

MOMENTO DE TRANSFORMAÇÕES

O PERFIL DO LÍDER QUE TODOS PRECISAMOS SER

▶▶ Leia na página 8

Como reinventar as jornadas dos clientes utilizando tecnologias digitais e IA

Quando penso no que seria o Customer Experience (CX) dos meus sonhos, uma série de características vêm à minha mente. O CX ideal é fácil, intuitivo, e resolve os problemas do cliente sem esforço.

Ele entende as necessidades do consumidor, parece personalizado e não se limita apenas às conveniências da empresa. Na verdade, é a expressão máxima das necessidades do cliente, projetada sob o ponto de vista de quem está do outro lado da interação.

Um CX excelente é consistente. Mantém uma continuidade na experiência, independente do canal, produto ou momento em que o cliente interaja com a empresa. Isso significa que é necessário conhecer o histórico, reconhecer as interações anteriores e valorizar o relacionamento com a marca, de forma que o consumidor se sinta acolhido e apreciado.

Em um mundo ideal, a empresa que quer manter o cliente satisfeito ao longo do tempo, demonstra que sua lealdade é importante. Outro aspecto é o acesso à multicanalidade, de forma coerente e transparente. A experiência não deve ser fragmentada ou repetitiva, na qual o cliente precisa recontar a mesma história várias vezes.

Por exemplo, se o consumidor começa uma interação por meio de um chatbot e depois migra para um atendimento humano, a transição deve ser suave e sem rupturas na continuidade ou na identidade da marca.

Também é importante lembrar que o foco do cliente é a solução do seu problema ou o atendimento de uma necessidade específica. Não importa se quer comprar algo, obter informações, resolver um problema ou agendar um serviço, o que realmente conta é que a necessidade seja atendida de forma eficiente e eficaz, independentemente do canal utilizado.



As empresas, entretanto, enfrentam muitos desafios ao tentar entregar esse CX ideal. Uma das principais dificuldades é a tendência de olhar para o Customer Experience do ponto de vista corporativo, tentando adaptar a experiência aos seus próprios objetivos de negócio ou às suas limitações operacionais.

Customer Experience não se trata de olhar apenas para dentro de casa. O CX que excede as expectativas realmente coloca os clientes em primeiro lugar.

Para alinhar todas as expectativas e necessidades, a utilização de tecnologia – principalmente Inteligência Artificial criada especificamente para o Customer Experience – desempenha um papel fundamental.

O primeiro passo é a geração de métricas que vinculam a experiência do cliente aos resultados de negócio. Normalmente, eles são aferidos pelas vendas e pelos custos, não estão nas métricas de CX. Mas nós sabemos que o Customer Experience aumenta vendas e também reduz custos, porque o consumidor não precisa ligar várias vezes para ter suas questões atendidas e, tendo suas demandas atendidas de forma fácil e fluida, acaba consumindo mais.

A tecnologia é um viabilizador tanto da automação quanto da implementação de soluções que permitem personalização e atendimento em larga escala. Dessa forma, a

empresa se torna mais eficiente, pode utilizar menos recursos humanos e atender de forma mais completa, além de solucionar com mais agilidade e assertividade. Tudo isso também acarreta em redução de custos.

O terceiro ponto é a unificação da visão do cliente por intermédio de uma plataforma omnicanal. Com esse tipo de solução, é possível visualizar múltiplos pontos de interação em uma mesma ferramenta, o que gera métricas unificadas. Com isso, as empresas conseguem viabilizar um sistema que se retroalimenta positivamente ao longo do tempo e que sustenta o CX e os resultados do negócio.

Garantindo uma visão unificada da experiência do cliente a partir de uma plataforma, a empresa ou área de CX consegue aplicar Inteligência Artificial de maneira muito eficiente para medir resultados, identificar oportunidades e implementar melhorias para todos os atores que participam do universo do Customer Experience.

O CX dos sonhos é, sim, uma realidade possível, mas exige mudança de cultura dentro das organizações e apoio da tecnologia. Quando o CX é priorizado, o resultado é um ciclo positivo que beneficia tanto o cliente quanto o negócio.

(Ingrid Imanishi é Diretora de Soluções Avançadas da NICE (<https://nice.com.br/>).

Inovação pode ser a resposta para empresas mais sustentáveis e economia circular

Em junho último, o governo federal assinou o Decreto que institui a Estratégia Nacional de Economia Circular (ENEC), coordenada pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC). ▶▶

Comunicação assertiva e integrada em time de tecnologia

Uma pesquisa recente, com mais de 80 gestores de times de segmentos como tech leads, product managers, desenvolvedores, entre outras áreas, feita pela Bossa Box em conjunto com o IFTL mostrou que os líderes precisam estar atentos ao "alinhamento de metas claras e realistas com a alta liderança". ▶▶

ESG: reputação e vendas

Num fenômeno relativamente recente, a pauta ESG ganhou notoriedade, atraiu empresas e trouxe foco sobre a urgência de cuidar do planeta, das relações humanas e empresariais com mais atenção. ▶▶

As estratégias para conectar marcas sustentáveis a consumidores conscientes

A crescente conscientização sobre as mudanças climáticas e a necessidade de hábitos mais sustentáveis têm transformado o comportamento dos consumidores. De acordo com relatório da Capgemini Research Institute de 2023, 79% dos consumidores estão mudando suas preferências de compra com base em questões de sustentabilidade. ▶▶

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular



Negócios em Pauta

Foto: Wilson Sons/Divulgação



Logística portuária: cresce o atendimento a navios petroleiros

Maior operador de logística portuária e marítima do mercado brasileiro, a Wilson Sons registrou, nos primeiros sete meses do ano, em sua Agência Marítima, crescimento de 60% no número de navios atendidos que transportam petróleo e derivados, em relação ao mesmo período do ano passado. No total, foram mais de 180 embarcações. Os navios-tanque atendidos, realizaram a importação de combustíveis, a exportação de petróleo bruto e gasolina e a cabotagem, ao longo da costa brasileira, de diesel e gasolina. Houve também atendimentos a navios em operações ship to ship (transferência de carga entre embarcações) na importação de refinados e exportação de petróleo bruto. O suporte inclui apoio junto a autoridades portuárias, em documentação e, em conjunto a outros fornecedores, na arquitetura das operações. ▶▶ **Leia a coluna completa na página 3**

News@TI

AI/Dinamize



Jonatas Abbott,
CEO da Dinamize

Evento para disseminar estratégias de alta conversão e retenção de clientes

@A Dinamize, marca líder em automação de marketing, que atende mais de 22 mil marcas, realizará um evento no dia 26 de setembro, a partir das 13h 30min, no Cool2work Downtown, em Florianópolis. Durante o encontro, será apresentada uma série de cases que realçam o impacto das estratégias de CRM e automação no e-commerce. Entre os destaques, estão empresas que alcançaram faturamento superior a R\$ 300 mil em um mês com apenas um recurso da Dinamize, e outras que experimentaram aumento de 332% nas conversões com automações inteligentes. Com o apoio de parceiros como Uappi, Abstrato, Anamid e C4 Marketing, o evento contará ainda com um momento de networking, proporcionando um ambiente ideal para troca de ideias e novas conexões de negócios. Para participar, inscreva-se através do formulário disponível no link: <https://lp.dinamize.com/cases-crm-ecommerce>. ▶▶ **Leia a coluna completa na página 2**

Trimble realiza Tekla User Day para impulsionar avanços na Construção Civil

No dia 4 de outubro, a Trimble, companhia global de tecnologia para posicionamento, modelagem, conectividade e análise de dados, realizará o Tekla User Day, um evento gratuito no Hotel Holiday Inn Anhembi, em São Paulo, das 8h às 18h. Voltado para profissionais da área de engenharia de estruturas, o encontro oferece uma oportunidade única de atualização sobre novas funcionalidades das soluções Tekla e Trimble Connect, apresentação de casos de sucesso de clientes e networking com profissionais do setor. Durante o evento, os profissionais da empresa também estarão disponíveis para conversas e suporte. Além disso, os participantes poderão aproveitar o almoço e o Happy Hour oferecidos pela Trimble (<https://get.trimble.com/stru-tekla-user-day-brasil-registration.html>).