



# 15 Métricas Essenciais para Gerir um Call Center de Alta Performance.



Se tem Dígitro, você sabe  
que pode confiar.

**dígitro.**



## Dicas para a leitura deste eBook

**Olá! Este eBook é um PDF interativo. Isso quer dizer que aqui, além do texto, você também vai encontrar links, botões e um índice clicável.**

Os botões no [canto direito superior](#) de todas as páginas servem para compartilhar o eBook em suas redes sociais favoritas. Se você gostar do conteúdo, fique à vontade para compartilhar o material com a sua equipe.

Na [parte inferior](#) da página, você encontrará um botão que o levará automaticamente de volta ao índice.

A partir dele, é possível acessar diretamente cada capítulo e navegar com facilidade pelo conteúdo.

Além disso, caso seu leitor de PDFs tenha uma área de 'Sumário' (Table of Contents), você também pode utilizá-la para explorar o e-book de forma rápida e intuitiva.

Como última dica, sempre que encontrar um [texto assim](#), saiba que ele é um link para uma página externa que pode ajudá-lo a se aprofundar no conteúdo.

Sinta-se à vontade para clicar!

Esperamos que essas funções te ajudem na leitura do texto.

Boa leitura!



Se você coordena uma equipe de atendimento ao cliente, sabe que seu papel vai muito além de apenas distribuir tarefas.

Você é o responsável por reconhecer as habilidades de cada membro e direcioná-las da melhor forma para o sucesso do time.

Liderar é um processo de desenvolvimento contínuo, que envolve não apenas a gestão, mas também a habilidade de lidar com desafios, adaptar-se a diferentes cenários e interagir com diversas frentes.

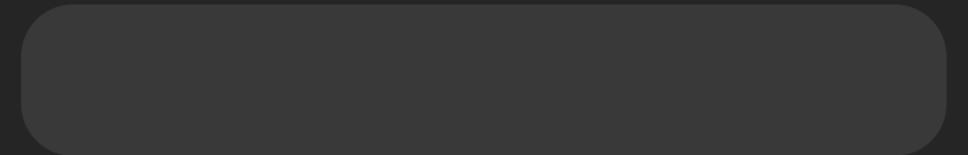
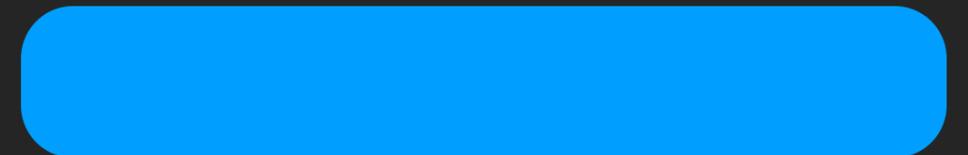
Um bom líder se destaca dentro das organizações porque compreende que o aprendizado é um caminho sem fim

— ele sabe que não detém todas as respostas e mantém a mente aberta para novas experiências e conhecimentos.

Por isso, este e-book é essencial para você. Ao acompanhar de perto as métricas de atendimento ao cliente, você poderá identificar oportunidades de melhoria e apresentar resultados ainda mais sólidos. Uma gestão baseada em dados torna seu trabalho mais estratégico, transparente e eficiente.

Mensurar o desempenho da equipe é a chave para aprimorar processos e maximizar o potencial do time. As métricas são ferramentas poderosas que permitem avaliar, comparar e otimizar cada etapa do atendimento.

Conheça agora as 15 métricas essenciais para coordenar uma equipe de atendimento ao cliente e tornar a sua gestão ainda mais eficiente.





# Índice

<b>Introdução</b> .....	3	8 - Taxa de abandono .....	17
<b>15 métricas de eficiência de um Call Center para coordenar uma equipe de atendimento ao cliente.</b> .....	5	9 - Customer Satisfaction Score (CSAT) .....	18
1 - Número total de oportunidades abertas .....	6	10 - Net Promoter Score .....	19
2 - Atividades realizadas .....	8	11 - First Contact Resolution (FCR) .....	21
3 - Tempo de resposta ao lead .....	10	12 - Tempo Médio de Espera (TME) .....	23
4 - Taxa de Follow-up .....	11	13 - Tempo de processamento .....	24
5 - Uso de mídias sociais .....	12	14 - Cadastro da Conta Atualizado .....	26
6 - Números de reclamações .....	14	15 - Número de contatos que desistem antes de receber o atendimento .....	27
7 - Custo de Aquisição de Clientes (CAC) .....	15	<b>Conclusão</b> .....	28
		<b>Sobre a Dígitro</b> .....	29



# 15 Métricas Essenciais para Gerir um Call Center de Alta Performance.



01

## Número Total de Oportunidades Abertas

Para ter uma equipe engajada ou uma central de atendimento produtiva, acompanhar certas métricas é essencial.

Principalmente na hora de fazer ajustes estratégicos com foco nos resultados esperados pela empresa.

Dessa maneira, sua equipe será cada vez mais imprescindível para alcançar o bem-estar do cliente. Avaliar o número total de oportunidades abertas, o número total de tickets ou chamados é um indicador importante para começar a entender o desempenho da sua equipe.

Por meio deste indicador você poderá saber, por exemplo, se a sua equipe é adequada para a demanda de trabalho.

Esta informação geralmente é fácil de ser encontrada, muitos sistemas e ferramentas conseguem apresentar estes dados ao toque de poucos botões.

Caso o número de oportunidades ou chamados abertos seja inferior à capacidade de atendimento do seu colaborador, multiplicado pelo número de atendentes, é um sinal claro de que a demanda da sua central de atendimento está abaixo da capacidade e, desta forma, você pode diminuir recursos nesta área e aumentar em outras, por exemplo.





**Clique aqui** e veja 5 dicas para melhorar a comunicação interna na sua empresa.

[IR PARA O ÍNDICE](#)

Outro aspecto essencial sobre oportunidades abertas são aquelas geradas durante o atendimento ao cliente.

Muitas vezes, um chamado pode levar à abertura de um novo, o que pode ser positivo ou negativo, dependendo do contexto e da natureza da solicitação.

Quando um chamado gera a abertura de outro durante um processo de venda, ele pode representar uma oportunidade de upselling ou até mesmo uma nova venda — e isso é extremamente positivo.

Porém, durante o atendimento ao cliente, a abertura de um novo chamado no meio de uma interação pode indicar dificuldades no processo.

Isso pode gerar estresse para o cliente e custos adicionais para a empresa.

Por isso é muito importante avaliar primeiro qual é a característica do seu setor e quais informações são realmente importantes para a sua realidade.

Além da consequência financeira, o baixo número do total de oportunidades ou chamados abertos, pode desmotivar a equipe, que acaba não podendo realizar as atividades para as quais foi treinada.

Por outro lado, estes números podem ser indicadores importantes para entender o nível de experiência do time, velocidade, entre outros aspectos essenciais.



## 02

# Atividades Realizadas



Essa métrica possibilita que você identifique as dificuldades da sua equipe. Ao saber o que está reduzindo a velocidade de execução do trabalho, você conseguirá acelerar a resolução dos problemas e, conseqüentemente, otimizar o seu processo.

Para analisar as atividades realizadas, é fundamental avaliar o processo e identificar quais tarefas o atendente executa do início ao fim do atendimento, além de medir a carga de trabalho da equipe.

Para mensurar esta métrica de produtividade de equipe, divida o número total de atividades realizadas pelo número de atendimentos feitos.

Por exemplo, quantas perguntas precisam ser feitas? Quanto tempo sua equipe leva para respondê-las? Os atendentes conseguem fornecer todas as respostas ou precisam fazer consultas adicionais?

O resultado será bastante relativo e, dependendo do seu segmento, é

possível diminuir o número de atividades realizadas a fim de resolver questões de forma mais simples.

Sendo assim, é preciso que essas atividades estejam facilitando e não dificultando o processo de atendimento ao cliente dentro da sua empresa.

Algumas burocracias são necessárias para a segurança e até sucesso do negócio, enquanto outras podem ser avaliadas e, quando possível, retiradas.



Essa métrica está diretamente ligada à resolução de casos. Por exemplo, as atividades realizadas estão influenciando o tempo de resposta dos chamados?

Esse fator também impacta o tempo médio de atendimento. Quantas horas são necessárias para solucionar um problema?

Existe a possibilidade de reduzir esse tempo sem comprometer a qualidade? Se sim, a otimização deve ser feita de forma estratégica, garantindo mais eficiência e produtividade para a equipe.





03

## Tempo de Resposta ao Lead

Essa é uma métrica importante para analisar a relação entre a proposta, a empresa contratante e o cliente. A velocidade é fundamental para aumentar as chances de resolução de um problema ou fechamento de uma venda. Por isso, analisá-la é essencial para o sucesso da sua equipe.

O tempo de resposta ao lead é bastante simples de mensurar, basta medir o tempo entre a solicitação de contato e a sua realização. Após essa divisão, você conseguirá garantir a qualidade no tempo de resolução de problemas.

Vamos exemplificar: se um cliente entra em contato solicitando o desligamento de um serviço de telefonia fixa, o tempo de resposta precisa ser o mais ágil possível.

Para isso, não basta apenas analisar a velocidade da resposta, mas também considerar o contexto do segmento.

Alguns setores, sejam eles de vendas ou não, exigem respostas mais detalhadas

e específicas. Por isso, conheça sua equipe, compreenda as particularidades da sua empresa e avalie essa métrica de forma equilibrada para garantir eficiência sem comprometer a qualidade do atendimento.



**Clique aqui** para conhecer o Interact, uma solução de Contact Center completa.



# 04

## Taxa de Follow-ups

O follow-up é uma métrica essencial para avaliar a persistência do atendente e sua proximidade com o cliente. Quanto mais ele demonstra interesse e disposição para ajudar, maiores são as chances de conversão.

Portanto, para conquistar esse cliente, é preciso que ele perceba esse interesse. Mesmo que a decisão leve um tempo, quando ele considerar contratar o serviço, lembrará da qualidade do atendimento recebido.

Outro aspecto importante do follow-up está relacionado à resolução de problemas.

Embora esse momento possa gerar estresse, ele também representa uma grande oportunidade de conversão e fidelização.

A cordialidade e a eficiência no atendimento faz com que o cliente se lembre positivamente da experiência.

Para chegar a esta métrica você deve identificar quantos contatos são necessários para se chegar a uma conversão.



05

## Uso de Mídias Sociais

O uso de mídias sociais é um diferencial eficiente para expandir o potencial da sua equipe.

Com essa métrica será possível analisar como e em quais momentos a equipe está utilizando as redes sociais para fechar vendas ou atender aos clientes, dependendo do foco da sua equipe.

É possível vender, por exemplo, pelo LinkedIn que é considerado hoje a maior mídia social profissional do mundo.

Essa é uma maneira inteligente de se aproximar dos seus prospects estratégicos.

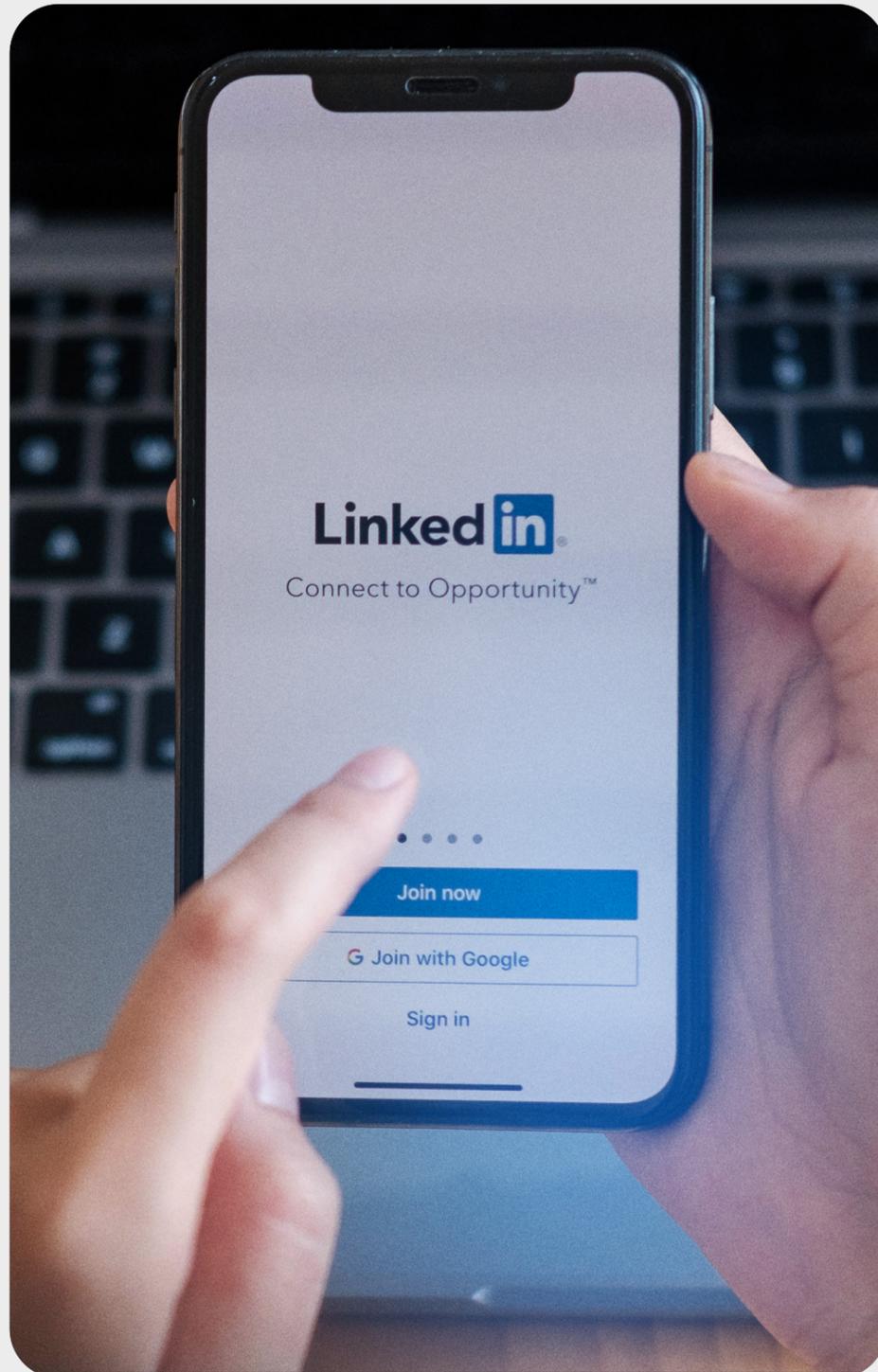
Outra vantagem das mídias sociais é a possibilidade de estreitar o relacionamento com o público e envolver sua equipe na resolução de problemas diretamente nesses canais.

Ao tornar esse processo mais acessível, os clientes se sentem parte do dia a dia da empresa, fortalecendo a relação e aumentando a confiança na marca.

Para obter essa métrica, é necessário analisar a quantidade de chamados recebidos via redes sociais.

Algumas plataformas permitem unificar esses atendimentos com outros canais, como telefone e e-mail, facilitando a mensuração e o acompanhamento dos dados. Com essas ferramentas, monitorar e interpretar essas métricas se torna muito mais simples e eficiente.

Essas ferramentas podem ser estratégicas para sua equipe, especialmente porque as novas gerações tendem a preferir as redes sociais em vez de canais tradicionais, como ligações telefônicas ou mensagens de texto via SMS.

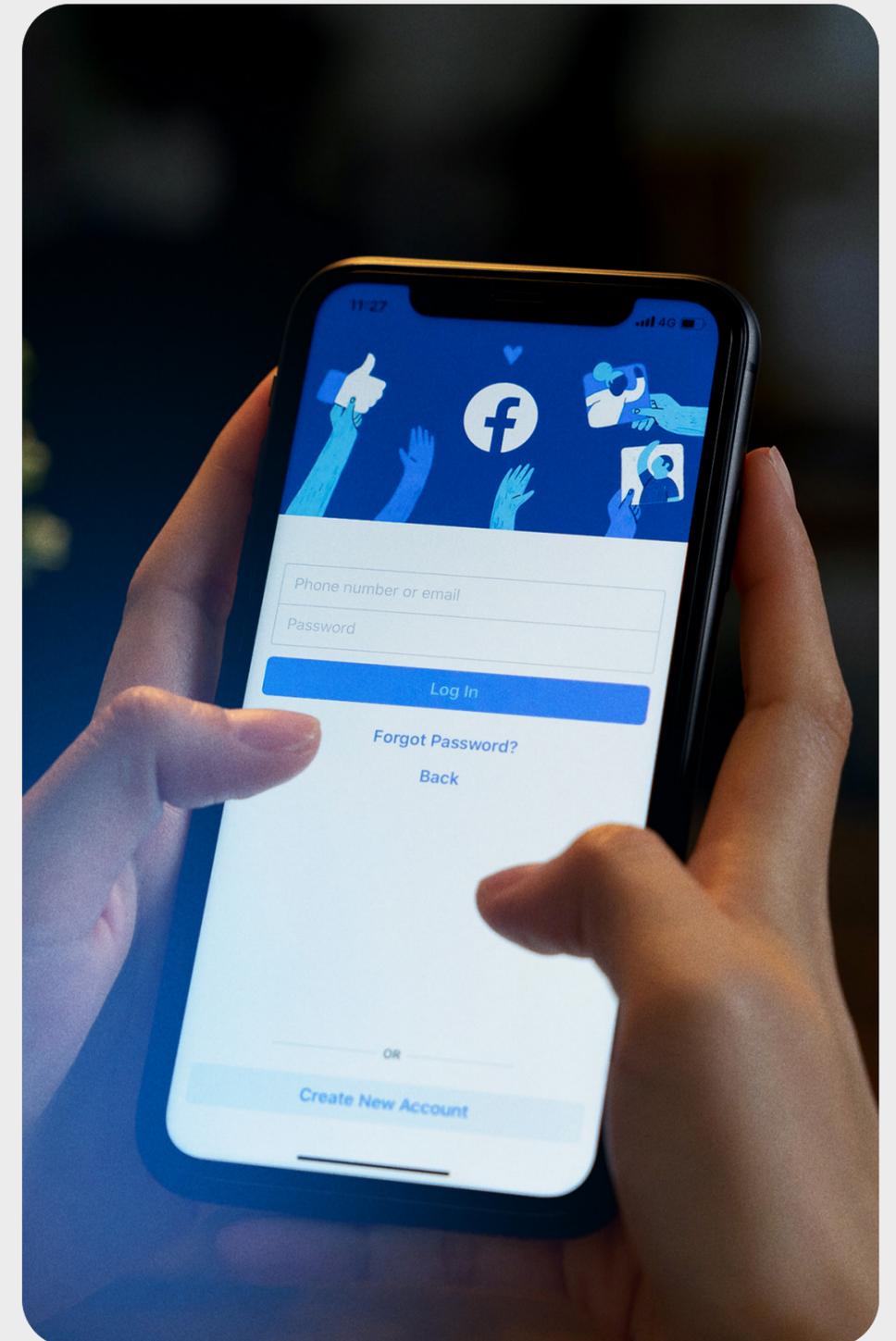


Analisar o uso de mídias sociais é investir no crescente número de atendimentos e vendas que são feitas e que podem ser exploradas com todo o seu potencial.

Como você pode utilizar as redes sociais à favor da sua empresa? Como pode capacitar a sua equipe para essa melhor utilização?

A primeira resposta com certeza é sim! Grandes marcas já investem em redes sociais.

Após os dados adquiridos com esta métrica, você pode elaborar uma capacitação para sua equipe voltada a redes sociais com profissionais do mercado, por exemplo.





06

## Números de Reclamações

Analisar a quantidade e o tipo de reclamações é uma métrica essencial para a equipe de atendimento ao cliente. Esse acompanhamento permite identificar padrões, corrigir falhas e aprimorar a experiência do consumidor.

Portanto, monitore o número de reclamações recebidas a cada mês, investigue suas causas e, dessa forma, entenda melhor os seus clientes para apostar em uma postura que evite novas queixas.

Lidar com reclamações pode ser desafiador, mas é importante lembrar que, ao entrar em contato, o cliente demonstra confiança na sua equipe para resolver o problema.

Esse momento pode se transformar em uma grande oportunidade e, analisá-lo de forma estratégica, é fundamental para o sucesso.

Por isso, mapear mensalmente ou trimestralmente o número de reclamações é um indicador essencial

da saúde da sua central de atendimento. Além disso, captar quantas dessas reclamações se converteram em oportunidades e avaliar o NPS após a resolução dos chamados são métricas fundamentais para medir a eficiência do atendimento e aprimorar a experiência do cliente.



**Clique aqui** e baixe nossa planilha para acompanhar os indicadores de desempenho da sua equipe.



07

## Custo de Aquisição de Clientes (CAC)

Para garantir o sucesso do atendimento ao cliente, é fundamental analisar também o custo de aquisição.

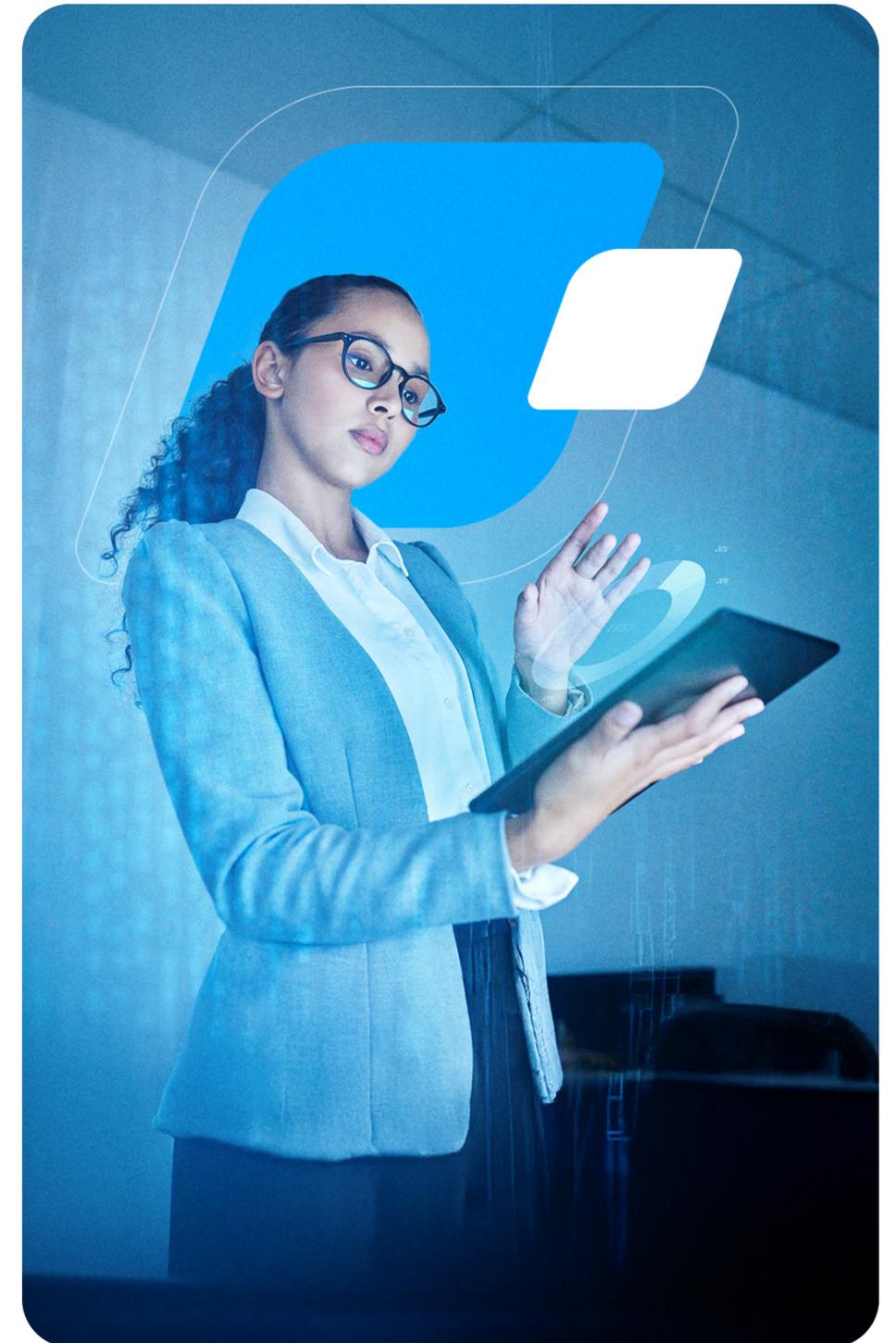
Para isso, utiliza-se a métrica de Custo de Aquisição de Clientes (CAC), que permite avaliar o investimento necessário para trazer novos clientes à base.

Para chegar a este número basta dividir a soma dos investimentos para adquirir um novo cliente pelo número de clientes conquistados em um determinado período.

Quando o CAC é muito alto, significa que a empresa está investindo mais do que o ideal para captar um cliente.

Monitorar essa métrica permite um melhor controle dos custos e torna os resultados mais eficientes.

Analisar este dado proporciona ainda que os gastos sejam projetados para não haver desperdícios em sua empresa e que sua equipe esteja preparada para saber quando e como deve agir em





situações onde o custo de aquisição do cliente for muito alto.

Outro aspecto essencial ao analisar essa métrica é avaliar o custo para fidelizar clientes em comparação ao custo de aquisição de novos.

Investir na retenção pode aumentar as chances de novas compras e fortalecer o relacionamento com a base de clientes.

Quando o cliente tem uma experiência de compra positiva e suas necessidades são atendidas, ele tende a se tornar um promotor da marca, compartilhando seus benefícios e atraindo novos consumidores.

Por isso, é essencial analisar o custo de aquisição e fidelização, garantindo que sua equipe de atendimento contribua para o sucesso da empresa.



08

## Taxa de Abandono

A taxa de abandono, também conhecida como churn rate, mede quantos clientes cancelam seu produto ou serviço a cada mês.

Embora o cancelamento possa ocorrer por diversos motivos, é fundamental partir do princípio de que ele pode estar relacionado a alguma falha na empresa.

Esse olhar crítico ajuda a manter o foco na satisfação do cliente e na identificação de oportunidades para melhorar a retenção.

Essa métrica permite identificar se a taxa de abandono está elevada e auxilia sua equipe a encontrar estratégias para aumentar a satisfação dos clientes.

Monitorar esse índice é essencial para garantir que a empresa mantenha um crescimento sustentável e se fortaleça no mercado a longo prazo.

O cálculo da taxa de abandono é simples: basta dividir o número total de cancelamentos pelo total de clientes ativos no último mês.

Por exemplo, se dois em cada vinte clientes cancelam o serviço mensalmente, a taxa de cancelamento será de 10%.

Além disso, a partir dessa métrica, é possível calcular o impacto do churn sobre a base de clientes e estimar a porcentagem de contas que estão sendo canceladas em relação ao total de clientes ativos da empresa.



# 09

## Customer Satisfaction Score (CSAT)

O Customer Satisfaction Score (CSAT) mede o quanto sua empresa atende às expectativas dos clientes dentro do seu segmento. Essa métrica é geralmente avaliada por meio de escalas, que vão de “muito satisfeito” a “insatisfeito”, resultando em uma média geral das respostas.

Lembre-se: o cliente é seu maior ativo, e compreender suas necessidades é essencial para aprimorar os serviços.

O CSAT pode ser aplicado por meio de pesquisas pós-compra, utilizando escalas para mensurar a satisfação do consumidor em diferentes aspectos da experiência.

No CSAT, algumas perguntas comuns incluem:

- Você está satisfeito com o prazo de entrega do produto?
- Como foi sua experiência com os vendedores?
- Seu problema foi solucionado de forma satisfatória?

Essa pesquisa tem um caráter mais específico e auxilia na otimização de processos, proporcionando uma melhor experiência ao cliente. Utilizar essa métrica permite identificar oportunidades de melhoria no atendimento e aprimorar a qualidade dos serviços prestados.



**!** [Clique aqui](#) e saiba mais sobre Customer Experience com o conteúdo do nosso blog!



10

## Net Promoter Score

O Net Promoter Score (NPS) é uma métrica amplamente utilizada que avalia o nível de satisfação e fidelidade dos clientes à sua marca.

Ele mede a satisfação do consumidor a partir de uma visão mais ampla, servindo como um ponto de partida essencial para analisar o desempenho do atendimento ao cliente.

Diferente do CSAT, que mede a satisfação com aspectos específicos da experiência, o NPS reflete a percepção

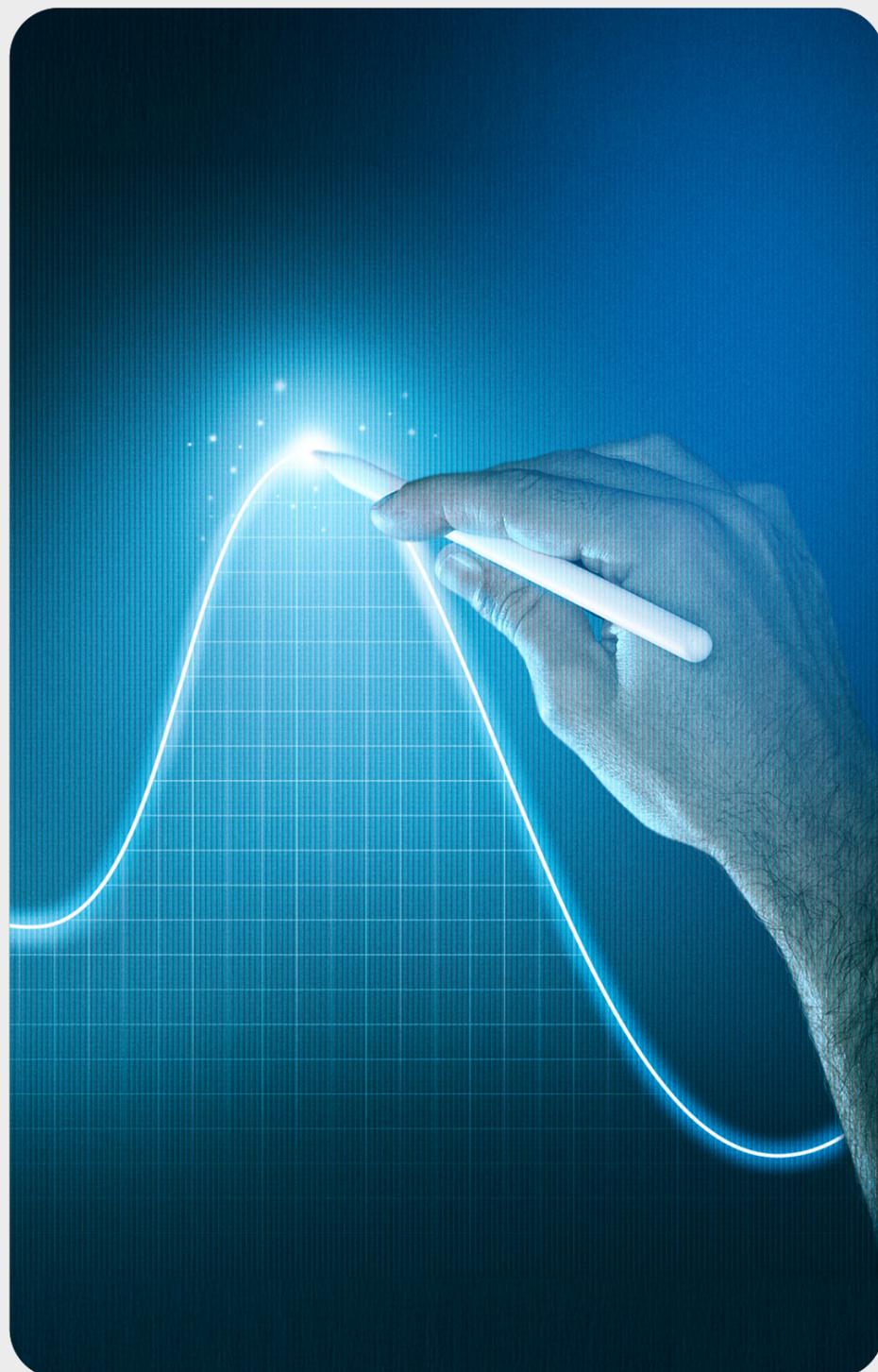
geral do cliente sobre a empresa e sua disposição em recomendá-la a outras pessoas.

O NPS se baseia na seguinte pergunta central: “Em uma escala de 0 a 10, o quanto você recomendaria nossa empresa/produto para um amigo ou colega?”

Clientes que respondem 9 ou 10 são considerados promotores, ou seja, entusiastas da marca.

Notas 7 e 8 representam os neutros, que não promovem ativamente, mas também não desaconselham.

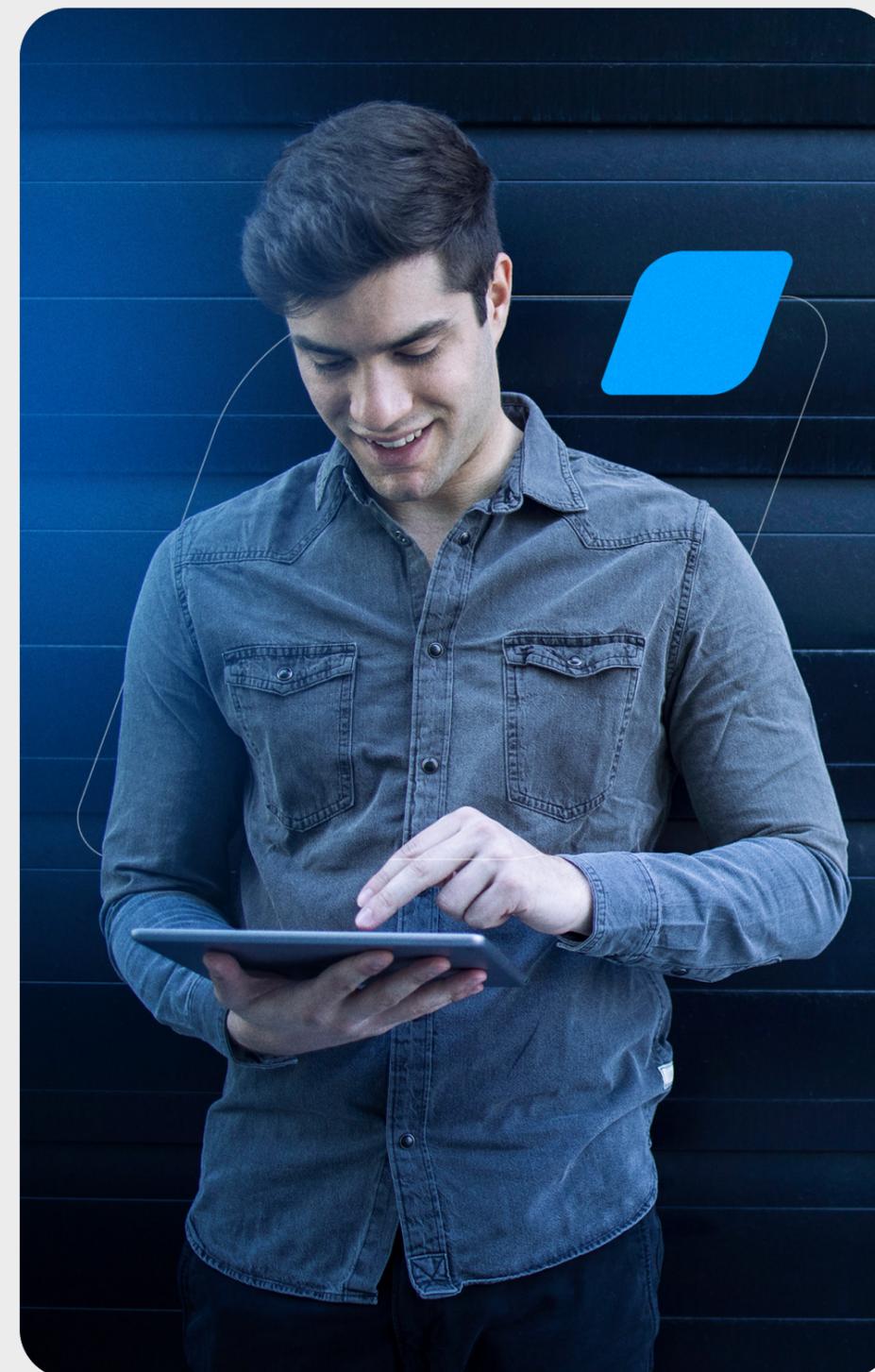
Respostas de 0 a 6 indicam detratores, clientes insatisfeitos que podem impactar negativamente a reputação da empresa.



O NPS não mede apenas a satisfação imediata, mas o impacto global da experiência do cliente com a marca.

Em um cenário onde a recomendação é um fator decisivo para novas aquisições, essa métrica se torna fundamental para aprimorar estratégias e fortalecer o relacionamento com os clientes.

Por isso, incluir o NPS na sua planilha de controle e análise permite otimizar o gerenciamento da equipe de atendimento e criar estratégias mais eficazes para a retenção e fidelização de clientes.





11

## First Contact Resolution (FCR)



Como o próprio nome sugere, o foco dessa métrica é avaliar a porcentagem de problemas solucionados logo no primeiro contato do cliente com o atendimento.

Ou seja, quanto mais rápido a demanda for resolvida, maior será a satisfação do cliente e menores serão os custos operacionais para a empresa.

Para calcular essa métrica, basta dividir o número total de atendimentos resolvidos no primeiro contato pelo total de chamados recebidos.

Um cliente satisfeito é um dos pilares do sucesso do negócio, e o FCR é uma ferramenta essencial

para avaliar a eficiência da equipe.

Essa métrica também oferece insights valiosos para feedbacks internos, reforçando a importância de um atendimento ágil e eficaz.

Como levantar esses dados?

- Aplicando pesquisas eletrônicas pós-atendimento.

- Monitorando tickets em aberto para verificar resoluções no primeiro contato.

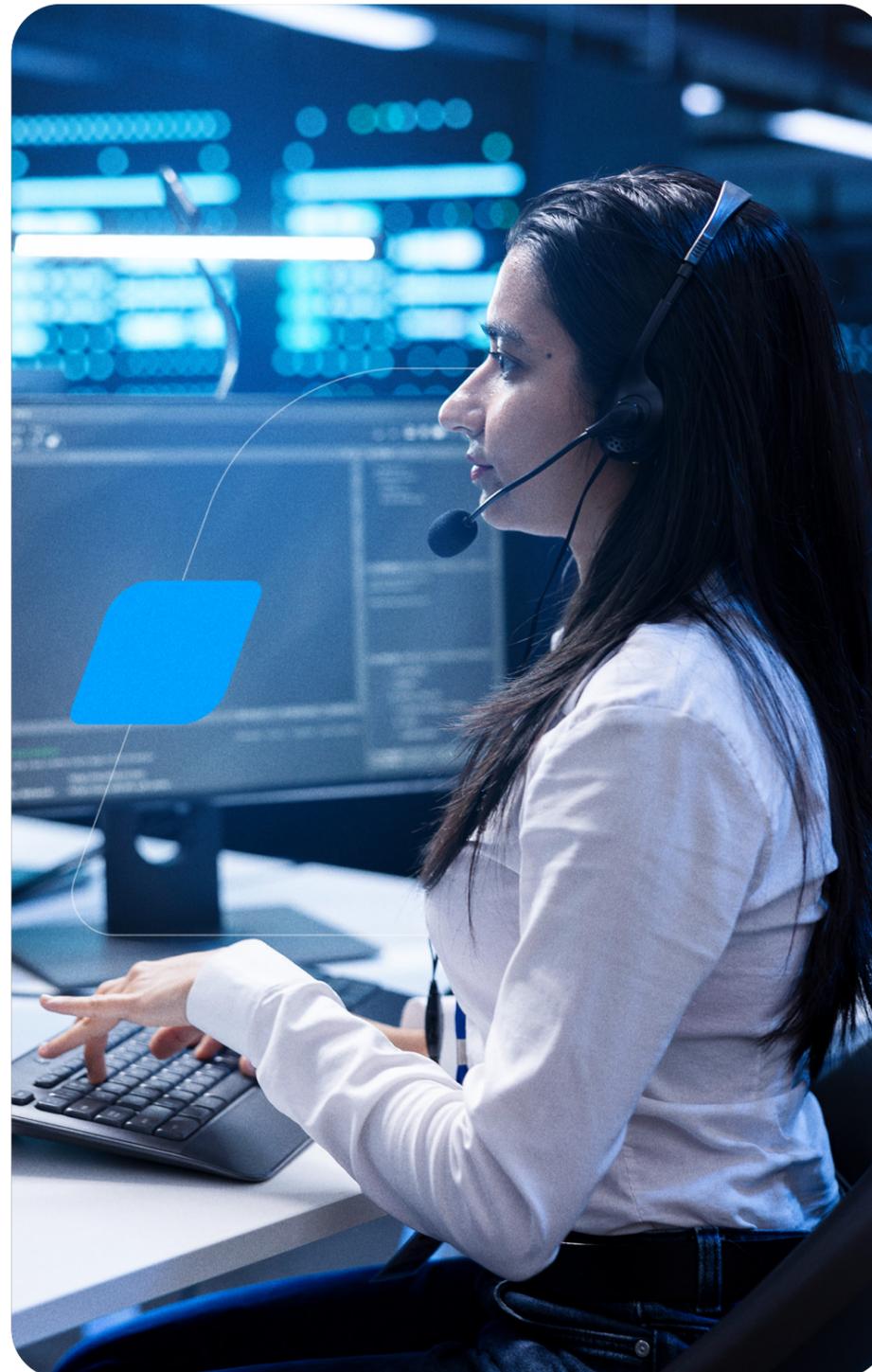
- Enviando pesquisas por canais como WhatsApp ou e-mail.



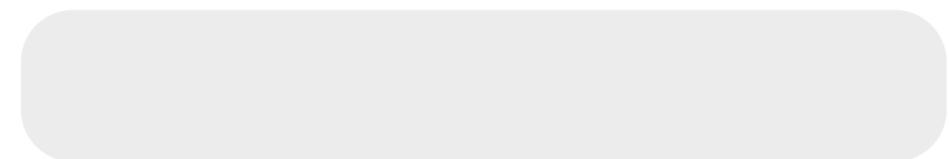
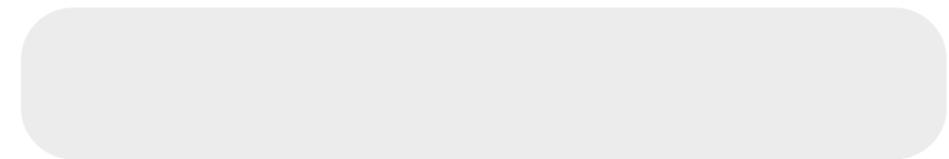
Os resultados dessa métrica não se aplicam apenas ao suporte técnico, mas também ao pós-venda, garantindo um atendimento mais eficiente e valorizando a experiência do cliente.

Além disso, o FCR pode ser utilizado para avaliar a qualidade do atendimento em sistemas de franquias, padronizando a experiência do consumidor.

Sempre que possível, evite transferências desnecessárias. O cliente precisa se sentir valorizado e confiante de que sua solicitação será resolvida sem precisar repetir informações para diferentes atendentes.



Embora algumas transferências sejam inevitáveis, investir na capacitação da equipe pode impactar significativamente a satisfação do atendimento, tornando-o mais eficiente e confiável.





12

## Tempo Médio de Espera (TME)

Quanto menor o tempo de espera por uma solução, melhor será a experiência e a satisfação do cliente.

Para calcular essa métrica, basta dividir o tempo total de espera pelo número de atendimentos concluídos.

Essa métrica permite avaliar se a equipe está bem direcionada, identificar possíveis lacunas de conhecimento e apontar a necessidade de novos treinamentos para corrigir questões que ainda não foram plenamente resolvidas.

A frase “Seu contato é importante para nós” precisa ser mais do que um discurso; ela deve ser aplicada na prática pelo time de atendimento.

Não basta apenas vender ou solucionar problemas - é essencial que isso aconteça com um tempo de espera reduzido, garantindo eficiência sem comprometer a qualidade do serviço.

Uma experiência ágil pode se tornar um grande diferencial competitivo. Por isso, explore esses dados estrategicamente,

analisando como a equipe pode otimizar processos e melhorar a taxa de resolução.

Para reforçar a importância dessa métrica, desenvolva estratégias de apresentação dos resultados, como reuniões, dinâmicas e treinamentos que demonstrem o impacto direto de um menor tempo de espera na satisfação do cliente e no sucesso das vendas.

 **Clique aqui** e saiba mais sobre o Fidelizador, uma funcionalidade do Interact voltada para a experiência do cliente.



# 13

## Tempo de Processamento

Diferente do tempo de resposta, o tempo de processamento mede o período em que a equipe trabalha ativamente para resolver um chamado ou responder a um questionamento do cliente.

Essa métrica não apenas avalia a rapidez da resposta, mas também a qualidade e a efetividade do atendimento.

Para entender melhor, vejamos um exemplo: um cliente entra em contato para cancelar seu cartão de crédito, alegando que as taxas são muito altas.

Quanto tempo sua equipe leva para elaborar uma resposta eficaz?

Embora a agilidade no atendimento seja essencial, a forma como a resposta é construída tem o mesmo peso na experiência do cliente.

Nesse caso, a equipe pode simplesmente processar o cancelamento ou explicar, de forma clara e persuasiva, os motivos das taxas, seus benefícios e possíveis alternativas antes de confirmar a solicitação.

Outro exemplo: um cliente realiza uma compra e entra em contato para entender a inclusão de uma taxa no valor final do produto.

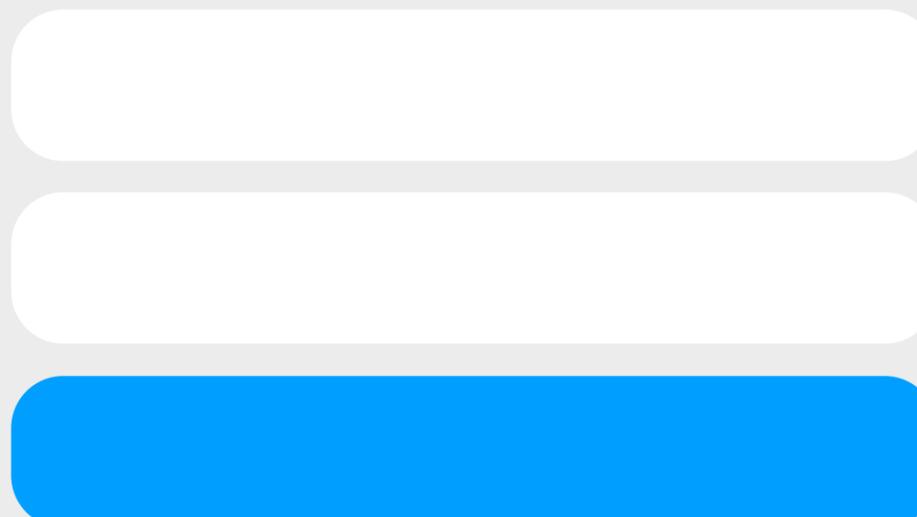
Aqui, além de responder rapidamente, é fundamental fornecer uma explicação objetiva sobre a cobrança e sua importância para garantir a qualidade do serviço ou produto oferecido.

Para que a equipe consiga transmitir essas informações com eficiência, é essencial que todos compreendam a importância dessas taxas e seu impacto para a empresa.



Para medir essa métrica, faça a seguinte pergunta: “Minha equipe está resolvendo os chamados de forma eficiente e assertiva?”

Se a resposta for sim, o próximo passo é aperfeiçoar o processo continuamente, garantindo mais produtividade para a equipe e maior satisfação para os clientes.





14

## Cadastro da Conta Atualizado

Para medir essa métrica, é necessário implementar um sistema de análise de cadastros atualizado.

Se o número de clientes com cadastro em dia for menor que o total de atendimentos realizados no mês, o resultado dessa análise será negativo, indicando a necessidade de melhorias no processo de atualização de dados.

Conhecer o perfil do cliente é essencial para o sucesso do atendimento. Além de saber com quem estamos falando,

entender seu comportamento permite antecipar riscos e aprimorar processos.

Manter cadastros atualizados com e-mails, telefones e informações relevantes, facilita a resolução de problemas e melhora a eficiência da equipe.

Essa métrica fortalece o relacionamento com o cliente, tornando-o mais estruturado e eficiente, além de garantir um atendimento mais ágil e personalizado.

Um cadastro atualizado impacta diretamente a comunicação da empresa, otimizando processos, reduzindo o tempo gasto na busca por informações em diferentes fontes e aumentando a relação custo-benefício das ações.

Com dados organizados, as soluções fluem com mais facilidade, proporcionando uma gestão mais estratégica e eficaz.



# 15

## Número de Contatos que Desistem Antes de Receber o Atendimento

Monitorar o número de clientes que desistem antes mesmo de receber atendimento é essencial para identificar falhas no processo.

Esse índice pode indicar insatisfação e revelar a necessidade de reduzir o tempo de espera da equipe.

Seja pela desistência de finalizar uma compra ou de resolver um problema, essa taxa evidencia a necessidade de ajustes na abordagem do atendimento.

Refleta sobre os possíveis motivos que levaram o cliente a desistir. Essa métrica funciona como um indicador para diversas outras, pois, geralmente, sua alta está relacionada a falhas em diferentes etapas do atendimento ao cliente.

Adotar a premissa de que a desistência ocorre devido a problemas internos é um ótimo ponto de partida para aprimorar

o serviço. Embora no início possa ser desafiado identificar as causas exatas, associar essa métrica a outras facilita o diagnóstico e a implementação de melhorias.

Trabalhe para aprimorar a qualidade do contato com o cliente e minimizar as desistências antes mesmo do atendimento ser iniciado.

Pequenas melhorias podem transformar a experiência e aumentar a taxa de retenção.



**Clique aqui** para ver mais dicas para um bom sistema de call center.



# A Gestão Baseada em Dados como Diferencial Competitivo.

No dia a dia do atendimento ao cliente, dados são gerados a todo momento.

A diferença entre operações eficazes e aquelas que enfrentam desafios constantes está justamente na forma como esses dados são coletados, analisados e transformados em ações estratégicas.

As métricas apresentadas ao longo deste material reforçam um ponto essencial: decisões bem fundamentadas substituem achismos e permitem uma gestão mais eficiente e orientada a resultados.

Quando esses indicadores são corretamente interpretados e compartilhados com a equipe, geram credibilidade, alinhamento e clareza sobre o impacto do trabalho realizado.

Implementar uma cultura orientada a métricas demonstra maturidade na gestão e prepara sua equipe para enfrentar desafios de forma estruturada.

Não se trata apenas de medir desempenho, mas de antecipar problemas, otimizar fluxos de trabalho e garantir uma experiência cada vez mais

satisfatória para o cliente.

Gerenciar uma equipe de atendimento é um desafio contínuo, mas contar com ferramentas e métricas adequadas permite um acompanhamento preciso da operação.

Com indicadores bem definidos, você ganha velocidade na tomada de decisões, fortalece sua equipe e constroi uma imagem de confiança para seus clientes.

A tecnologia e os dados estão à sua disposição para levar o atendimento ao próximo nível. Agora, cabe a você aplicar esse conhecimento e transformar sua operação em um diferencial estratégico.



Se tem Dígitro, você sabe  
que pode confiar.

**digitro.**

## Sobre a Dígitro.

Aqui na Dígitro, desenvolvemos e integramos tecnologias inovadoras, eficientes e seguras para empresas e instituições públicas.

Pioneiros no setor de tecnologia em Florianópolis, temos 40 anos de atuação.

Nossa tecnologia é 100% nacional, está presente em todos os Estados brasileiros e na América Latina.



# Porque a Dígitro:

- **Suporte em português**
- **Monitoramento 24/7**
- **Academia Dígitro**
- **Tecnologia 100% brasileira valorizando a economia nacional**
- **Certificada pelo Ministério da Defesa**

Reconhecidos pelo Ministério Brasileiro de Defesa como Produto e Empresa Estratégica de Defesa, somos referência em comunicação corporativa, contact centers e plataforma de inteligência.

Na área de Segurança e Defesa, mais de 90% das instituições utilizam nossas soluções.

Temos orgulho da conquista de mais de 3000 clientes e de 400 mil usuários impactados com as nossas soluções.

Nossa missão é contribuir para que as empresas e instituições enfrentem os desafios mais críticos de comunicação com soluções confiáveis e seguras.

Acreditamos que a tecnologia é o que transforma, por isso seguimos construindo o futuro com a certeza de que, onde houver um desafio, a Dígitro estará presente. Se tem Dígitro você sabe que pode confiar.



Se tem Dígitro, você sabe  
que pode confiar.

# dígitro.

[digitro.com](https://digitro.com)

Matriz Florianópolis: +55 (48) 3281-7000

São Paulo: +55 (11) 3346-5000 | 2172-5000

Brasília: +55 (61) 3424-0888



CRENCIADA COMO EMPRESA  
ESTRATÉGICA DE DEFESA

TECNOLOGIA BRASILEIRA