

Utilizando o

# Customer Effort Score em UX



Hey!

Sou o Wesley Simões,  
UX Designer na AeC

Como encontrei o

**Customer Effort Score**

Depois desse  
estudo todo fiz o  
texto que dá nome  
pra palestra



# Como e onde surgiu

‘O conceito de esforço do cliente ganhou atenção em 2010, quando a Harvard Business Review publicou um artigo intitulado “Pare de tentar agradar seus clientes”. Nela, os criadores da métrica explicam que as empresas devem se concentrar menos em “encantar os clientes” e mais em resolver problemas de maneira rápida e eficaz.’

# CES 1.0

Criado em 2010

“Quanto esforço você teve que fazer para atender ao seu pedido?”

Muito baixo

Baixo

Neutro

Alto

Muito alto

# Como calcular

Na versão 1.0

O resultado é o percentual de respondentes que escolheram entre “Muito baixo” somado aos que escolheram “Baixo”.

# CES 2.0

Atualização em 2013

“A empresa facilitou a resolução  
do meu problema?”

Discordo totalmente

Discordo

Discordo parcialmente

Neutro

Concordo parcialmente

Concordo

Concordo totalmente



# Como calcular

Na versão 2.0

O resultado se dá através de uma média ponderada de todas as opções, sendo feita a divisão de **total de ocorrências** sobre **Número de respondentes**

# Quando usar

Ocasões onde a métrica  
cai bem

- Compras ou interações de vendas;
- Inscrições em programas ou serviços;
- Visitas ao site;
- Treinamentos e onboarding;
- Checkouts on-line;
- Reuniões com clientes ou consultas;
- Validação de uma feature nova

# Cases



Case 01

Utilizando como métrica de OKR

## Case 02

# Utilizando para Validação de MVP



Vitor Rodrigues Botega

Follow

Dec 5 · 1 min read

Segue exemplo de pesquisa que aplicamos em nosso MVP, utilizando a metodologia Customer Effort Score (Índice de Esforço do Cliente).

1. Quanto de esforço você teve para concluir sua compra?

- a) pouquíssimo esforço
- b) pouco esforço
- c) neutro
- d) bastante esforço
- e) esforço muito elevado

2. Você achou alguma parte desse fluxo difícil ou confuso? Se sim, com o que você teve problemas?

Se pelo menos 80% dos usuários tiverem pouco esforço, é uma suposição segura de que temos um design bem-sucedido. Se ficar na faixa dos 60 a 80%, provavelmente a interface está no caminho certo mas precisa de pequenos ajustes no tamanho, na cor, nos textos ou no layout para tornar as ações primárias utilizáveis. Se ficar abaixo dos 60%, é necessário repensar a proposta de valor, a arquitetura de informação e o fluxo das etapas.

# Quer saber mais coisas como:

- Como implementar o CES
- Como calcular ROI do CES
- Como melhorar sua pontuação CES
- Qual é uma boa pontuação CES?



[LIVRO]

# Guia Definitivo Customer Effort Score

Entenda como o esforço do  
cliente impacta seu negócio





# Obrigado!

[linkedin.com/in/uxsley](https://www.linkedin.com/in/uxsley)

[fb.com/uxsley](https://www.facebook.com/uxsley)

[instagram.com/uxsley](https://www.instagram.com/uxsley)

[medium.com/@uxsley](https://www.medium.com/@uxsley)



