo online.

Este questionário é como parte da pesquisa de Monografia para conclusão do Curso de MBA em Marketing pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Elaborado pelo Aluno Lucas Nicodemo Tojo.

Ao responder estas perguntas, eu concordo em disponibilizar minhas respostas para serem utilizadas como parte deste estudo.

Observação:

Auto atendimento é um sistema de respostas que une inteligência e tecnologia permitindo que as perguntas feitas pelos usuários sejam interpretadas e respondidas em tempo real. Isso é feito com a análise do banco de informações e com a comparação do comportamento do consumidor e palavras utilizadas por eles. A resposta automatizada é capaz de detectar e retornar instantaneamente, sem nenhuma intervenção humana.

### Endereço de e-mail \*

vtavares@neoassist.com

---

### 1- Sexo \*

- Masculino
- Feminino

### 2- Idade \*

- Entre 15 e 25 anos
- Entre 25 e 40 anos
- Acima de 40

### 3- Casado? \*

- Sim
- Não

4- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 3. Você costuma consultar seu cônjuge para efetuar suas compras?

Sim

Não

5- Caso tenha respondido "Sim" na pergunta 4, explique brevemente o motivo pelo qual há esta consulta.

---

6- Caso tenha respondido "Não" na pergunta 4, O que te motiva à não consultar o seu cônjuge?

---

7- Você costuma fazer compras online de produtos para o seu uso? \*

Sim

Não

8- Se "Sim" para a pergunta 7, há quanto tempo faz que não compra?  
(Descrever em meses)

Eu nunca fiz uma compra na internet, tirando ingressos para shows. Eu gosto muito de olhar e pesquisar tudo pela internet, mas sou muito ansiosa e prefiro escolher o produto e já sair com ele da loja, rs.

9- Ao comprar, o que você procura no check-out (carrinho de compra):

- Informações sobre pagamento
- Informações sobre o produto
- Comentários de outros usuários
- Produtos similares sendo ofertados
- Política de frete
- Não procuro nada e compro diretamente

10- Caso você tenha selecionado alguns dos itens a seguir na pergunta 9, tais como “Informações sobre pagamento ; informações sobre o produto ; comentários de outros usuários ; produtos similares sendo ofertados; política de frete”. Como você prefere obter a sua resposta?

- Falo com a central de atendimento via e-mail
- Ligo para retirar a dúvida
- Converso com a central de atendimento via chat
- Tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido
- Tento procurar em outras páginas

11- Caso tenha selecionado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, escreva em detalhes o que te levou a se auto atender.

Não ter que depender de ninguém.

---

12- Caso não tenha citado “tiro minhas dúvidas no auto atendimento quando oferecido” na pergunta 10, detalhe o motivo que o fez não se auto atender:

---

13- Explique em poucos palavras quais são os principais fatores que te levam a comprar pela segunda vez na mesma loja online:

No caso dos ingressos, facilidade no pagamento.

14- Em uma situação hipotética de compra online, onde após você ter analisado diversos sites de compra e ter se deparado que o valor do produto é o MESMO, o que te leva a comprar na loja A, ao invés da B:

- O serviço de atendimento (pré-vendas/pós-vendas)
- Gosto desta loja
- Confiança sobre a loja
- Frete mais rápido (caso houver)
- Facilidade de pagamento

15- Caso tenha citado “o serviço de atendimento” na pergunta 14, detalhe abaixo como prefere ser atendido(a) durante o processo de pré-vendas e por quais canais: (lembrando que você deve citar os canais de sua preferência).

- Auto atendimento
- Chat com consultor
- Através de ligações
- Através de e-mails

16- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para escolher sua loja online? \*

- Ter bons preços
- Ser bem atendido
- A loja ter boa reputação
- Frete grátis
- Boa avaliação de outros usuários
- Outros

17- Descreva com suas palavras o que te motivou a selecionar esta(s) opção(ões) acima: \*

Além do diferencial de preço, o principal é o bom atendimento. Eu, que tenho muita desconfiança em compras online, ganharia mais confiança se fosse bem atendida e fosse tratada com algum diferencial. ;)

18- Caso a loja tenha uma ferramenta de auto atendimento, você considera que este canal te auxilia no seu processo de compra, bem como na retirada de dúvidas? \*

- Sim
- Não

19- Descreva abaixo o que você entende como uma boa estratégia de atendimento que sua loja online favorita deveria aderir ou já pratica: \*

Tratar os clientes como únicos pra mim é o mais importante.

---

# Google Formulários