



No último artigo da série, *A Ferrari sem Rodas*, vimos que a única maneira de obter resultados de alta qualidade é submeter dados de qualidade a modelos de qualidade. Conforme o prometido, neste artigo apresentarei algumas dicas sobre como garantir a qualidade dos dados.

Vou começar com uma história vivenciada por mim. Na época eu era um técnico especialista em informática e nas minhas avaliações o Diretor de Serviços sempre dizia que embora eu fosse um excelente técnico era prejudicado no conjunto das minhas atribuições pela imp pontualidade no preenchimento dos relatórios de serviços.

Depois de algumas avaliações negativas, fiz o seguinte acordo com o Diretor de Serviços. Se ele me mostrasse o que estava sendo feito com os relatórios de serviços que eu enviava para a matriz da empresa no Rio Grande do Sul, eu mudaria os meus hábitos e passaria a preencher pontualmente os relatórios dos serviços que efetuava.

Durante uma visita à matriz da empresa lembrei o Diretor do nosso acordo e ele chamando o gerente responsável pelo recebimento dos relatórios de serviços pediu que nos mostrasse o que era feito com os mesmos.

Para nossa surpresa, o gerente apontou para uma grande caixa de papelão e disse que há anos eles eram guardados na mesma. O fato motivou a minha transferência para o Rio Grande do Sul, onde desenvolvi um sistema para digitar toda a caixa de relatórios e, a partir daí, todos os relatórios recebidos e, com isso, obter preciosos dados sobre a qualidade do atendimento de campo, como taxa de falhas, índice de reparo com uma só visita, tempo médio de reparo e taxa de reincidência de chamados, por equipamento, cliente, agência/ filial, cidade, etc. Foi o meu primeiro B.!!

Obviamente, por nunca ter sido feito nada com os dados, os primeiros relatórios e gráficos apresentavam uma confiabilidade questionável. Mas depois que todos começaram a ver que alguma coisa estava sendo feita com os relatórios que enviavam, a questionar os dados e a descobrir que o problema era na origem e a perceber o impacto positivo que essas informações geravam na satisfação dos clientes, passaram a colaborar e a qualidade dos dados aumentou exponencialmente.

Ou seja, é necessário em algum momento quebrar o círculo vicioso: os dados não são atualizados, porque ninguém faz nada com os mesmos e ninguém faz nada com os mesmos, porque não são atualizados.

A única maneira que vejo, aprendida nesses mais de dez anos de experiência, para fazer com que essa importante mudança cultural ocorra é olhar a realidade somente através do modelo, sem aceitar caminhos alternativos, como planilhas e relatórios que apresentem

orgulhosamente dados que não foram extraídos diretamente do sistema, e criar processos de negócio baseados nos dados do sistema como, por exemplo, o disparo da geração de leads para os vendedores que apresentem uma relação entre o pipeline e a quota inferior a três.

Implantar indicadores para monitorar constantemente a qualidade dos dados e incentivos para os que mantêm seus dados atualizados e com qualidade também ajuda muito. Um exemplo de um indicador de qualidade de dados para um sistema CRM é o Percentual de Atualização, que monitora a quantidade e o valor das oportunidades de vendas *abertas* no sistema com data de fechamento inferior à data de hoje. Obviamente, se uma oportunidade de vendas está aberta deveria estar com a data prevista para fechamento atualizada, maior ou igual à data de hoje, de forma a refletir corretamente a realidade. Evidentemente, existem várias outras boas práticas que ajudam a vencer este belo desafio e o primeiro passo a ser dado é fazer uma avaliação correta, tangível e sincera da situação atual.

Jorge Couto é Sócio Consultor da [BI Tools](#) e especializado em CRM analítico.