

Customer Experience - O cliente no centro das atenções

É de extrema importância que as empresas fomentem entre os seus colaboradores uma mentalidade capaz de criar a melhor experiência para o cliente e, assim, se diferenciar dos seus concorrentes

Weverton Tabosa (*)

A expressão Customer Experience (também representada pela sigla CX) pode não ser tão conhecida pela maioria das pessoas, mas ela faz muito mais parte do dia a dia corporativo do que se possa imaginar. Em linhas gerais, pode ser definida como o empoderamento da marca através da experiência do processo.

No entanto, nos últimos anos, é justamente essa experiência do cliente que tem se mostrado como um grande desafio para as empresas. Seja qual for o segmento da organização, elas têm percebido que, ao invés do produto em si, o sucesso do seu negócio está diretamente relacionado ao foco de quem atende. Depois de qualquer interação com a empresa (online ou offline), o cliente tem a sua percepção – seja consciente ou subconsciente – sobre o produto ou serviço por ela oferecido. E, justamente por isso, ele – o cliente – deve ser sempre o centro das atenções.

Nesse contexto, é de extrema importância que as empresas fomentem entre os seus colaboradores uma mentalidade capaz de criar a melhor experiência para o cliente e, assim, se diferenciar dos seus concorrentes. E são três os pilares para atingir esse objetivo. O primeiro está relacionado à diminuição do esforço feito pelo cliente durante a sua interação com a empresa; o segundo



Divulgação

diz respeito à criação de um vínculo emocional das pessoas com a marca, fazendo com que ela fique em suas memórias; e, por fim, que os clientes tenham sempre os seus objetivos atingidos em todo o processo de interação.

A empresa deve reconhecer que a experiência do cliente não se baseia apenas nos pontos de contato entre os dois, nem deve estar concentrada apenas em momentos críticos de sua relação. É essencial que ela, a experiência, seja um impacto cumulativo das mais diversas formas de contato ao longo de toda a jornada vivenciada entre ambos. Como todos sabemos, de algum tempo para cá, o advento da tecnologia e, sobretudo, das mídias sociais, tem facilitado interações cada vez mais rápidas e acessíveis

entre empresas e clientes. O relacionamento não se resume apenas ao momento da compra. Ele é algo muito mais duradouro e importante para todos os envolvidos.

Algumas dicas são essenciais para quem deseja alcançar a excelência em Customer Experience:

- Não apenas “escutar o cliente” - Aproveite toda e qualquer oportunidade que tiver para ouvir o seu cliente. Procure saber mais quais são os seus desejos, as suas aspirações. Fique sempre atento sobre absolutamente tudo, seja elogio ou reclamação. Isso ajuda a personalizar a experiência e aprimora a relação;
- Ter compromisso - Sempre que estiver em con-

tato com o cliente, ele sempre será o seu foco. Seja responsável, demonstre respeito e faça tudo para atender as suas demandas;

- Conhecer profundamente o que oferece - Isso será de grande importância para o sucesso do relacionamento e diferenciá-lo dos concorrentes. Inovação é a palavra-chave para tornar memorável a interação com os clientes;
- Problema bom é problema resolvido - Esse é o compromisso! Sempre que estiver em contato com o cliente, ele sempre será o seu foco. Seja responsável, empático, demonstre respeito e, acima de tudo, busque soluções;
- Desenvolver laços emocionais - Transforme os clientes em fãs. Como? Use e abuse de carisma e seja leal em toda a jornada juntos. O cliente é único, humano e não existe distinção no tamanho do problema.

O CX deve ser pensado tanto como uma estratégia de longo prazo, como também deve envolver todos os setores e departamentos da companhia. Afinal, além de estreitar o relacionamento com o cliente, ele também tem por objetivo consolidar a relação de lealdade entre ambos.

(*) - É coordenador de Customer Experience do pag!

Afinal, o que será da loja a partir de agora?

Flavia Pini (*)

Enfim os varejistas podem realmente se animar

Com a expectativa de retomada da economia confirmada em 2017 e a queda dos juros e do desemprego no início de 2018, tudo leva a crer que o ritmo de crescimento se manterá. Mas não se engane! Paralela a um mercado nacional que recuou cerca de 10% em 2015 e 2016, uma revolução acontecia no mundo do varejo.

Marcas que diziam ser nativamente “.com” planejavam ter lojas físicas e neste ano elas finalmente saíram no papel. O que isso tem a ver com o seu negócio? Tudo! Esses estabelecimentos já são nativamente “digitais” e precisam nos inspirar a executar pontos de vendas mais integrados, que não nos permitam enxergar o limite entre os mundos on e offline.

Depois de estar na NRF Big Show no início do ano, pensei em 5 pontos altos que devem ser levados em consideração por qualquer varejo, não mais do futuro, mas do presente, do real. Pois é! Não se tem mais tempo para pensar no que “será da loja”, mas sim, no que ela já se tornou.

- 1) Minimizar atrito e torne a experiência do cliente ainda melhor - Eu não posso continuar buscando por qualquer varejo, não mais do futuro, mas do presente, do real. Pois é! Não se tem mais tempo para pensar no que “será da loja”, mas sim, no que ela já se tornou.
- 2) Minimize atrito e torne a experiência do cliente ainda melhor - Eu não posso continuar buscando por qualquer varejo, não mais do futuro, mas do presente, do real. Pois é! Não se tem mais tempo para pensar no que “será da loja”, mas sim, no que ela já se tornou.

O local terá por volta de 200 m² e contará com um mínimo inventário apenas para experimentação. As compras são finalizadas pela internet, assim como um checkout de e-commerce - algo muito parecido com o que já é feito pela Amazon no Brasil, mas claro que numa proporção bem maior. O que vale aqui não é a grandeza da Zara ou os grandes investimentos que estão sendo feitos para as novas lojas, mas sim como a marca está se reinventando para se tornar ainda mais atrativa ao consumidor e o principal - não perder receita no meio dessa transição.

- 3) Entregue diferenciação - Não é preciso pensar em planos mirabolantes ou tecnologias ultra caras para surpreender o cliente - fazer do seu ambiente de venda um local em que o consu-

midor se sinta bem, já é um bom começo. Claro que plataformas estão disponíveis no mercado para ajudar - imagine reconhecer o cliente antes mesmo dele ir ao PDV? Pois é, isso já é possível. E o mais valioso neste caso é poder medir eficiência além do faturamento, ou seja, quantos clientes foram à loja e não compraram? O quanto estou deixando de vender? Qual é de fato problema - atendimento, ruptura, escala?

Caso eu faça uso de plataformas como essa ainda é possível informar ao vendedor que o cliente “x” está na loja e dar informações relevantes sobre a sua última compra ou o seu perfil. Até mesmo enviar ao próprio consumidor uma mensagem de desconto ou mimo que será feito “especialmente” para ele já que estamos na era da customização.

- 4) Inove modelos - Como comentei no início do texto, até a Amazon está indo para o mundo físico. Olhar para a Amazon Books e Amazon Go faz todo mundo repensar, até porque projetos que pareciam totalmente antagônicos hoje são reais e parecem triunfar. Se antes as pessoas procuravam por produtos, agora são os produtos que procuram pelas pessoas - basta olhar como o modelo de publicidade mudou e, consequentemente, como atingir o consumidor parece ter ficado mais fácil e barato, mas não menos complicado, afinal, as opções são infinitas e logo, a concorrência também.

Outro exemplo é a Minute Clinic, uma iniciativa da CVS, um dos maiores grupos de farmácia do mundo, que agora possui espaços de atendimento clínico dentro das suas próprias lojas. Os mais diversos serviços são oferecidos, incluindo exames e vacinas a um preço bastante competitivo e acessível à população. Bem complementar, certo? Sair da consulta e já ter um local para comprar tudo o que eu preciso garante conveniência para um lado e incremento de receita para o outro. Vale dizer que no sistema farmacêutico brasileiro já está em aprovação a aplicação de vacinas nas próprias farmácias. Repare, esse pode ser um começo por aqui.

- 5) O sucesso não está nos dados, mas na decisão que se toma através deles -

Veja o Waze. Ele não só mostra quais ruas estão mais movimentadas ou onde há ocorrências, ele simplesmente diz: “vá por aqui”, “vire ali”... ou seja, mesmo que você tenha informação, faça alguma coisa com ela! Tome decisões, arrisque, tente. É como eu disse anteriormente: a tecnologia está disponível e “deve” ser usada, mas não desperdice tempo apenas analisando - aja, faça, experimente.

E para todos os pontos citados acima: seja rápido, erre rápido, aprenda mais rápido ainda. E finalmente, perca o medo!

(*) - É COO na FX Retail Analytics, empresa que oferece inteligência para o varejo por meio do monitoramento de fluxo.

Dor crônica prejudica a carreira

Em maior ou menor grau, a dor está presente na vida de todo mundo. Mas a dor crônica, aquela que dura mais de três meses, pode impactar de forma severa tanto a vida pessoal quanto a carreira.

Segundo especialistas, em sua fase crônica a dor está intimamente ligada a aspectos emocionais e comportamentais. “Sentimentos como medo e ansiedade alteram nossos neurotransmissores, mudando a forma como a informação sobre a dor é levada ao cérebro. O corpo vai adquirindo uma ‘memória de dor’, que faz com que a sensação perdure por um longo tempo”, explica o fisioterapeuta certificado em osteopatia Marcelo Rocha.

Além da sensação de mal-estar provocada pela dor, há efeitos correlatos, como alterações no comportamento, entre eles redução da capacidade de tolerância e de paciência e o mal-humor – que acabam contaminando o desempenho profissional e a convivência no ambiente de trabalho. “Quem sente dor trabalha mal, com



Segundo a Sociedade Brasileira de Estudo da Dor, dores crônicas afetam de 15% a 40% dos brasileiros.

menos vontade e tem resultados menores, claro. Em casos graves, pode pôr tudo a perder. Não raro, um profissional perde seu cargo, suas funções ou, até mesmo, o emprego”, destaca Patrícia Araujo, coach e CEO da ProPAT, empresa de mentoring e counseling.

Patrícia ressalta que é fundamental procurar ajuda assim que identificar que o incômodo

está demorando a passar ou está aumentando de intensidade. Segundo a Sociedade Brasileira de Estudo da Dor, dores crônicas afetam de 15% a 40% dos brasileiros. No entanto, em geral só se procura tratamento após 6 anos sofrendo com o problema. “É um enorme tempo perdido. Quanto antes for iniciado o tratamento, melhores e mais

rápidos os resultados”, afirma Marcelo Rocha.

Além dos tradicionais tratamentos alopáticos, outros métodos podem auxiliar no combate à dor crônica, como psicoterapia, acupuntura, meditação e osteopatia, que utiliza métodos mecânicos e manipulativos para liberar bloqueios articulares, viscerais, musculares e nervais. Entender as necessidades do corpo e da mente e trabalhar as emoções são procedimentos que ajudam a reduzir as dores e têm impacto significativo na qualidade de vida.

“É muito comum identificarmos dificuldades profissionais decorrentes de dores crônicas. Nesses casos, encaminhamos o coachee a um de nossos parceiros, para que o tratamento sinérgico possa restabelecer a qualidade de vida e reabrir os horizontes profissionais do cliente”, esclarece Patrícia. Para saber mais sobre dores crônicas e como a osteopatia pode ajudar no tratamento, assista (<https://www.youtube.com/watch?v=GneDhXZerbI>).

Sistema Único de Saúde (SUS) vai oferecer hipnoterapia

Pacientes do SUS terão acesso a 10 terapias alternativas, chamadas de Práticas Integrativas e Complementares (PICS), que podem ajudar na prevenção de doenças como depressão e hipertensão. O Ministério da Saúde anunciou a incorporação dos tratamentos terapêuticos no último dia 12, entre eles a Hipnoterapia (utilização de Estados Alterados de Consciência), um método alternativo envolvendo hipnose terapêutica.

O psicólogo, especialista em Medicina Comportamental e hipnoterapeuta e fundador da Sociedade Interamericana de Hipnose (SIAH), Valdecy Carneiro, explica que a Hipnose é uma das mais eficazes ferramentas para atuação na Psiconeuroimunologia do indivíduo, ou seja, com a hipnoterapia é possível trabalhar a neuroplasticidade, a capacidade que nosso sistema nervoso tem de se refazer e de (re) criar novos caminhos neuronais.

A Hipnose Terapêutica pode ajudar o indivíduo a lidar-se de traumas, fobias, comportamentos indesejados, vícios, desbloquear aprendizados, melhorar concentração e memória, aperfeiçoar desempenhos, além de auxiliar no tratamento de transtornos: alimentares (obesidade, anorexia, bulimia, compulsões), de ansiedade (medos, fobias, TOC), de humor



O SUS dará acesso a 10 terapias alternativas, chamadas de Práticas Integrativas e Complementares (PICS), que podem ajudar na prevenção de doenças como depressão e hipertensão

(depressão, distímia, bipolar), sexuais femininos e masculinos (frigidez, anorgasmia, dispareunia, vaginismo psicogênico, ejaculação precoce, impotência, entre outros).

Para Carneiro a inclusão das terapias alternativas é um grande passo no sistema de saúde pública em direção a maior qualidade de vida da população. “As terapias alternativas, hoje nomeadas de Práticas Integrativas e Complementares, sempre

visaram o tratamento do indivíduo como um todo, de maneira não fragmentada”. Segundo o especialista, o acolhimento, a proximidade e o cuidado gerados, bem como maior facilidade de agendamento com os profissionais praticantes de PICS, gera uma maior humanização do atendimento.

A Hipnose já é reconhecida no Brasil por quatro Conselhos Federais: Psicologia, Medicina, Odontologia e Fisioterapia e Terapia Ocupacional, segundo o especialista “Com essa inclusão como terapia alternativa pelo SUS, a Hipnoterapia, sem dúvida, recebe um reconhecimento e validação merecida no conjunto de práticas que promovem a saúde e o bem-estar biopsicossocial”, comenta Carneiro.

O SUS já oferecia desde 2006, os tratamentos de acupuntura, homeopatia, fitoterapia, antroposofia e termalismo. No ano passado, foram incluídas mais 14 práticas: arteterapia, ayurveda, biodança, dança circular, meditação, musicoterapia, naturoterapia, osteopatia, quiropraxia, reflexoterapia, reiki, shantala, terapia comunitária integrativa e ioga. Agora, a lista conta com 29 práticas, com a inclusão de: apiterapia, aromaterapia, bioenergética, constelação familiar, cromoterapia, geoterapia, hipnoterapia, imposição de mãos, ozonioterapia e terapia de florais (SIAH).

Diário, dinâmico e objetivo...

para você que não tem tempo a perder

Especializado em Publicidade Legal (Atas, balanços, editais e outros).

Empresas & Negócios

Acesse...

www.netjen.com.br

