

Como projetar uma estratégia de CX

do início ao fim e se tornar uma organização **centrada no cliente** ao longo do caminho.

 simpletech



Ser **Customer Centric** faz o seu negócio crescer.



De que falamos? Colocar o cliente no centro. Isso é o mais importante e o fator de diferenciação mais relevante para as empresas em 2023.

Quem entende, usa um modelo de crescimento baseado no **Ciclo do Cliente** (com certeza você já ouviu falar do novo marketing Flywheel). Em contrapartida, existem aqueles que utilizam o funil de conversão tradicional com base nos objetivos da própria organização. Sabemos, **a longo prazo ou a curto prazo: falham.**

É por isso que ser centrado no cliente tem uma enorme vantagem. A empresa não apenas estará contribuindo para o crescimento de seus negócios, mas **seus clientes também estarão ajudando-a a crescer.**

Vejam os em números:

Os executivos do C-Suite classificam globalmente o CX como um **fator importante no crescimento** de suas empresas.

(Fonte: Adobe)



36% das principais empresas de CX **excederam sua principal meta de negócios** por uma margem significativa em 2021.

(Fonte: Forbes)



Mais de dois terços das empresas que lideraram em experiência do cliente **superaram a concorrência** no segundo semestre de 2020.

(Fonte: Forbes)



Mas

¿no que realmente consiste essa estratégia?

Por **entender que os clientes** que mais geram valor para a empresa estão no centro de suas ações.

Hoje, obter avaliações que reflitam a satisfação do seu cliente é uma prática comum. Mas a empresa pioneira foi a Amazon. Seu fundador, Jeff Bezos, expressou em inúmeras ocasiões que colocar o cliente no centro está em seu DNA. Fazem-no, não só através da procura de estrelas de satisfação, mas também através de **planos de fidelização, categorização de clientes, omnichannel e integração com plataformas de conversação**, áudio e vídeo e atendimento altamente personalizado.

Parece simples? Há uma **série de etapas que definimos** e aplicamos na Simpletech para conseguir isso sem falhar no caminho! Vamos conhecê-los abaixo.



Como alcançar uma estratégia centrada no cliente em sua organização.

6

passos para alcançá-lo

Falamos de DNA, falamos de experiência do cliente, falamos de estratégia. Vamos unir todos esses conceitos em uma mistura infalível da qual se desenrolam os 6 passos a seguir:



Passo 1

Uma mentalidade abrangente e alinhada

Não são apenas os departamentos de **atendimento ao cliente** e vendas que precisam se concentrar em oferecer uma excelente experiência ao cliente. Hoje é **responsabilidade de toda a empresa** focar nas necessidades, motivações e pontos problemáticos do cliente para aprimorar sua experiência. Cada peça da cadeia se soma e contribui para esse círculo virtuoso de foco no cliente.

Como se não bastasse, estudos mostram que a boa experiência de seus clientes **não afeta mais apenas os negócios** e a lucratividade, mas **também os funcionários** de uma empresa. Um novo conceito entra em jogo aqui: EX (experiência do funcionário).

1.5

De acordo com a Adobe, as empresas que se destacam na experiência do cliente têm funcionários 1,5 vezes mais engajados do que aquelas que não o fazem.

Omnichannel como potencializador de experiências

Antes de tudo, vamos entender esses conceitos: Omnichannel e Multichannel.

Multicanal refere-se às **diversas formas de contato** com o atendimento de uma empresa por telefone, e-mail, Facebook Messenger, WhatsApp, Instagram, Chat, SMS e tickets de suporte.

Qualquer empresa que oferece suporte por mais de um canal tem suporte multicanal. Cada um desses pontos de contato é considerado uma interação separada, e diferentes agentes podem falar com o mesmo cliente **sem** levar em conta o contexto das conversas em outros canais.

Por outro lado, **Omnichannel** significa que quando um cliente entra em contato com a empresa, independente do canal utilizado, **toda a experiência do cliente é consistente**, a empresa é sempre a mesma, não importa o canal.

Ter um atendimento omnichannel de primeira implica também **integrar lojas físicas e um site de e-commerce**.



Passo 3



Acessibilidade

De mãos dadas com o conceito acima, as empresas devem **facilitar a comunicação com seus usuários**. Isso consiste em tornar a interação acessível. Independentemente do meio pelo qual seu cliente chega até você, você **deve simplificar a vida dele**. Sim a vida! Seu tempo é dinheiro e seu ouro é seu tesouro mais precioso. É disso que se trata o omnichannel aplicado ao customer centricity, tornando a **comunicação da organização mais eficiente** para que seus clientes recebam o melhor atendimento possível.

Conseguimos isso por meio de um atendimento que **integra igualmente os canais** pelos quais o cliente interage com a empresa. Mas então, onde estão seus clientes? Quais são seus canais preferidos?

Todos nós conhecemos **o poder das redes sociais**. WhatsApp, Instagram e Facebook se tornaram os meios de comunicação mais utilizados pela população universal. Sua estratégia de comunicação está contemplando-os?

Se assim for, você também deve considerar se o faz de forma eficiente...Tudo isso também faz parte do que se chama: uma estratégia focada no cliente.

Personalização

Os líderes empresariais enfatizam que, para falar sobre o foco no cliente, **devemos também nos concentrar em ter um bom processo de segmentação** de clientes. Sabemos que os dados são vitais e as bases de informação são criadas com eles. Partindo dessa premissa, podem ser oferecidas **experiências baseadas em perfis de clientes,**

comportamentos e necessidades particulares. Isso inclui atendimento ao cliente, campanhas de marketing, comunicação e monitoramento do nível de qualidade de sua experiência. Para manter um cliente satisfeito, você precisa ter as ferramentas certas e **colocar a tecnologia a seu favor!**

86%

dos compradores estão dispostos a pagar mais por uma ótima experiência do cliente. (Fonte: PWC)

Passo 4



Passo 5



Ações para ouvir seus clientes

Um dos **erros** mais frequentes no planejamento estratégico é pular para a solução, assumir "coisas" e **confiar na intuição**, ao invés de dados. Seja por meio de pesquisas ou questionários, você precisa medir a satisfação de seus consumidores. Você deve descobrir e **processar claramente esses resultados** para descobrir o que está fazendo bem e o que pode melhorar.

Big data desencadeou um novo nível de estratégias **centradas no cliente**. Podemos interpretá-lo para atingi-los de forma mais relevante, objetiva e personalizada.

As soluções não devem mais ser projetadas sem informação. **Transforme os dados em seus aliados!** Mas cuidado! Também vivemos em uma época de hiperinformação, tenha em mente qual é a informação mais relevante para entender as motivações e desafios do seu cliente.

Os feedbacks a seu favor

O que seus clientes pensam hoje pode representar **desafios que, se não forem atendidos, impedem o crescimento** de sua organização. Ouvi-los também é uma ótima forma de criar empatia e, assim, aumentar o comprometimento deles com a sua organização.

Ninguém espera que um vendedor ou um anúncio público o convença a tomar uma decisão de compra. O **poder que o consumidor tem agora:** ter voz e voto, opinar e ser ouvido mudou o resultado das campanhas de marketing. É por isso que é tão importante usar o feedback a seu favor em uma estratégia focada no usuário.

81%

dos compradores **pesquisam minuciosamente** os produtos antes de comprá-los, de acordo com a Adweek.

92%

dos consumidores dizem **confiar mais em um amigo** ou familiar que recomenda uma marca do que um anúncio.

Passo 6



Principais ferramentas

Aprendemos por que o **foco no cliente** é tão importante e como alcançá-lo. Agora compartilhamos duas **ferramentas muito úteis** que vão te ajudar a entender, conhecer e interagir com seu cliente como um verdadeiro profissional de experiência.

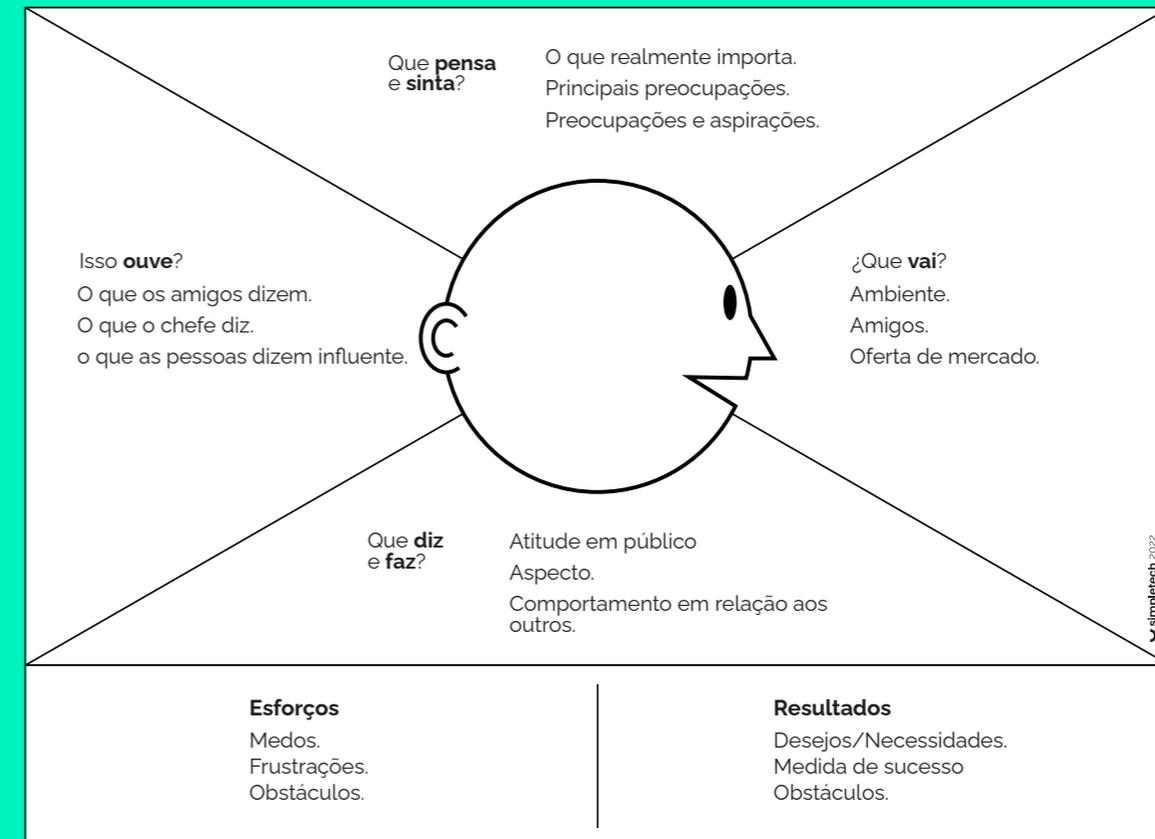


Mapa de Empatia

Então, o que devemos saber sobre os usuários? Uma ferramenta muito útil para apoiar os dados que você tem é o Mapa de Empatia.

Porque, no final das contas, **tudo começa com a empatia**. Trata-se de ver a empresa e suas soluções pela lente do seu cliente, suas necessidades, dores e conquistas. Não apenas satisfazê-lo, mas encantá-lo com experiências que o fazem voltar à sua empresa, uma e outra vez.

Aqui está um esboço do Mapa de Empatia que você pode **começar a usar hoje**.



Baixe a versão em alta qualidade [AQUI](#).

Mapa da jornada do cliente

Uma pessoa não decide comprar de repente, mas embarca em uma jornada até que a compra seja feita. **Qual é a jornada, como você se sente, que perguntas você tem, quais são suas preocupações...** Tudo isso mudará à medida que você for nessa jornada. Até os pontos de contato que eles têm com a sua empresa vão mudar dependendo do estágio em que ela se encontra.

Uma vez que entendemos isso, podemos começar a **adaptar a comunicação** de forma adequada e personalizada de **acordo com o estágio** em que ela se encontra. Dessa forma, saberemos em quais canais devemos focar de acordo com o ponto de contato de sua jornada.

Salve o modelo abaixo para entender, analisar e recriar sua Jornada do Cliente.

	Descobrir	Pesquisa	Comprar	Entrega	Pós-venda
Trabalho de casa					
Perguntas					
Pontos de Contato					
Emoções					
Influências					
Pontos fracos					

Baixe a versão em alta qualidade **AQUI**.

User Centricity na **Simpletech**

Na Simpletech, usamos nossa tecnologia de telecomunicações para conduzir ou suceder dois negócios de cada cliente. Além de **aprimorarmos constantemente nossas soluções**, estabelecemos uma estrutura organizacional escalável para poder acompanhar nossa evolução, com foco em CX (experiência do cliente).



1

Cultura organizacional:

Fizemos uma mudança em nossas prioridades. User centricity é hoje para nós um mindset presente no DNA da empresa. Aqui as posições de liderança são fundamentais para comunicá-lo e transmiti-lo por meio de processos de indução e instâncias de treinamento. Isso tem levado cada departamento e equipe a impulsionar o sucesso de nossos clientes, pois entendem que é assim que todos vencemos.

2

Produtos:

Adaptamos os nossos produtos e soluções para resolver os seus pontos fracos e oportunidades de melhoria. É por meio de nossos clientes que os identificamos para abordar suas mudanças de comportamento e preferências comerciais.

3

Médio:

Nossos agentes de suporte estão sempre disponíveis e oferecem atendimento personalizado. Além de serem pessoas com vocação para servir, são altamente capacitados nos produtos que oferecemos. Possuem experiência que lhes permite lidar com diversos incidentes que possam surgir com os clientes.



4

Sucesso do cliente:

Desenvolvemos um departamento focado no acompanhamento da situação específica de cada cliente. Realizamos pesquisas para entender os desafios que nossos produtos e soluções ajudam você a resolver.

Seus resultados são analisados e posteriormente processados e comunicados às demais áreas da empresa. Além de medir a satisfação de nossos clientes, nós os incentivamos a usar nossas soluções em todo o seu potencial. Isso permite que eles aprendam sobre recursos e funcionalidades que, de outra forma, não teriam pensado em usar.

5

Marketing:

Eles comunicam, criam material de treinamento e eventos voltados para a valorização da nossa comunidade. Não se trata mais de promover descontos e ofertas. O centro da estratégia responde à pergunta: como podemos agregar valor aos nossos usuários?

6

Vendas:

Eles costumam ser um termômetro para nossos clientes e prospects. Eles identificam os pontos problemáticos que fazem uma organização solicitar nosso serviço. Eles estão em constante comunicação com os demais departamentos para alinhar estratégias de desenvolvimento, atendimento e comunicação de acordo com suas diversas necessidades e evolução.





Junte-se
à

#CXRevolution

simpletech.uy

Entre nessa jornada para aprimorar a experiência da sua organização conosco. Nosso objetivo é criar interações poderosas entre sua empresa e seus clientes.

Entenda como desenhar uma estratégia centrada no cliente **de acordo com as necessidades particulares de sua empresa** com a ajuda de nossos especialistas. Temos as ferramentas necessárias para alcançar o sucesso.

Contacte-nos, ficará a saber tudo sobre as funcionalidades e personalização dos nossos produtos e serviços.

simpletech.uy

