

# 3 estratégias de experiência do cliente que você está deixando escapar

O campo de batalha para conquistar clientes está repleto de adversários que se mostram mais fortes a cada dia.

Os líderes em experiência do cliente têm trabalhado incansavelmente e investido em experiências do usuário atrativas, navegações intuitivas e estratégias bem-sucedidas, mas tudo isso é o suficiente? Será que existe algo que os líderes estão deixando escapar quanto à diferenciação da experiência dos seus clientes?

Ainda que frequente e acertadamente pensemos na experiência do cliente através das interações voltadas aos usuários, é importante ter sempre em mente o papel crucial que as operações internas da sua empresa desempenham para garantir a eficácia dessas experiências.

Não importa quão boa é a sua presença digital ou quão bem planejadas as suas estratégias são, **a experiência do cliente não será bem-sucedida se as operações internas forem ineficientes.**

## Preparando-se para o jogo através do aprimoramento da eficiência operacional

Entenda as suas táticas e pontos de contato voltados para o cliente como a sua espada e as operações internas como a sua armadura. Uma armadura malfeita ou frágil irá afetar a sua eficácia no campo de batalha, independentemente do quão afiada a sua arma seja.

Da mesma forma, **processos e tecnologias de back-end em silos ou lentos irão prejudicar a capacidade da sua empresa de fornecer experiências ao cliente com excelência**, ainda que você ofereça ótimas experiências externamente.

Considere o exemplo da empresa que chamaremos de Excalibur Insurance, que lida com seguros residenciais, de vida e automotivos em todo o mundo. A Excalibur recentemente tomou a decisão estratégica de investir em ótimas experiências digitais para atrair e reter a sua base de clientes que fazem parte da geração millennial.

No entanto, por trás dos visuais sofisticados do seu site, formulários e mídias sociais, a Excalibur estava tendo problemas para:

- **Oferecer experiências do cliente integradas** entre os diversos pontos de contato.
- **Reunir dados suficientes** sobre os seus clientes.
- **Disponibilizar aos seus funcionários as ferramentas necessárias** para realizar o trabalho com eficiência.

Essas barreiras internas impediram a Excalibur de proporcionar as experiências proveitosas e personalizadas que os seus segurados almejavam. Além disso, a aparência impactante das experiências digitais criou uma promessa aos visitantes que os sistemas de back-end da Excalibur não conseguiram cumprir. Quando os sistemas operacionais não suportam a experiência direta e eficiente que a marca ostenta nas suas plataformas voltadas ao cliente, o usuário se sente ainda mais decepcionado e insatisfeito.

Para garantir que os clientes pudessem desfrutar de uma experiência completa, veja as três linhas de ação da Excalibur que estabeleceram as bases para a eficiência operacional:

## 3 estratégias para melhorar a eficiência operacional

Para iniciar a busca pelo aperfeiçoamento da eficiência operacional, as empresas devem:

1. Aumentar a produtividade dos seus funcionários.
2. Integrar sistemas e aplicações.
3. Potencializar o uso dos dados gerados.

Vamos examinar essas estratégias em detalhes e entender como a Excalibur usou cada uma a fim de aumentar a sua eficiência operacional para melhorar a experiência do cliente.

# 1. Aumentar a produtividade dos seus funcionários

O primeiro passo para lidar com as ineficiências operacionais se dá pelo aprimoramento das experiências dos funcionários. Empresas que investem para que as experiências dos funcionários sejam contínuas e eficientes obtêm os seguintes resultados:<sup>1</sup>

- Funcionários 1,5 vezes mais engajados do que os de empresas que fornecem uma experiência do cliente insatisfatória.
- 4 vezes mais lucratividade.
- 147% mais lucro por cada ação.



## EQUIPANDO O TIME DA EXCALIBUR

Especificamos a seguir algumas táticas que a Excalibur pode realizar para melhorar o dia-a-dia de trabalho dos seus representantes atuando no atendimento e suporte ao cliente:

- **Automatização de serviços com baixo valor agregado por meio do autoatendimento**, com intuito de reduzir a quantidade de funções redundantes realizadas pelos funcionários, liberando-os para as tarefas mais complexas e constituição de relacionamentos com os clientes.
- **Utilização de diferentes canais de autoatendimento integrados**, para que os funcionários possam gerenciar com eficiência todos os sistemas (internos e externos) através de um canal centralizado.
- **Fornecimento de acesso a treinamentos e recursos** em um único local, para que possam encontrar facilmente as informações necessárias à realização dos respectivos trabalhos.

<sup>1</sup> 10 Estatísticas que relacionam a experiência do funcionário com a experiência do cliente

## 2. Integrar os sistemas a fim de unificar o conjunto de tecnologias

A sua “armadura” tecnológica foi elaborada para funcionar de forma coesa? Ou está mais para um amontoado de diferentes componentes metálicos postos juntos?

Do mesmo modo, **conforme as empresas incorporam novos sistemas de experiência do cliente, elas tendem a terminar com um conjunto de tecnologia que é desarticulado e de difícil gerenciamento.**

Ao unificar sistemas e simplificar o conjunto de tecnologia, as equipes de TI conseguem gerenciar todos os seus sistemas, aplicações e tecnologias com mais facilidade, garantindo assim experiências mais consistentes.

### REUNINDO OS TIMES DA EXCALIBUR

Após iniciar a expansão, a Excalibur passou a investir em diversos canais digitais, incluindo o seu site, um aplicativo móvel e o portal do cliente. Como cada solução veio de um fornecedor diferente, elas não eram integradas, deixando usuários internos e externos com uma experiência frustrante e desconexa. Cada ponto de contato variava em usabilidade e design e não fornecia informações consistentes.

Além disso, esses sistemas discrepantes eram de difícil gerenciamento para as equipes internas. A atualização de um sistema exigiria mudanças imprevisíveis no outro. **A equipe de TI gastava a maioria dos recursos tentando conectar sistemas antigos a cada nova tecnologia incorporada**, demandando correções todas as vezes.

Para solucionar esses desafios, a Excalibur lançou uma **plataforma de experiência digital** que unifica todos os seus aplicativos e sistemas.

Ela não somente unificou os sistemas por meio de uma plataforma única, como também preparou a nova solução digital para necessidades futuras. A equipe pode agora garantir a integração entre as diferentes soluções e experiências consistentes em todos os pontos de contato de maneira ágil e sem dores de cabeça.

### 3. Potencializar o uso dos dados gerados para melhorias internas e maior personalização

Ao conectar e integrar todos os sistemas, as empresas podem aproveitar com eficácia os dados que antes eram isolados para aperfeiçoar os processos internos e as experiências externas.

Não é segredo que, se os clientes não desfrutarem do mesmo nível de experiência personalizada que recebem de empresas como a Amazon ou a Netflix, eles irão buscar soluções para os seus negócios em outro lugar. Estudos demonstram que:<sup>2</sup>

- **74% dos clientes** se sentem insatisfeitos com a falta de personalização.
- **80% dos consumidores** estão mais propensos a comprar de marcas que oferecem experiências personalizadas.
- **66%** afirmam que conteúdo não personalizado atua como barreira à compra.

Entretanto, a **personalização precisa ir muito além da simples inclusão do nome do cliente no assunto de um e-mail**. A personalização diferenciada deve ser baseada em políticas e recursos voltados aos clientes, bem como em experiências atuais e futuras que têm impactos marcantes sobre eles.



#### CONSTRUINDO UMA BASE DE DADOS

Já que os portais, aplicações e outros sistemas da Excalibur foram conectados, eles passaram a ser capazes de unificar todos os dados de cada ponto de contato.

Com esse material em mãos, um gestor da Excalibur pode, por exemplo, identificar um entrave que está impedindo os clientes de atualizar certas informações. Enquanto antes os funcionários teriam que percorrer diversos sistemas para confirmar as informações do cliente, atrasando todo o processo, eles podem agora, através do sistema unificado, implementar novos processos que facilitam as suas experiências.

<sup>2</sup> 50 Stats Showing The Power Of Personalization

# Triunfo no campo de batalha da experiência do cliente

Os bem-sucedidos, os que se destacam no campo de batalha, não são somente as empresas que entendem a importância da experiência do cliente, mas também aquelas que construíram uma base sólida de operações eficientes, aumentando assim a produtividade dos seus funcionários, integrando os seus sistemas e aplicativos e usando dados para aperfeiçoamento.

**Apenas edificando uma base forte as empresas serão capazes de proporcionar experiências aos seus clientes que são de fato ótimas.**

Chegou a hora de se preparar para a batalha. Atente-se a essas orientações e alcance a vitória!

## O que vem a seguir?

### Transformando o serviço de atendimento ao cliente em um centro de lucro

Os líderes de suporte ao cliente compreendem que as suas equipes podem oferecer muito mais do que simplesmente controle de danos, mas o seu departamento é geralmente visto apenas como uma despesa.

E se você pudesse provar o valor da sua equipe para além das soluções às solicitações e reclamações do cliente?

Baixe este e-book para saber como transformar o suporte ao cliente numa operação lucrativa.

[Garanta já o seu exemplar >](#)



A Liferay desenvolve software que permite a criação de experiências digitais na web, em dispositivos móveis e outros canais. 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](https://liferay.com)

© 2021 Liferay, Inc. Todos os direitos reservados.