

Aplicando Voice of the Customer para melhorar a experiência do cliente

Elton Conceição
27/08/2020



intelipost

Director of Professional Services

MIT
MANAGEMENT
EXECUTIVE EDUCATION

 **Columbia Business School**
AT THE VERY CENTER OF BUSINESS™

Transformação digital em tempos de pandemia



A man with dark hair, wearing glasses and large headphones, is seated in an airplane cabin. He is holding a lit cigarette in his mouth. He is looking out of the airplane window, which is brightly lit. The cabin interior is visible, including the window frame and the seat. The lighting is dim, with the primary light source being the window. The man is wearing a dark jacket. The overall mood is contemplative or perhaps stressed, given the context of the text overlay.

Nem sempre idéias novas, são inovadoras

Empresas inovam sozinhas?



Dá certo sempre?



O efeito de rede no modelo de plataformas



Walk a mile in your customer's shoes





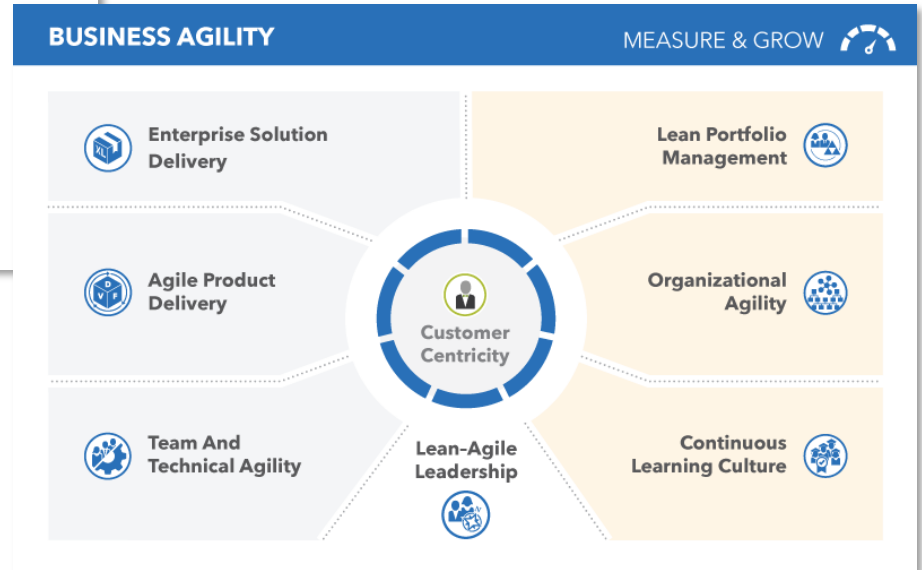
Transformação digital centrada no cliente

Business agility dirigido ao cliente no centro



Business agility Institute

Scaled Agile Inc.





Onde entra a voz do consumidor?

Mas o que é Voc?

- Voice of the Customer (VoC) é um processo para capturar feedback, necessidades e expectativas dos clientes atuais e target.
- VoC utiliza práticas como pesquisa, monitoramento de mídia social, text e speech analytics, jornada do cliente de forma integrada para fornecer uma visão holística da "voz" do cliente.



Comportamentos do consumidor

Anytime, anywhere



Personalização



Engajamento



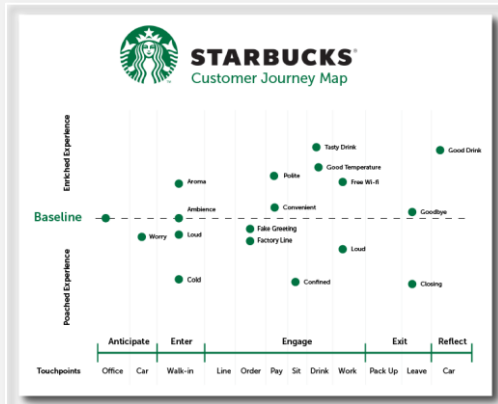
Colaboração



Conexão



Jornada



Omnichannel

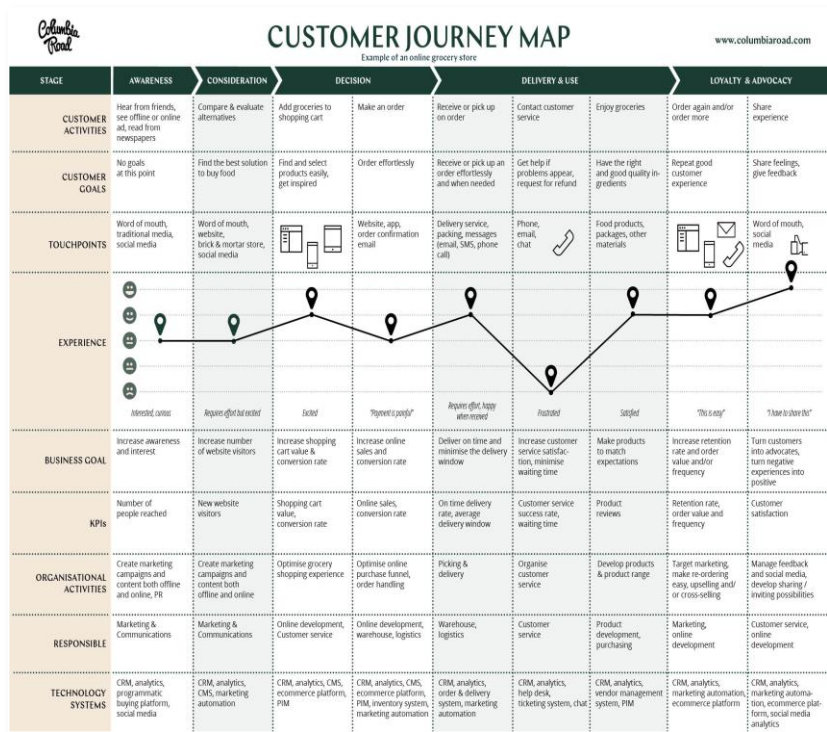


Dados e métricas



Plataforma digital

Cultura centrada no cliente



NETFLIX



intelipost

Omnichannel

- **95%** dos consumidores usam 3 ou mais **canais** em uma única solicitação de serviço, com **62%** em dispositivos **diferentes** segundo a forrester;
- **Omnichannel** em sua plenitude é levar em consideração as **necessidades** e **personalidade** do cliente para criar uma experiência **única** e **uniforme** através de diversos **canais**.



- O objetivo dos dados é alavancar a estratégia de VoC, **compreender** seus clientes, semelhanças e diferenças e gerar novos **insights** para aumentar o **engajamento**, expandindo mais ainda os dados coletados;
- Em **2020** mais de **40%** das iniciativas de **analytics** serão direcionadas para a experiência do cliente.
- Segundo o Gartner, **41%** das empresas entendem que **customer analytics** é o foco principal para alavancar **CX**.



- Métricas de Experiência
 - Net Promoter Score ® (NPS)
 - Customer Effort Score (CES)
 - Customer Loyalty Index
 - Customer Satisfaction (CSAT)
- Métricas estratégicas
 - Customer Lifetime Value (CLV)
 - Revenue Growth
 - Churn
 - Cross-Sell/Upsell
- Métricas operacionais
 - Retention Cost
 - Cost of service
 - Outras métricas de negócio



Plataforma digital

- Componentes independentes;
- Multi-tenant;
- Data Driven;
- Exploração contínua;



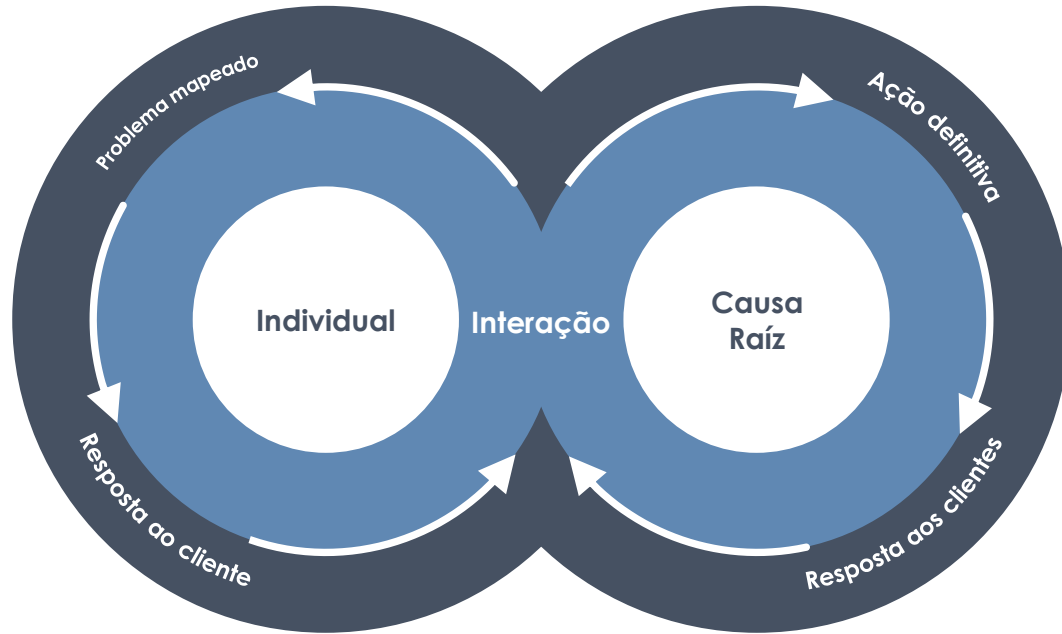
Cultura centrada no cliente

- O colaborador é parte central da estratégia de VoC;
- Fazendo imersão na experiência do cliente:
 - Vá e faça;
 - Co-criar o CX e produtos com clientes;
 - Organizar eventos onde tenha a participação de clientes e colaboradores;
 - Faça o colaborador entender o dia a dia do cliente;
 - Visita recorrentes a clientes;

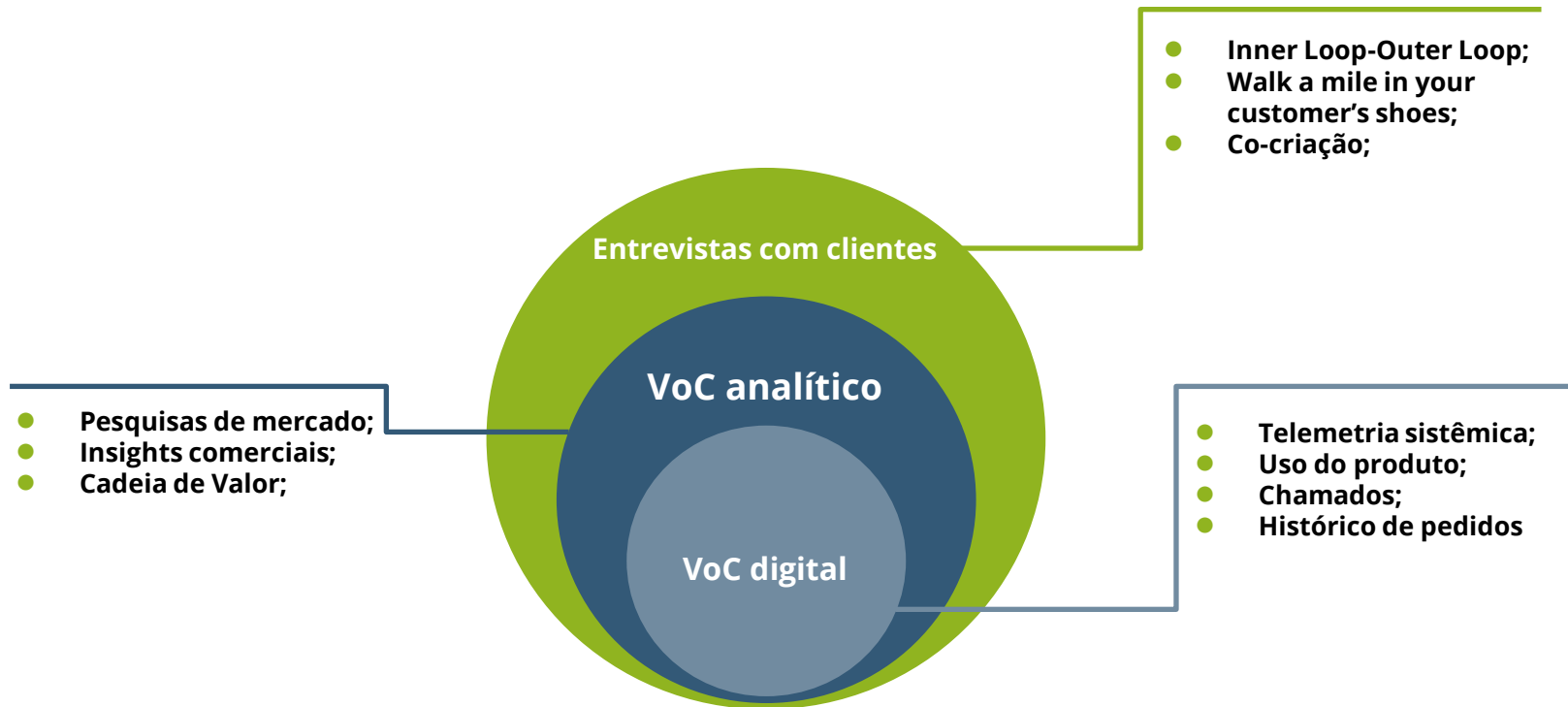


Melhorando a relação com o cliente

Inner loop-Outer Loop



Acelerando seu produto digital com VoC



Evolução da experiência do cliente



Dúvidas?



[@eltonangelo](https://twitter.com/eltonangelo)



[Eltonconceicao](https://www.linkedin.com/company/eltonconceicao)



[liderança-digital](https://medium.com/lideranca-digital)