

# LIVE

12/05/2020



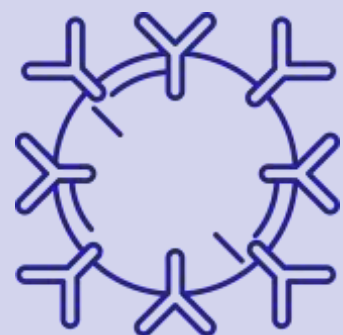
Ana Paula Pezzotto Lima  
Moderadora



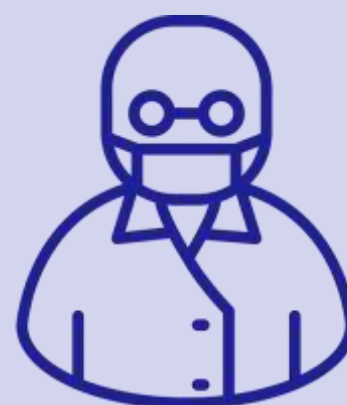
Lhoji Kotsubo  
Palestrante

**Como a experiência do cliente pode salvar  
sua empresa na crise do COVID-19**

# Cenário atual



Crise mundial  
COVID-19



Crise na saúde  
Isolamento Social



Crise na economia



Transformação digital



Crise na  
política do Brasil

E as empresas?



**MPE**  
MICRO E PEQUENA  
EMPRESA

Como sobreviver?

Experiência do Cliente  
pode ajudar?

Estudo das principais  
tendências e direcionamentos

Gartner

Deloitte.

FORRESTER®



GRUPO  
Toolbox.  
marketing & tech | retail first



MERCADO  
& CONSUMO

e-commercebrasil  
EXCELÊNCIA EM E-COMMERCE

EXAME

Dicas e orientações

# Dicas e orientações

✓ Conhecer os seus  
Clientes

✓ Estabelecer o alinhamento com  
a sua equipe (\*)

✓ Estabelecer a comunicação  
com os Clientes

✓ Buscar novas alternativas ou  
canais de venda

(\*) mesmo que seja de 01 pessoa.

# Dicas e orientações

✓ **Conhecer os seus  
Clientes**

✓ Estabelecer o alinhamento com  
a sua equipe

✓ Estabelecer a comunicação  
com os Clientes

✓ Buscar novas alternativas ou  
canais de venda

## ✓ *Classificar os seus clientes*

- Estratégico
- Faz compras programadas
- Faz compras pontuais
- É adimplente
- É inadimplente

## ✓ *Com relação ao público-alvo*

- Homens ou mulheres
- Faixa etária
- Frequência de compra
- Localização (mesmo bairro, cidade ou estado)
- Itens mais comprados

## ✓ *Para serviços*

- É cliente PF ou PJ
- Tem contrato de manutenção
- Atendimentos avulsos
- É presencial ou remoto

## ✓ *Modo de contato com clientes*

- Quem faz os contatos
- É presencial
- Tem lojas físicas
- Por telemarketing
- Tem e-commerce
- Usa WhatsApp
- Mídias sociais

## ✓ **IMPORTANTE:**

- Faça este mapeamento junto com a sua equipe (se for o caso);
- Se tiver dificuldades de levantar informações, use documentos fiscais da empresa para montar a base;
- Esta base de informações é fundamental para entender o público-alvo e identificar a “persona (\*)”.



# Dicas e orientações

✓ Conhecer os seus  
Clientes

✓ **Estabelecer o alinhamento  
com a sua equipe (\*)**

✓ Estabelecer a comunicação  
com os Cliente

✓ Buscar novas alternativas ou  
canais de venda

(\*) mesmo que seja de 01 pessoa.

# Estabelecer o alinhamento com a sua equipe

- ✓ Estabelecer internamente o **posicionamento da empresa** frente ao momento atual, quais são as diretrizes e ações para entender e atender os clientes;
- ✓ Transmitir a preocupação da empresa com a **saúde e o bem estar** dos funcionários, em todas as cadeias de atendimento ao cliente, disponibilizando todos os aparatos necessários para proteção e prevenção;

## Estabelecer o alinhamento com a sua equipe

- ✓ No caso de serviços, se é atendimento nas instalações do cliente, ou mesmo consumidor final, garantir que o profissional de atendimento **utilize todas as recomendações de proteção** do Ministério da Saúde e do Trabalho;
- ✓ Todos os **feedbacks dos clientes** com relação aos procedimentos de segurança e proteção individual deverão ser notificados imediatamente **para a liderança**.

# Estabelecer o alinhamento com a sua equipe

## ✓ PONTOS IMPORTANTES DA EXPERIÊNCIA DO CLIENTE:

### ➤ Empatia e gratidão:

- Mostrar o quanto a empresa está grata pela compra e sensibilizado pelas diferentes situações de cada cliente;
- Colocar-se sempre aberto ao melhor entendimento e buscar juntos soluções para ultrapassar os desafios da crise;
- Fortalecer junto à equipe o senso de gratidão ao cliente, na finalização de um atendimento, nos retornos aos e-mails recebidos, nas compras efetuadas ou feedbacks recebidos.

# Estabelecer o alinhamento com a sua equipe

## ✓ PONTOS IMPORTANTES DA EXPERIÊNCIA DO CLIENTE:

### ➤ Feedback do cliente e ao cliente:

- Se a empresa já possui um processo de feedback, ótimo;
- Caso contrário, comece nos contatos telefônicos, ao final da ligação, perguntando se ficou satisfeito com o atendimento, ou nos e-mails, perguntando se as informações foram suficientes e claras;
- O retorno do feedback ao cliente é fundamental para estabelecer a comunicação de duas vias.

# Estabelecer o alinhamento com a sua equipe

## ✓ PONTOS IMPORTANTES DA EXPERIÊNCIA DO CLIENTE:

### ➤ Ser honesto e transparente:

- Em todas as situações, se não tiver uma resposta de imediato, diga que não tem, porém buscará a resposta junto a liderança e retornará dentro de um prazo acordado;
- Portanto, o retorno da resposta dentro do acordado é fundamental, mesmo que seja para informar que ainda está aguardando um parecer interno.

# Estabelecer o alinhamento com a sua equipe

## ✓ PONTOS IMPORTANTES DA EXPERIÊNCIA DO CLIENTE:

- Empatia e gratidão;
- Feedback do cliente e ao cliente;
- Ser honesto e transparente.



C  
O  
N  
F  
I  
A  
N  
Ç  
A

**Fundamental o treinamento da equipe em todos os pontos de contato com o cliente (com base na estratégia de comunicação).**

# Estabelecer o alinhamento com a sua equipe

Mostrar que a empresa está preocupada com o bem estar da sociedade;

Nunca mostrar qualquer tipo de ação que mostre que a empresa está tirando proveito da situação;

Campanhas de solidariedade aproximam os consumidores a empresa. Ações nesse sentido devem ser tomadas;

Posicionamentos políticos ou questões políticas são sempre polêmicas e podem interferir nos negócios.



# Dicas e orientações

✓ Conhecer os seus  
Clientes

✓ Estabelecer o alinhamento com  
a sua equipe

✓ **Estabelecer a comunicação  
com os Clientes**

✓ Buscar novas alternativas ou  
canais de venda

# Estabelecer a comunicação com os Clientes

- ✓ Estabelecer uma **estratégia de comunicação** com os clientes, considerando o mapeamento do público-alvo/persona, definindo “quem”, “como” e “quando”;
- ✓ Comunicar o **posicionamento da empresa** frente a situação da crise e ao coronavírus. A indiferença ou omissão pode ser vista de forma negativa;

# Estabelecer a comunicação com os Clientes

- ✓ A comunicação deverá direcionar **gratidão** pelo cliente e preocupação com a situação atual, colocando-se à disposição para **entender a necessidade e ajudar** a buscar soluções que possam ser boas para ambas as partes;
- ✓ Reforçar para o cliente que os processos internos estão focados na **melhoria da satisfação do cliente** e na sociedade em geral, sendo muito importante o processo de **feedback** para cada atendimento concluído.

# Dicas e orientações

✓ Conhecer os seus  
Clientes

✓ Estabelecer o alinhamento com  
a sua equipe

✓ Estabelecer a comunicação  
com os Clientes

✓ **Buscar novas alternativas ou  
canais de venda**

## Buscar novas alternativas ou canais de venda

- ✓ Tomar decisão de implementar **venda ativa** (por e-commerce, vendas online por internet, em aplicativos próprios, em plataformas de vendas, televendas);
- ✓ Buscar **soluções de rápida implementação**, como canais de atendimento telefônico (televendas), ou por WhatsApp, ou mesmo e-mails de venda;
- ✓ Utilizar **plataformas gratuitas**, por exemplo, site da Magalu, aberto para pequenos empresários se cadastrarem e realizarem suas vendas;

# Buscar novas alternativas ou canais de venda

- ✓ Considerar a migração para o **e-commerce** como um plano de curto-prazo;
- ✓ Reforçar o processo de **divulgação da marca**, seus produtos e serviços em meios eletrônicos, mídias sociais e veículos de comunicação;
- ✓ Utilizar recursos como **“Lives” e Webinar**, com gravação de vídeos, para tratamento de **temáticas e conteúdos relevantes**, que de alguma forma abordem algum dos produtos e serviços comercializados;

## Buscar novas alternativas ou canais de venda

- ✓ Utilizar a **base de informações** geradas pelos **feedbacks** dos clientes e entender melhor o que está afetando o relacionamento, quais são as necessidades e trabalhar na solução das mesmas, utilizando **metodologias de solução de problemas** para melhorar o processo;
- ✓ Considerar **ferramentas de gestão do relacionamento** com clientes (CRM), para monitorar os indicadores de performance e ajudar a melhorar a satisfação e lealdade dos cliente.

## Buscar novas alternativas ou canais de venda

O empresário/dono da empresa deve estar acessível aos clientes;

Precisa exercer o papel de “garoto(a) propaganda” da empresa e mostrar a proximidade entre o cliente e empresa;

Quanto maior a participação na interação com o mercado, maior será a sensação de proximidade e preocupação com o bem estar da coletividade;

Parcerias com fornecedores são fundamentais para buscar alternativas para atender as necessidades dos clientes.



# Resumindo



# Considerações finais

- ✓ Este é o momento de entender que a globalização e a transformação digital são mudanças que estão tornando os processos cada vez mais robotizados, os meios de transmissão e comunicação cada vez mais robustos, em todas as áreas;
- ✓ A missão das empresas passa pelo processo de estar totalmente aderente às mudanças, buscando soluções de produtos e serviços que supere a expectativa dos clientes, tendo como retorno a sua lealdade;

# Considerações finais

- ✓ Estruturar cada vez mais o processo de “experiência do Cliente” e criar uma cultura de “Customer Sucess” ou “Sucesso do Cliente” fará a diferenciação no futuro para definir as empresas que terão sucesso ou estão fadadas ao fracasso.

A **Capital Executivo** é uma consultoria em gestão empresarial e atua em 03 dimensões, que é a Estratégia, Governança e Competitividade.

Estamos totalmente abertos para ajudá-los no processo de estruturação da sua empresa.

[www.capitalexecutivo.com.br](http://www.capitalexecutivo.com.br)





[WWW.CAPITALEXECUTIVO.COM.BR](http://WWW.CAPITALEXECUTIVO.COM.BR)

Autor: Lhoji Kotsubo