



**MetLife**

**Como a MetLife  
aumentou sua  
pontuação **NPS** em  
mais de **25 pontos**  
utilizando a voz do  
cliente**

Case Study – METLIFE

# O cliente

Gigante americana fundada há 150 anos, a MetLife é líder em seguros pessoais com 65.000 colaboradores, mais de 1M de clientes, operações em 43 países e capacidade de expandir fronteiras.

A empresa fez da centralização no cliente um objetivo de sua gestão. Todas as suas iniciativas de simplificação de processos, práticas de negócio (aceitação e gestão de riscos), digitalização e diversificação de carteira contribuíram para a melhoria contínua dos serviços e produtos oferecidos aos parceiros e clientes.

A cultura do cliente é muito forte na organização, assim como o relacionamento com o seu consumidor. Cada país tem um gerente de experiência do cliente e um time de especialistas técnicos e profissionais para identificar e realizar os projetos de CX da Companhia e projetos locais específicos.



Nosso compromisso com os clientes vai muito além da carteira de produtos. Nossos clientes precisam da MetLife em alguns dos momentos mais difíceis de suas vidas. Para nós, é essencial superar suas expectativas..

**Marie Skawinski-Caulliez**

Director of Operations Support Functions



**INDUSTRY**  
Seguros



**WEBSITE**  
[www.metlife.com](http://www.metlife.com)



**PRODUCTS**  
CX Solution

# Os desafios

## Melhoria da qualidade do serviço de acordo com as expectativas do cliente

A MetLife planeja implementar uma metodologia de loop fechado para processar e mensurar a voz do seu consumidor.

Numerosos projetos de “voz do cliente” estão sendo implementados no grupo. O foco é medir o relacionamento do cliente com a MetLife e seu desempenho em relação à concorrência. “O desafio inicial era definir as primeiras áreas de melhoria a serem feitas para aumentar a carteira de clientes e, ao mesmo tempo, a satisfação do nosso consumidor”, diz Skawinski-Caulliez.

## Processo simplificado para atender às necessidades de diferentes perfis de clientes

O desafio aqui é triplo. A MetLife deve desenvolver um site de cliente online, digitalizar seus métodos, elementos e processos, apoiar os corretores e consultores na implantação de uma oferta de alta qualidade, desenvolver um serviço de telemarketing e colocá-lo em conformidade com os novos regulamentos.

A empresa também tem como objetivo um plano para capacitar os colaboradores, começando com o aprimoramento das habilidades de aconselhamento dos corretores, promovendo uma cultura de escuta e empatia com o cliente.

# A Solução

## A gênese de uma **Estratégia de escuta**

Os pilares estratégicos são:

- ✓ Ouvir todas as fontes de feedback do cliente, solicitadas ou não, diretas ou indiretas, coletadas por agentes, corretores, atendimento ao cliente ou sistemas digitais.
- ✓ Analisar e categorizar o feedback do cliente.
- ✓ Identificar as causas deste feedback para construir um plano de ação.
- ✓ Priorizar as ações com foco no consumidor, entre elas em um comitê de gestão
- ✓ Avaliar o desempenho e verificar se as ações geraram resultados positivos



# A solução

## Lançar uma pesquisa NPS global cobrindo toda a **Jornada do Cliente**

**O NPS global permitiu identificar áreas críticas de insatisfação em diversos pontos de contato. Pode-se obter uma visibilidade detalhada por meio de perguntas abertas. As conclusões extraídas das causas das insatisfações definiram os principais itens de ação a serem implementados:**

- **Simplificação dos procedimentos para todas as transações**
- **Aumento o valor do aconselhamento do corretor**
- **Uma política de preços justos**
- **Gestão de risco precisa**
- **Excelência de serviço**

### **As medidas de desempenho utilizadas possuem 4 componentes**

- NPS transacional (tNPS) - Permite que os problemas do cliente sejam resolvidos no nível transacional
- Relacionamento NPS (rNPS) - Ajuda a melhorar a relação cliente-colaborador
- Employee NPS (eNPS) - Mede o comprometimento do colaborador
- Competitive NPS (cNPS) - Fornece uma referência, comparação competitiva, conselhos para decisões estratégicas e a capacidade de definir metas. O cNPS ajuda uma marca a conhecer sua posição competitiva e a tomar as decisões estratégicas necessárias.

# Resultados

**14 pontos**

**Aumento do NPS por  
feedbacks de  
problemas resolvidos**

**27 pontos**

**Aumento do NPS  
devido à  
interações com os  
corretores**



# Resultados



## A estratégia de escuta gerou os seguintes resultados:

- ✓ Evolução da oferta com lançamento de novo produto 100% digital
- ✓ Simplificação de procedimentos e práticas de negócios
- ✓ Tempo de processamento reduzido
- ✓ Maior conhecimento do cliente em relação ao barômetro de emoções e compreensão dos critérios de cancelamento
- ✓ Excelência de serviço

# Obrigado!

Descubra nossas outras soluções para  
Ratings and Reviews & Video Content

[Skeepers.io/br](https://Skeepers.io/br)

**S**KEEPERS