



Virando o jogo:
Como o McDonald's
reconstruiu sua reputação
no Reclame Aqui 🍷





CONTEXTO QUE ORIGINOU A ESTRATÉGIA

A experiência do cliente é o coração de qualquer negócio — e no setor de alimentação rápida, onde agilidade e satisfação caminham lado a lado, esse fator se torna ainda mais decisivo.

Líder no segmento, a Arcos Dorados, maior franquia independente do McDonald's no mundo, coloca o cliente no centro do negócio e aposta na diversidade de canais de atendimento — Drive-Thru, Digital e Delivery — como estratégia de relacionamento para entregar mais comodidade, praticidade e conveniência aos consumidores.

Em um negócio que não para de crescer e atende mais de 2 milhões de clientes diários, alguns problemas podem acontecer. Por isso, o Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC), integrado à área de Comunicação Corporativa, tem um papel fundamental na escuta e acolhimento do cliente que não teve a experiência esperada.

Embora a companhia mantenha canais proprietários de atendimento e uma estrutura robusta e multicanal, com equipes de atendimento online, via Whatsapp, e offline, dedicadas a solicitações por e-mail, redes sociais, pesquisa de satisfação e casos sensíveis, o consumidor brasileiro tem forte hábito de utilizar o Reclame Aqui.

A plataforma se consolidou não apenas como um portal de reclamações, mas como ferramenta de consulta e decisão de compra. Segundo dados da própria plataforma, 55% dos usuários estão em jornada de compra, representando mais de 16 milhões de pessoas pesquisando a reputação de marcas e produtos. Ter uma classificação negativa é afastar os consumidores da marca e não aproveitar uma vitrine.

Nesse cenário, o McDonald's enfrentava um grande desafio: sua reputação no Reclame Aqui estava classificada como "Ruim" ou "Regular" há mais de 23 anos. O principal motivo? Cerca de 80% das reclamações estavam relacionadas ao processo de estorno de pedidos via delivery e mais de 70 mil solicitações mensais eram mal gerenciadas.

A marca precisava virar esse jogo!





ESTRATÉGIA ESCOLHIDA

Comprometida em oferecer um atendimento de excelência em todas as frentes, a rede estabeleceu uma meta ambiciosa: conquistar a classificação “Bom” no Reclame Aqui até dezembro de 2024. Alcançar esse selo significa manter uma média de avaliações entre 7,0 e 7,9, alinhando-se ao padrão de reputação das outras empresas do setor de alimentação.

Para atingir esse objetivo, a Arcos Dorados começou a transformação da jornada do consumidor, reposicionando o Reclame Aqui como um canal oficial de relacionamento e experiência da marca, não mais como um espaço de crise.

O primeiro passo foi traçar um plano de atuação: para alterar a percepção do McDonald's no Reclame Aqui, a jornada de atendimento precisava ser alinhada à Cooltura de Serviço, filosofia que guia o dia a dia da companhia e incentiva os colaboradores a serem quem realmente são.

Ter os processos alinhados a cultura interna da empresa é priorizar o acolhimento e a confiança, oferecendo ao consumidor uma experiência ainda mais personalizada no momento de resolução dos problemas.

Além disso, para provocar uma transformação completa, era necessário envolver toda a organização na mudança, conectando áreas operacionais e líderes ao impacto direto na reputação. As áreas precisavam estar alinhadas e entender os respectivos papéis na contribuição com a experiência do consumidor.



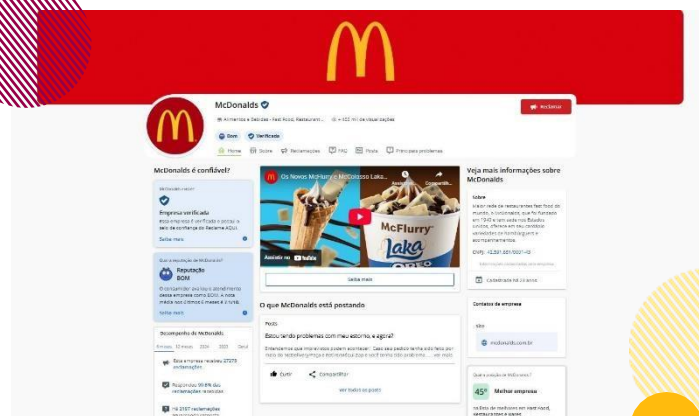
AÇÕES

1) ATUAÇÃO DIRETA NAS TRATATIVAS DO RECLAME AQUI

Reformulação da comunicação da página

Como ponto de partida, a página do Reclame Aqui do McDonald's foi completamente reformulada, consolidando-se como um canal oficial de relacionamento com o cliente. Agora, além de conteúdos atualizados com promoções e novidades do cardápio, a página conta com uma seção de FAQs, vídeos promocionais e institucionais, que ajudam o consumidor a resolver problemas de forma rápida e prática.

Clique
[aqui](#) para
conferir!



Capacitação

Colocando como prioridade a constante evolução na resolução dos problemas do Reclame Aqui, a equipe interna de atendimento da plataforma foi treinada com FAQs alinhadas à Cooltura de Serviço, filosofia integrada à rotina da Arcos Dorados. A Cooltura de Serviço incentiva colaboradores a agirem como realmente são, investindo em conexões genuínas e garantindo experiências únicas para os clientes.

Atendimento personalizado

O processo de atendimento também foi customizado por canal: enquanto a análise das solicitações via WhatsApp continuou automatizada, as interações via Reclame Aqui passaram a ser 100% individualizadas.



2) ENGAJAMENTO DO PÚBLICO INTERNO

Os esforços não se limitaram à atuação na linha de frente do canal, sendo necessário atuar no Backoffice para garantir uma transformação definitiva. Foi necessário engajar o público interno sobre o Reclame Aqui, transmitindo de forma clara o impacto da plataforma para a construção de reputação do McDonald's e relacionamento com o cliente. Esta etapa contou com iniciativas distintas:

RG McDonald's

No início de 2024, a equipe de comunicação da Arcos Dorados realizou a RG McDonald's — um encontro estratégico que reuniu cerca de 1.300 lideranças da operação da companhia (gerentes de unidade, diretores de mercado e públicos-chave). O evento teve como objetivo enfatizar a importância do relacionamento com o cliente para os que lidam com o público diariamente.





Alinhamento

O time de atendimento ao consumidor realizou uma série de visitas às áreas de Auditoria, Tesouraria, Jurídico, Gestão de Delivery e Gestão de Restaurantes para alinhar todos os departamentos à visão do cliente e mapear a relação entre as reclamações e falhas operacionais.

Relatos da equipe de SAC depois de visita para conhecer de perto os processos da cozinha do McDonald's:

“ Achei simplesmente sensacional. Saber os processos, dia a dia, passo a passo de cada situação e como tudo é armazenado foi sensacional. Além disso, fui extremamente bem recebida e acolhida por todos, de todos os cargos. Foi um dia sensacional para mim e senti que a Arcos é uma empresa acolhedora e que valoriza a tudo e a todos. ”

“ Foi muito legal poder conhecer os processos de um restaurante do Méqui. Vai ajudar bastante em alguns processos quandoos clientes reclamarem dos restaurantes, principalmente da parte de limpeza e qualidade dos produtos. As gerentes e a líder de treinamento que ficaram com a gente foram muito atenciosas e souberam explicar tudo e tirar todas as nossas dúvidas. Não tenho sugestões, a experiência foi ótima! ”

Guia de Situações Especiais

A atualização do Guia de Situações Especiais, um material essencial que orienta os colaboradores sobre como agir em situações críticas ou sensíveis nas unidades e atuar de forma preventiva para mitigar possíveis crises. Essa iniciativa foi decisiva para estreitar a relação com os consumidores por meio do Reclame Aqui ao capacitar os líderes de frente para lidarem com ocorrências de forma mais empática, ágil e resolutiva — reforçando a confiança na marca e aprimorando a experiência do cliente.





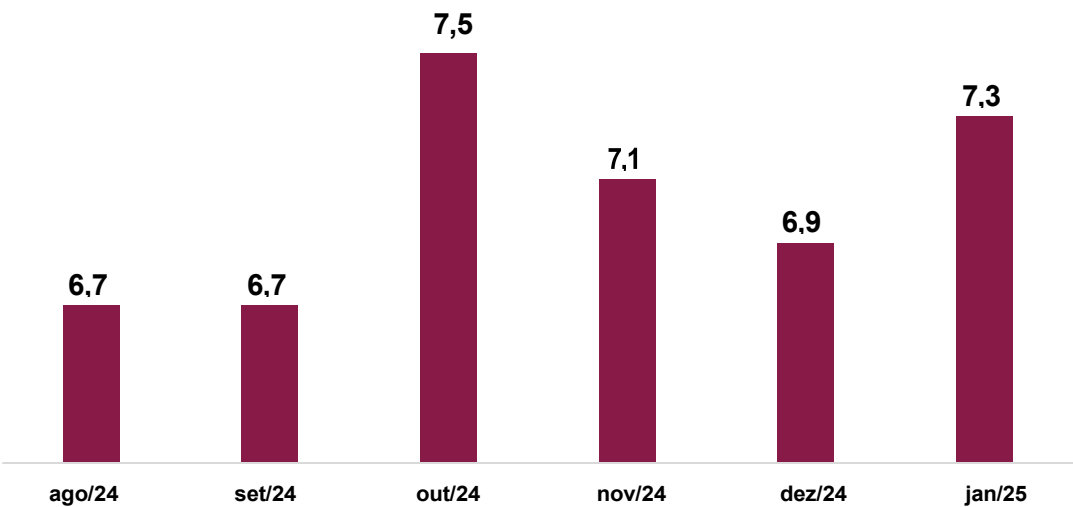
RESULTADOS

Evidenciando o impacto da transformação no perfil do McDonald's no Reclame Aqui, a marca não apenas evoluiu — ela superou seu principal concorrente, o Burger King, em todos os critérios de avaliação dos clientes. O McDonald's lidera em nota final na plataforma, avaliação dos consumidores, índice de solução, percentual de pessoas dispostas a voltar a fazer negócio e também no volume de reclamações respondidas.

Dados de reputação	McDonald's	Burger King
Nota final	7.1	6.6
Reclamações respondidas	89.3%	73.6%
Voltaria a fazer negócio	64.8%	64.5%
Índice de solução	76.1%	70.5%
Nota do consumidor	5.8	5.8

Como resultado principal, a personalização do atendimento fez toda a diferença: o consumidor passou a enxergar o Reclame Aqui como canal legítimo e confiável de contato com a marca. O atendimento personalizado reduziu frustração e converteu insatisfação em oportunidade de estreitar laços com os clientes.

Em números, a taxa de aprovação de estornos no Reclame Aqui saltou de 40% para 85%, e a nota da marca na plataforma evoluiu de **6,4 (Regular)** para **7,2 (Bom)** em apenas 12 meses — um marco inédito para a companhia. Além disso, a incidência de pedidos com erro nos restaurantes caiu 10%, refletindo melhorias operacionais tangíveis.





PERÍODO DO PROJETO

O projeto se estende de janeiro de 2024, quando a nota do Reclame Aqui da empresa era 6,4, até dezembro de 2025, com a nota atingindo o patamar de 7,2.

- DIAGNÓSTICO

- 80% das reclamações vinham de problemas de estorno no delivery.
- 70 mil solicitações mensais mal gerenciadas.
- 93% das avaliações negativas no Reclame Aqui relacionadas a estornos.

- ATUAÇÃO NA PÁGINA

- Reformulação, transformando o perfil do McDonald's na plataforma em canal oficial da companhia.
- Capacitação da equipe interna de atendimento com FAQs.
- Atendimento customizado, com tratamento 100% individualizado na resolução dos problemas.

- ENGAJAMENTO DO PÚBLICO INTERNO

- Evento estratégico RG, com participação de 1.300 líderes e capacitação para lidar com situações críticas nos restaurantes.
- Alinhamento de departamentos sobre a importância do Reclame Aqui para a estratégia da companhia.
- Atualização de guia de atuação em prevenção e contingência de crises.

- RESULTADOS

- Nota do McDonald's sobre para 7,2 ("Bom").
- Aprovação de estornos sobre de 40% para 85%.
- Queda de 10% em pedidos com erro nos restaurantes.
- Superação ao Burger King em todos os critérios de avaliação da plataforma.



RECONHECIMENTO

Como reconhecimento pelo trabalho de aperfeiçoamento no atendimento ao consumidor no Reclame Aqui, o McDonald's foi indicado ao Prêmio Reclame AQUÍ 2025 — o maior da plataforma — cuja cerimônia está marcada para dezembro.

Segundo a própria organização do evento, o reconhecimento é concedido às empresas que atendem a rigorosos critérios de participação. Estar entre os classificados para concorrer ao Prêmio RA é um atestado do compromisso com a qualidade da experiência do cliente.

