

**ARTIGO 83**

**TRANSFORMADOR**

**A MAIORIA DAS  
ORGANIZAÇÕES USA  
SURVEYS COM  
MENTALIDADE PESSIMISTA  
FOCADA EM PROBLEMAS**



## INTRODUÇÃO

A maioria das empresas envia pesquisa de satisfação com uma pergunta central:

*“O que deu errado?”; “Aonde não atendemos bem?”; “Qual foi seu problema?”.*

E aí se surpreende quando recebe reclamação, frustração, negatividade.

Mas não é surpresa. É consequência.



Quando você convida o cliente a procurar problema, ele procura problema.

Mesmo quando a experiência foi boa, você o força a focar no que não funcionou.

Isso não gera clareza, gera distorção. E prende a empresa na mesma mentalidade pessimista que ela diz querer evitar.



## O IMPACTO DO FOCO INICIAL

Pesquisas mostram algo contraintuitivo, mas extremamente lógico: quando você começa perguntando o que deu **certo**, o cliente muda totalmente o estado mental.

Perguntas como:

- “O que funcionou bem na sua experiência?”
- “Aonde conseguimos te impressionar?”
- “O que você mais gostou do atendimento?”

fazem o cliente voltar para os momentos positivos da jornada.

E quando ele acessa esses momentos, três coisas acontecem de forma consistente:

1. Ele reporta mais satisfação;
2. Aumenta a percepção de valor;
3. Cresce a probabilidade de recompra e lealdade.

Não é *manipulação*. É simplesmente respeitar como a mente funciona: ela lembra do que é ativada para lembrar.



## O ERRO DAS EMPRESAS E O EFEITO PSICOLÓGICO

Quando você começa focando no **negativo**, cria um cliente *defensivo*, que procura *falha*, que responde a pesquisa *irritado*, mesmo que não estivesse.

Quando você começa pelo **positivo**, não está sendo superficial. Está criando um retrato realista da experiência.

Porque dados realistas incluem o bom e o ruim. E quando o cliente está emocionalmente equilibrado, ele consegue relatar os dois.

*O problema não é a pesquisa, mas a **mentalidade** com que ela é construída.*

- Empresas com pesquisas pessimistas geram dados pessimistas.
- Empresas que constroem pesquisas com mentalidade mais equilibrada obtêm dados confiáveis e acionáveis.



Negócios &  
Estratégias



**O QUE VOCÊ  
PERGUNTA MOLDA  
O QUE O CLIENTE  
LEMBRA E O QUE  
ELE LEMBRA  
MOLDA O QUE ELE  
RESPONDE.**



Negócios &  
Estratégias



Se você sente coleta dados, mas esses dados parecem sempre negativos, distorcidos ou pouco úteis, ou se percebe que falta um processo mais estratégico para transformar percepção em ação...

a Mentoria O Resgate te ajuda a construir exatamente isso: mecanismos de escuta que revelam valor, não só problema; processos que capturam a experiência real do cliente e decisões baseadas em insights profundos, não em ruído emocional.

[Acesse a](#)  
[Mentoria](#)  
[O Resgate](#)



[ojuliomonteiro.com](http://ojuliomonteiro.com)