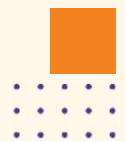


GESTÃO DE INDICADORES



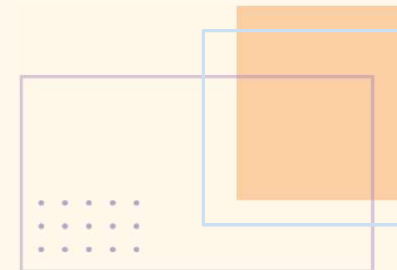
Prof.^a Ma. Fernanda Bueno Grizos de
Carvalho

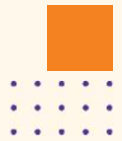


Encerramento da Unidade

Competência Unidade

Compreender o conceito de indicadores e sua importância na gestão e aplicar critérios adequados para a seleção de indicadores que estejam alinhados com os objetivos estratégicos da organização.





O que são Indicadores?

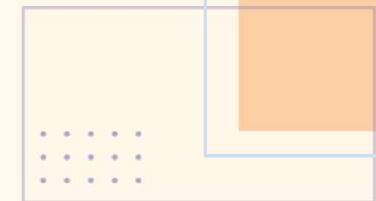
- Indicadores são medidas ou métricas que fornecem informações quantitativas ou qualitativas sobre o desempenho de uma organização em relação a seus objetivos e metas.

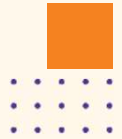
Tomada de
decisões

Mensuração e
avaliação de
processos e
resultados

Identificação
rápida de erros

Busca por
melhorias
contínuas





Seleção de Indicadores

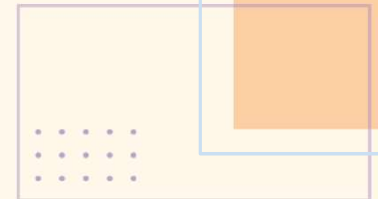
Definir objetivos estratégicos claros.



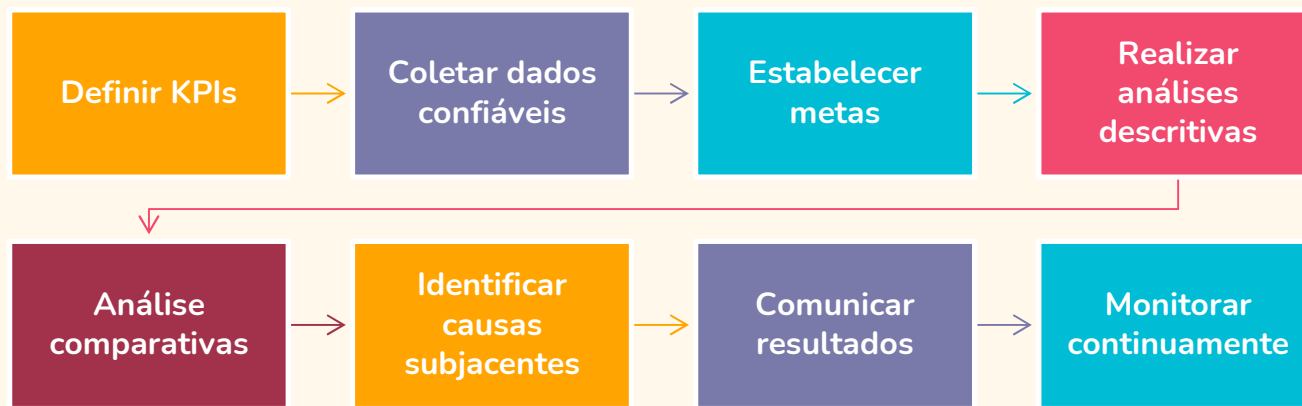
Identificar aspectos críticos relacionados a esses objetivos.

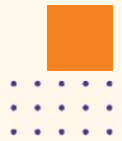


Escolher indicadores com base no tipo da empresa, tamanho, estrutura de medição e estágio de desenvolvimento.



Implementação de Indicadores





Práticas Essenciais para Garantir o Sucesso

Estabelecer metas claras e mensuráveis.



Criar linhas de base para medir o progresso.



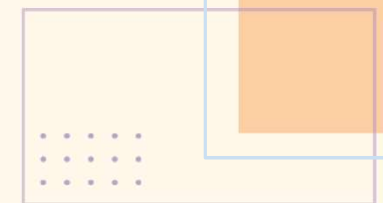
Monitorar regularmente e coletar dados consistentes.

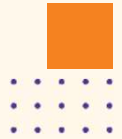


Analisar indicadores e comunicar resultados de forma clara.



Identificar relações de causa e efeito.





Revisão e Ciclo de Vida dos Indicadores

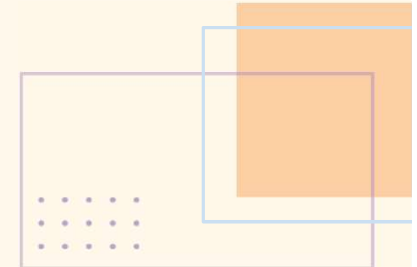
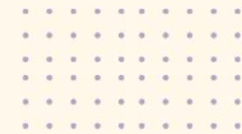
Revisão ao longo do tempo devido à evolução dos processos empresariais.



Estabelecimento de um ciclo de vida para os indicadores.

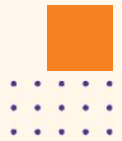


Analisar a capacidade de medir eventos ao longo do tempo.



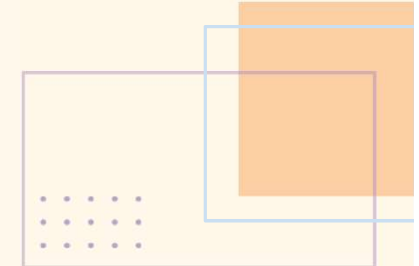
Na Prática

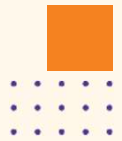




Empresa ABC

- A empresa ABC de desenvolvimento de aplicativos móveis enfrenta uma queda na satisfação do cliente e nas taxas de retenção de usuários.
- A alta direção reconhece a importância dos indicadores de desempenho, mas não sabe quais métricas priorizar.
- O desafio é identificar indicadores relevantes, coletar dados para entender as causas da insatisfação e queda na retenção, e implementar estratégias para melhorar o desempenho, garantindo monitoramento contínuo e adaptação às mudanças no mercado.





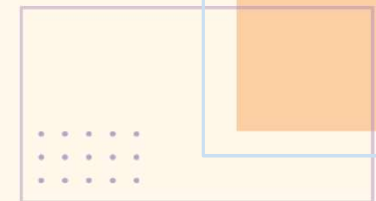
Resolução

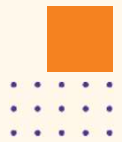
Definição de Objetivos Estratégicos

- Melhorar a qualidade do suporte, otimizar o tempo de resposta e aprimorar a usabilidade dos produtos.

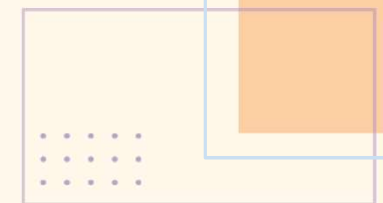
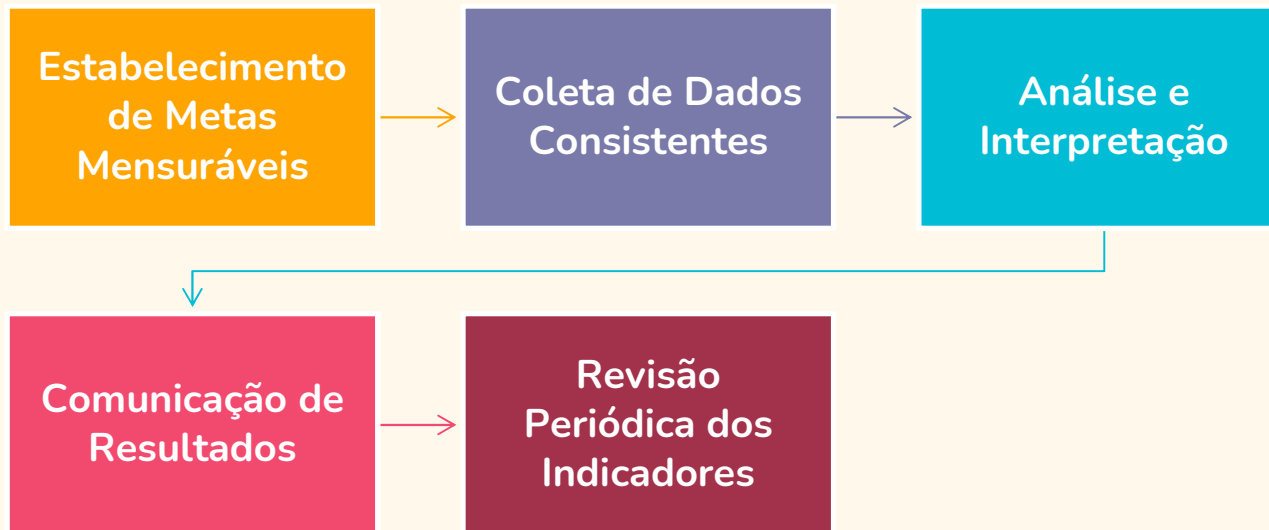
Identificação KPIs

- Net Promoter Score (NPS), tempo médio de atendimento ao cliente, taxa de resolução no primeiro contato e feedbacks em canais online, para mensurar a satisfação do cliente.





Resolução



Obrigada!



Prof.^a Ma. Fernanda Bueno Grizos de
Carvalho