

Como Construir a Confiança do Cliente em Tempos de Crise

 Liferay®



Introdução

No contexto da recente pandemia, as empresas precisam aprender não apenas como navegar em seus negócios, mas também como atender e tranquilizar os clientes em tempos de desafios e incertezas. Os relacionamentos com clientes, que antes pareciam tão sólidos, foram impactados por motivos que ninguém poderia prever.

No entanto, todos os negócios têm uma decisão para tomar agora: neste período de incertezas, como podem continuar sendo uma fonte de segurança para aqueles que já confiaram nas organizações? E, mais importante, como as organizações podem continuar recebendo essa confiança?

Para qualquer organização, a crise é uma questão de quando, e não de se.

Conheça estratégias para construir a confiança em tempos de incerteza, neste e-book.

Comunicando-se com Clientes em uma Crise

Em poucos meses, ficou muito claro como uma crise pode rapidamente mudar tudo. E com essas mudanças, os negócios agora encaram novos desafios de atendimento ao cliente, isto é, como atender melhor os clientes e manter a confiança que trabalharam tanto para construir.

Vença esses desafios estabelecendo um planejamento de como se comunicar efetivamente e construir a confiança com os consumidores no curto prazo, e por outro lado, elabore uma estratégia digital de atendimento ao cliente que proporcionará benefícios duradouros.

Aqui estão três passos que os líderes de experiência do cliente devem tomar para definir um plano de comunicação efetivo que não só dê segurança aos clientes em períodos de incerteza, mas também gere confiança e lealdade no longo prazo.

- 1 Estabelecer uma Equipe de Crise
- 2 Cortar os Silos entre os Departamentos
- 3 Integrar os Canais Digitais

1 Estabelecer uma Equipe de Gestão de Crise

Para garantir uma comunicação efetiva com o cliente, especialmente durante períodos de incertezas, reúna pessoas tanto de times internos quanto de atendimento ao cliente para trabalharem juntos, como TI, Suporte, Vendas e Marketing, e priorize o que é necessário em uma emergência.

Não pule este passo simplesmente para ir de imediato aos itens mais acionáveis, ele é essencial na diminuição do impacto negativo de longo prazo da inação. Esse grupo pode desenhar de acordo com suas especialidades e os objetivos de negócios e estrategicamente montar um manual de como lidar com cenários de crise.

Esse plano deve definir:

- A cadeia de governança
- Planos e coordenações de comunicação
- Regras de escalonamento
- Canais de alerta e mobilização



Essas são as respostas de 317 empresas para a pergunta
“Você tem um manual de gestão de crise?”

“

Menos da metade possui um manual de crise pronto para ser utilizado, e um terço nem sabe se possui.

Delloite¹



2 Eliminar a Distância entre os Departamentos

As empresas com lacunas entre os departamentos serão as mais prejudicadas. Isso porque quando uma comunicação está truncada durante um período de mudanças constantes, informações importantes serão perdidas. Uma crise deve ser minimamente uma causa suficiente para convencer qualquer empresa da urgência de eliminar os silos em sua organização.

Uma comunicação interna consistente irá **equipar os colaboradores com o conhecimento** necessário para atender aos clientes. Unifique a comunicação com um canal digital interno para obter atualizações relevantes e permitir a colaboração entre os departamentos.²

Além disso, uma comunicação interna clara e consistente, feita através de uma ferramenta como uma intranet moderna, fornece informações atualizadas e precisas em tempo real para as equipes que lidam com clientes.

Oferecer um canal de comunicação interna pode também **tranquilizar os colaboradores** à medida que eles buscarem como gerir negócios em tempos turbulentos. Os funcionários podem ser tão ansiosos quanto os consumidores. Por isso, educar os times com atualizações em tempo real não só irá equipá-los melhor para lidar com as demandas dos clientes, mas também os deixará mais tranquilos.

2 Como Líderes Globais Estão Construindo Soluções Modernas de Intranet

3 Adicionar Canais Digitais de Autoatendimento

O método mais eficiente de gerenciar e facilitar as comunicações com os clientes rapidamente é a partir do uso de canais digitais de autoatendimento. Apesar de diversas organizações entenderem a necessidade de ter soluções digitais, nem todas elas já exploraram opções de autoatendimento que permitem que os clientes resolvam seus desafios sozinhos.

Adicionar um elemento de autoatendimento nos atuais canais digitais como portais, sites e aplicativos constrói confiança, já que:

1. **Diminui o tempo de espera dos clientes**, e esse tempo pode aumentar o atrito em situações de alta pressão.
2. **Dá mais tempo aos profissionais de atendimento ao cliente para identificar e resolver grandes problemas mais rápido**, ao invés de apenas responder às mesmas perguntas de FAQ.



Autoatendimento e Atendimento ao Cliente Digital-First

No entanto, o autoatendimento não é apenas uma opção “boa de se ter” para aliviar o volume de demandas dos clientes em períodos de crise. Contar unicamente com canais live para comunicação com o cliente, especialmente quando as tensões estão altas, é caro e consome muitos recursos. Por isso, os negócios precisam começar a elaborar estratégias sobre como aumentar a maturidade do seu atendimento ao cliente digital.

Uma área de atendimento ao cliente bem desenvolvida entende o papel dos canais digitais na melhoria da estratégia geral de experiência do cliente. Ela terá diferentes canais digitais e tecnologias integrados, como workflows e chatbots otimizados com IA, além de meios mais tradicionais de suporte ao cliente para atender melhor às suas demandas.

Isso permite que a empresa experimente benefícios de longo prazo, como:



Continuidade de negócios no caso de ter crises futuras



Melhoria em agilidade e escalabilidade



Melhoria nos cursos e realização de margem



Aprimoramento da experiência do cliente

Prepare-se não só para as crises que ainda virão, mas também para as mudanças nas demandas dos clientes e nos padrões das indústrias e para as tecnologias emergentes.

Comece avaliando o quão madura é sua estratégia de atendimento ao cliente digital para o longo prazo. [Baixe este guia e saiba mais >](#)

Boas Práticas para uma Comunicação Consistente

Independente das ferramentas que você tenha, nenhuma delas será eficiente se a cultura de comunicação não estiver estabelecida e consistente.

Para entregar uma comunicação que os clientes possam confiar em tempos de crise, garanta que as interações internamente e externamente sejam:



PROATIVAS

Comunique o quanto antes e tenha uma **cadência regular** de atualizações. Apesar de talvez não existir novas informações, a falta de comunicações regulares pode aumentar a ansiedade, prejudicando a confiança que vinha sendo meticulosamente construída.



TRANSPARENTES

Esse ponto é desafiador. Compartilhe informações que ajudem os clientes e garanta que essas informações sejam precisas para **estabelecer expectativas realistas**. No entanto, saiba bem a quantidade de informações que precisa ser compartilhada, pois o excesso também pode causar ansiedade.



FÁCEIS DE ACESSAR

Os clientes devem poder encontrar facilmente informações relevantes, especialmente em períodos desafiadores. Isso pode incluir a utilização de recursos de comunicação dentro dos canais de autoatendimento, a configuração de notificações por email ou mensagem, a criação de páginas web com atualizações de status ou a implementação de chamadas dedicadas nos portais do cliente.

Por fim, os negócios precisam criar uma base de responsividade e confiança, que irão ganhar a lealdade e a confiança de seus clientes.





Conclusão

As crises colocam uma pressão em todos os relacionamentos. Independente da abordagem que as empresas adotem, elas devem estar dispostas a dedicar tempo e recursos para tornar seu plano bem sucedido. A experiência que os clientes recebem em períodos de incertezas irá solidificar ou quebrar o relacionamento. Considere como você pode começar a equipar suas equipes para planejar de acordo com as próximas crises que surjam.

Seguindo Adiante

As crises não são o único período em que os negócios precisam estar preparados para se comunicar efetivamente com seus clientes através dos canais digitais. Conheça três maneiras de aprimorar sua estratégia de atendimento ao cliente digital, implementando essas boas práticas.

[Acesse o Seu Guia >](#)



A Liferay ajuda organizações a resolverem seus desafios de negócio na criação de experiências digitais na web, dispositivos móveis e outros canais, oferecendo soluções de intranet, commerce, portais, integração de distintos sistemas e muito mais. Nossa plataforma é open source, o que a possibilita maior inovação, confiabilidade e segurança. Através de soluções de negócio e tecnologia, a empresa visa a causar um impacto positivo no mundo. Centenas de organizações do setor financeiro, de assistência médica, governo, seguros, varejo, manufatura e outras verticais de negócios usam Liferay. Para mais informações, visite: liferay.com

© 2020 Liferay, Inc. Todos os direitos reservados.