



suththirats_Images_CANVA

ENCANTAR O CONSUMIDOR

OFEREÇA UM CUSTOMER EXPERIENCE DE EXCELÊNCIA E ALAVANQUE SUAS VENDAS

O e-commerce brasileiro está em constante evolução e, segundo a Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (Abcomm), movimentou, em 2023, algo em torno de R\$ 185,7 bilhões. Em 2022, foram R\$ 169,59 bilhões faturados. Para este ano, a expectativa é que esse modelo siga em crescimento e demande, cada vez mais, ofertas atrativas capazes de encantar o consumidor e mantê-lo fiel à marca.

Ingrid Imanishi (*)

Nesse cenário é preciso focar no Customer Experience para conquistar o cliente e acompanhá-lo em sua jornada pós-venda, caso haja alguma reclamação ou problema relacionado ao produto, afinal toda empresa pode ter algum percalço. Por isso, é importante estar atento para solucionar qualquer eventualidade, tendo a tecnologia, especialmente a Inteligência Artificial, como uma grande aliada.

Compartilho três dicas de como criar um Customer Experience de excelência para alavancar as vendas. Confira:

1 Antecipe as necessidades do cliente – O Customer Experience começa muito antes do cliente acionar as empresas por algum canal de atendimento. Quando as pessoas necessitam de alguma informação, geralmente iniciam essa jornada pela busca em alguma ferramenta disponível.

Ao digitar sua necessidade no Google, por exemplo, o consumidor já começou a se relacionar com alguma marca ou produto. Este é um bom momento para começar o atendimento. Com uma estrutura de site bem formatada, a empresa é rastreada pelos mecanismos que a ferramenta de busca usa para encontrar os conteúdos e aparece entre os resultados principais. Assim, a informação oficial alcança o cliente.

Pode-se dizer que a busca por conta própria é a primeira experiência que o cliente tem com as marcas. Quando a projeção de conteúdos oficiais é bem-feita, a empresa atende as necessidades do cliente e, ao mesmo tempo, melhora seus resultados, sendo capaz de orientar a jornada da forma ideal e desenhada para garantir a fluidez de experiência do cliente e os objetivos da marca.

Existem soluções de gestão de conhecimento no mercado que podem garantir tanto a indexação adequada quanto a manutenção, colaboração, curadoria e perfis de acesso que a produção de conteúdo exige.



Abcomm_CANVA

2 Ofereça autoatendimento de qualidade – Nos momentos em que o cliente busca resolver algum problema relacionado a uma compra, ser atendido de forma ágil e com a opção de solucionar sozinho, com ferramentas digitais que conduzam sua jornada ao que precisam descobrir, sanando dúvidas e trazendo respostas assertivas, causam impactos muito positivos.

Muitas vezes, a questão é simples de ser resolvida e colocar o consumidor em um labirinto de atendimento, no qual precisa responder às mesmas perguntas diversas vezes, não é a melhor maneira de colaborar com a solução de seu problema.

As plataformas mais inovadoras do mercado trazem mecanismos de autoatendimento que levam ao cliente justamente o que ele necessita: guiam às melhores informações dentro de ambientes seguros, tanto para o cliente quanto para a empresa.

Além de melhorar a experiência do consumidor, o autoatendimento desafia as operações e permite que elas estejam disponíveis para as questões mais complexas. Isso vai até contribuir para prevenção de reclamações em órgãos de defesa do consumidor.

3 Treine e oriente cada agente para o CX de excelência – Quando o autoatendimento não é o suficiente, o agente é o elo que faz a diferença para o Customer Experience de excelência. Por esse motivo, deve ser treinado e orientado continuamente para sua evolução individual na capacidade de resolver problemas e de encantar clientes.

Mas treinamentos genéricos não são efetivos, cada agente tem suas habilidades, suas fortalezas e suas áreas de oportunidade. Ao utilizar soluções automatizadas para qualificar interações e detectar comportamentos como escuta ativa, empatia, conexão emocional e questionamento efetivo, os Contact Centers oferecem insights personalizados com base em grandes volumes de interações.

Dessa forma, é possível oferecer orientação individualizada, imediata e relevante para transformar posturas e desempenhos de maneira específica para cada agente. Estas ferramentas analisam o comportamento do cliente, seu tom de voz, a forma como se dirige ao agente e as palavras-chave da sua interação. A maneira como o agente se comporta durante o atendimento também é fundamental para garantir a boa condução do contato e a maior satisfação do cliente. O colaborador recebe o feedback da ferramenta, que orienta a melhor maneira de lidar com determinado tipo de consumidor, guias de melhores práticas e postura e indicando onde é necessário melhorar.

Oferecer um Customer Experience de excelência é uma delicada cadeia de decisões e procedimentos que são construídos de acordo com a necessidade dos clientes. Antecipar problemas e oferecer as melhores alternativas de solução, com agilidade, fluidez e empatia, pode colaborar com a mitigação de reclamações e pedidos de cancelamento de compras.

Afinal, toda empresa pode ter problemas, mas a chave para a satisfação do consumidor, nesse caso, está justamente na forma e na velocidade com que essas questões serão resolvidas.

(*) - É Diretora de Soluções Avançadas da NICE (<https://www.nice.com/>).



suficoref_CANVA