



## Priscila Rangel

---

### **Head of Customer Success**

Desde 2010 atuando com atendimento ao cliente, blumenauense, sagitariana e mãe de pet!



## Juliana Fonseca

---

### **Customer Marketing**

Há mais de 10 anos trabalhando com atendimento ao cliente, viciada em café e pizza, apaixonada por inovação e tecnologia!

Como criar uma  
jornada que ajude na

***Prevenção de Riscos***



Como conectar as **expectativas, desejos e**  
**necessidades** dos clientes para ter a **melhor**  
**experiência?**

# Através da Jornada do Cliente



O **Customer Journey Map** determina os **momentos e ações necessárias** que ajudam o cliente a ter sucesso, avaliando o que eles **necessitam** e alinhando seus **objetivos** com os nossos.

# Por onde começamos a criação da jornada?

- Desenhamos todos os pontos de contato com os clientes
- Determinamos a frequência de cada contato
- Definimos quais as fases e quais ações deveriam ser realizadas por etapa (consideramos todas as áreas)
- Analisamos os clientes e seus comportamentos para definir as fases e pensar nas ações e impedir riscos
- Identificamos os gatilhos para Up-Sell e Cross-Sell
- Analisamos os pontos que podem ser melhorados

EXPERIÊNCIA EM QUEDA

CONSULTIVO

EMPATIA

EXPERTISE

ACOLHIMENTO

APRESENTAÇÃO SOBRE CRIATIVAS

CONHECIMENTO SOBRE O SEU MUNDO (WORKS, ...)

ASSERTIVIDADE NEGOCIO, EXECUTIVA

ANTECIPAÇÃO

VISUAL ENCORPADO

PERSONAL

COMUNICAR PER

OPERAR ESENTIA

PRATICIDADE

FACILIDADE

PROXIMIDADE

PERSONALIZAÇÃO

MINHA ESCOLHA DE TECNOLOGIA E PLATAFORMAS

O PRODUTO SEMPRE SEMPRE!

PROFUNDIDADE

PRO-ATIVIDADE

EBR

INTELECTUAL & EMPATIA

BASELINE

PRazos

EXPERIÊNCIA VISUAL

EXPERIÊNCIA PRESUDICADA

OBJETIVO N CLARO

N SEN CONSULTIVO

FALTA DE RETORNO

DEMO NA RETORNO

APROPRIATEZA / CONF. EQUIVOCADA

PRODUTO N ATENDE

PLAPOS N ATENDEM

EXPECTATIVAS N ALINHADAS

CONTRATOS / CLAUSULAS

ATRASO NA IMPLANTACAO

FALTA DE CAPACITACAO

FATUAMENTOS N ALINHADOS

COBRANÇAS INDEVIDAS

FALTA DE INTERESSE

PRODUTO MAL CONFIGURADO

FALTA DE UTILIZACAO

PRODUTO N ATENDE

ATRASO EM N TER ATENDIMENTO

SUPORE

NOVAS FUNCIONALIDADES N COMUNICADAS

INCIDENTES

MANUTENCOES

FALTA DE INOVACAO

ACHO QUE O CONSUMIDOR É MELHOR...

KICK OFF

LEVANTAR INFO

CONFIGURAR

HOMOLOG

TREINAMENTO

GO LIVE

APRESENTACAO

FUNCIONALIDADES VITAIS

CASES BENEFICIOS NPS

NOVAS FUNCIONALIDADES

HELPDESK MATRIZ

DICAS

ONBOARDING

ADOCAO

ON GOING

RENOVACAO

# Personas

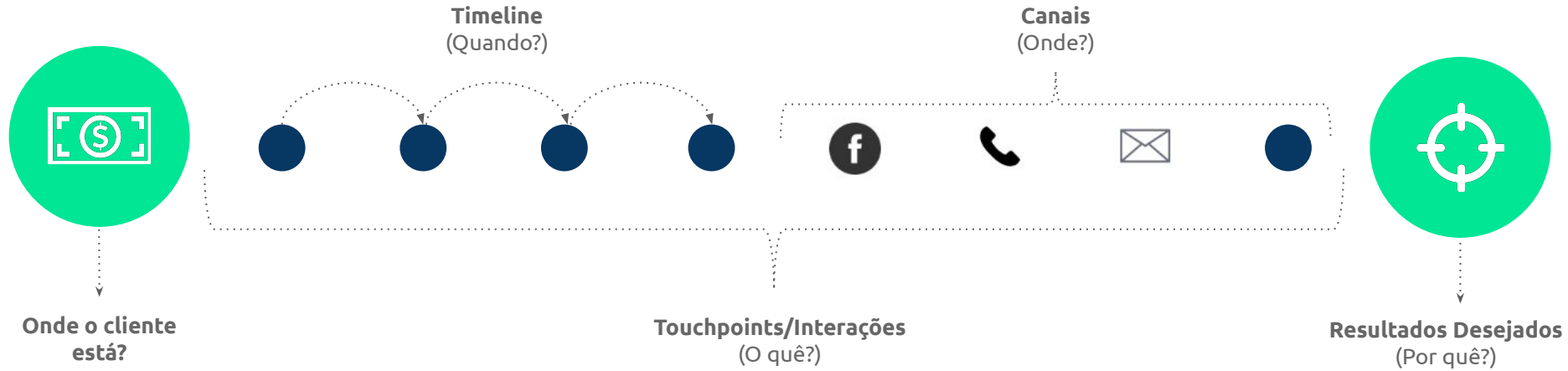


Quem é o cliente?

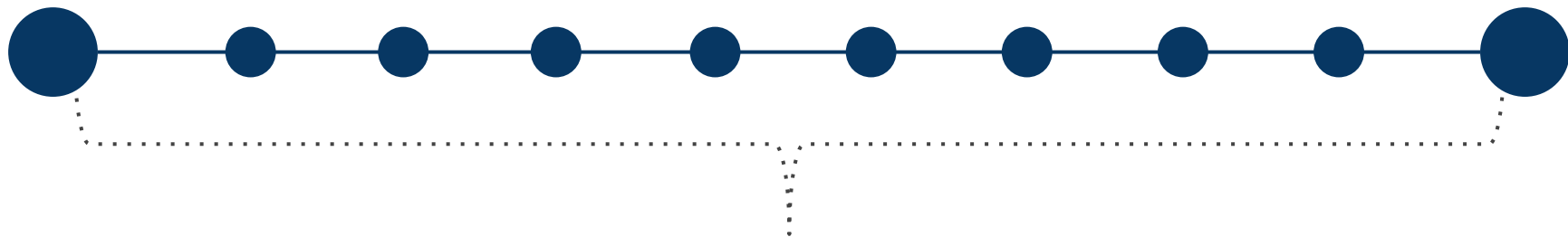
- Necessidades
- Objetivos
- Pensamentos
- Sentimentos
- Opiniões
- Expectativas
- Dores



# Elementos de uma Jornada



# O foco da jornada



**EXPERIÊNCIA**

# Jornada do Cliente - Fases



# Objetivos

Aumentar a percepção de valor do usuário em seu primeiro contato com o produto, ajudando-o a ter o sucesso imediato.

Garantir conhecimento e uso das funcionalidades vitais dos produtos que utiliza.

Garantir satisfação e engajamento, enquanto o cliente é preparado para expansão.

Garantir a renovação e a satisfação do cliente e alinhar as expectativas e objetivos.

**Onboarding**

**Adoção**

**Ongoing**

**Renovação**

**Tempo em Cada Fase**

# Jornada Completa

Prospecção

COMERCIAL

Contrato

ONBOARDING

Passagem

CUSTOMER SUCCESS

Renovação

Sales & MKT

ADM / FIN / JUR

Customer Success Team

CLOUD

Manutenções, Infra, Apoio aos clientes, Decisões técnicas

SUPORE

Atendimento, Retornos, Soluções, Prevenção, Central de Ajuda

PRODUTO

Novas Funcionalidades, Futuro, Comunicações, Decisões, Garantir as Entregas

COMERCIAL

Upgrade, Contratos, Propostas, Negociações, Eventos, Contatos

MARKETING

Comunicações, Posicionamento, Marca, Conteúdos, Assessoria, Eventos

ADM, FIN, JUR

Contratos, Cobranças, Pagamentos, Bloqueios, Atendimento

O Sucesso do Cliente  
é responsabilidade de quem?



TODOS

## •churn•

O churn é a taxa de cancelamento ou rotatividade de clientes.

Ele acontece quando um cliente cancela ou não renova um contrato; ou quando ele continua, porém pagando menos, mais conhecido como churn de receita (revenue churn).

Lincoln Murphy - [sixteenventures.com/churn-symptom](https://sixteenventures.com/churn-symptom)



# Principais motivos de churn

Percepção de  
valor do  
produto

Suporte

Falta de  
uso

Inadimplência

Decisão top  
down

Experiência

Produto  
não evolui

# Percepção de valor do produto

---

**Rotinas de entrega de resultados**

**Envio de indicadores**

**Alinhamentos de próximos passos**

**Tuning**

**Compartilhar cases de clientes**

**Conteúdos consultivos sazonais**



## Decisão top down

- Indicador e metas de cobertura C-level
- Apresentação de resultados e road map
- Canal de comunicação aberto e transparente
- Encontro com os decisores

# Problemas com suporte

Alertas de atraso no  
SLA dos chamados



Acompanhamento  
das pesquisas de  
atendimento



Reunião entre  
equipes sobre os  
clientes que mais  
acionam



# Inadimplência

---



Acompanhamento dos indicadores de saúde financeira dos clientes

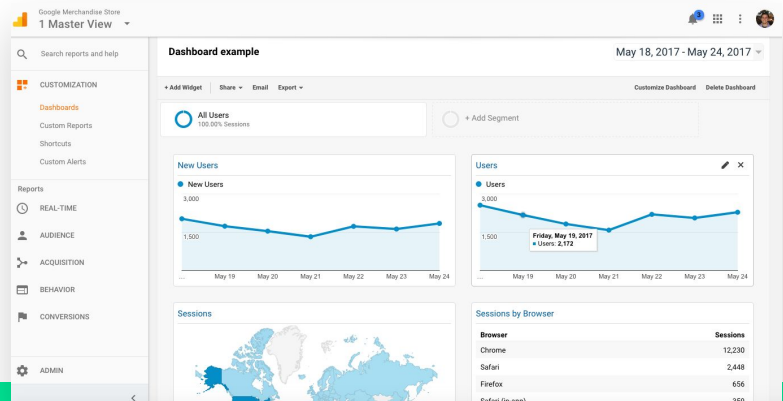
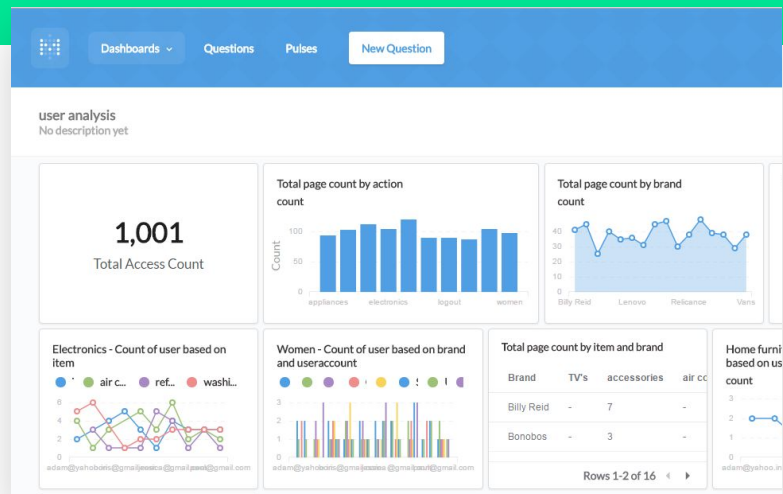
Alertas de atuação para o CSM

Jornada de cobrança envolvendo o CSM

Comunicação de cobrança revisada pelos times de Customer Marketing e Marketing

# Falta de uso dos produtos

- Acompanhamento do uso dos produtos
- Metas com base no indicador de engajamento
- Materiais com melhores práticas
- Treinamentos técnicos
- Webinars
- Alertas de uso (CSM, PO e Farmer)





# Produto não evolui

---

- Rotina de comunicação e novidades
- Apresentação de roadmap (entregue x futuro)
- Entregar ao menos pequenas evoluções
- Times de produto e UX com rotina em clientes

# Experiência



**Pesquisa de NPS**



**Responder TODOS  
os detratores**



**Criar plano de  
ação para os  
assuntos mais  
negativados**

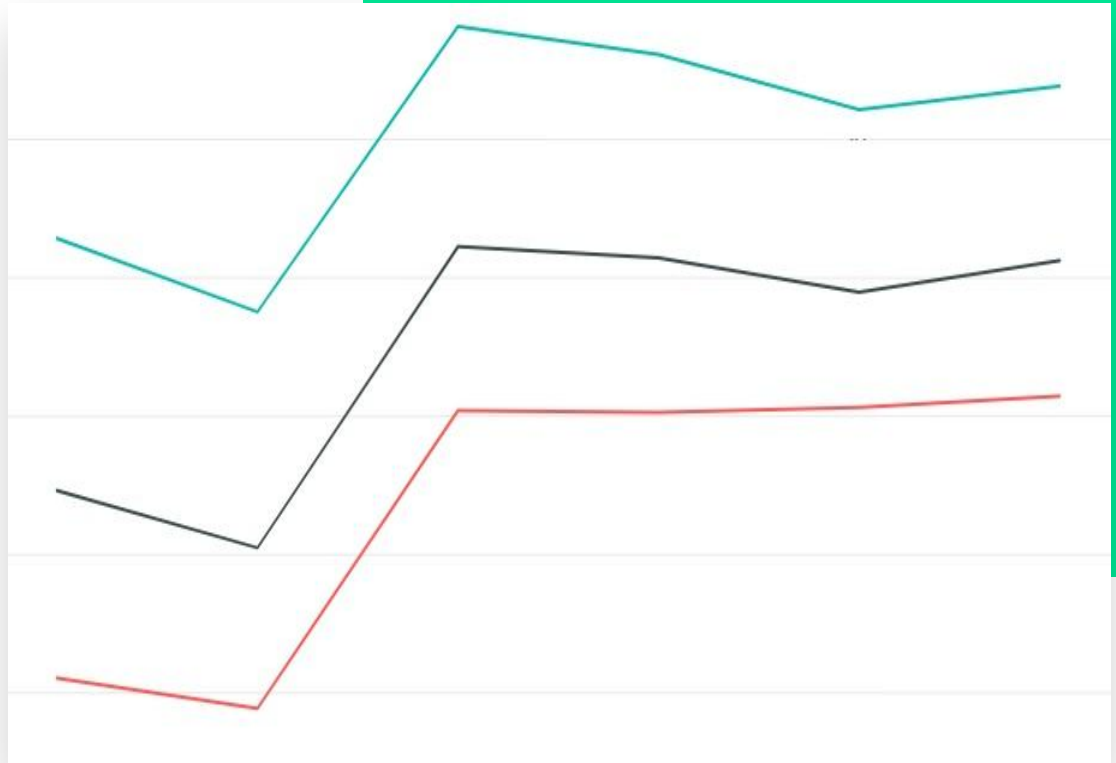


**Envolver todos os  
times**

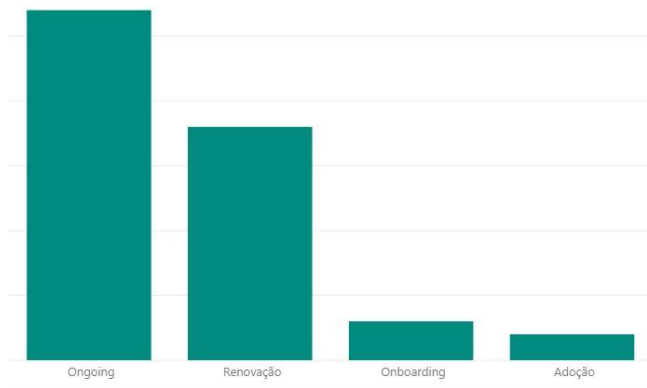


**Todos esses pontos impactam no indicador de saúde dos clientes**

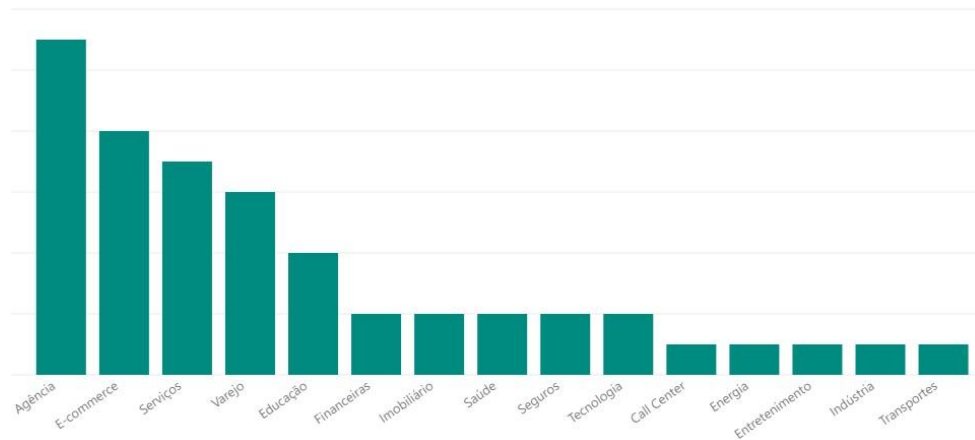
**O CSM pode ainda sinalizar um risco de churn de forma manual**



# Relatórios dos clientes em risco

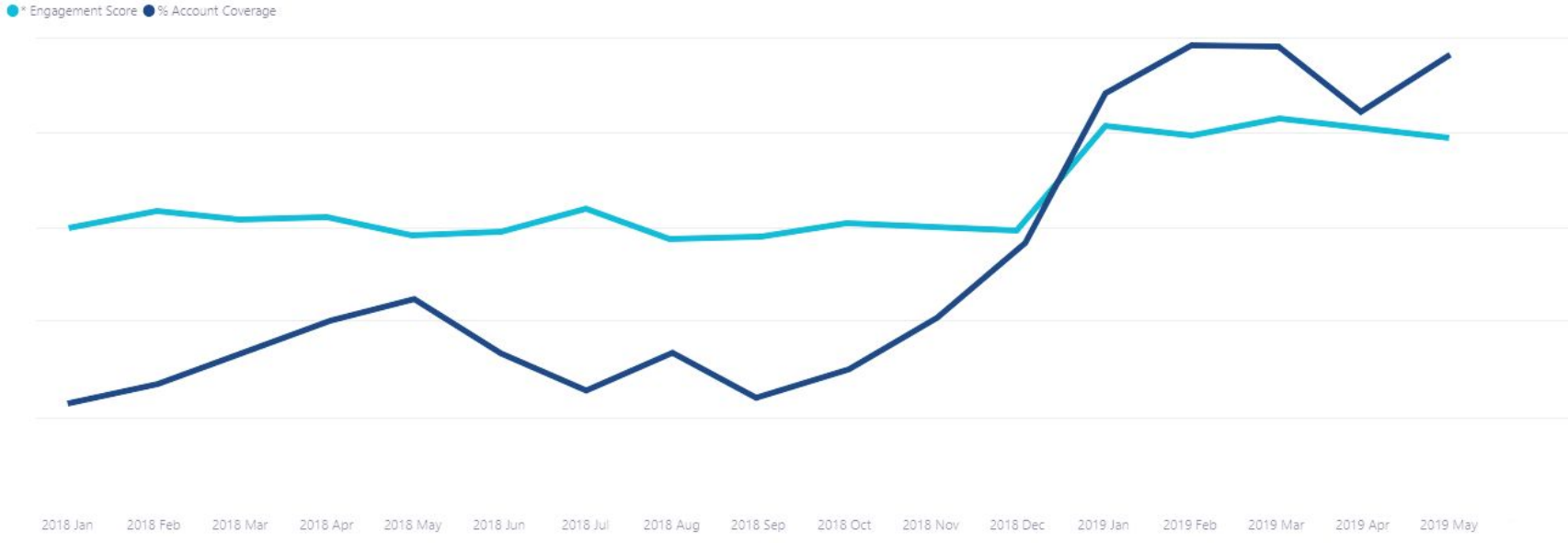


Ritual semanal de acompanhamento e ações



Relatório é enviado para todos os líderes da empresa

# Cobertura de Base x Engajamento de Produto





# Algumas práticas

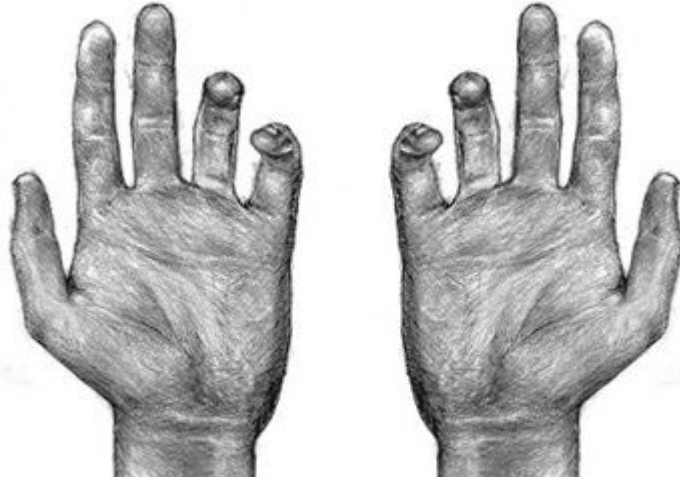
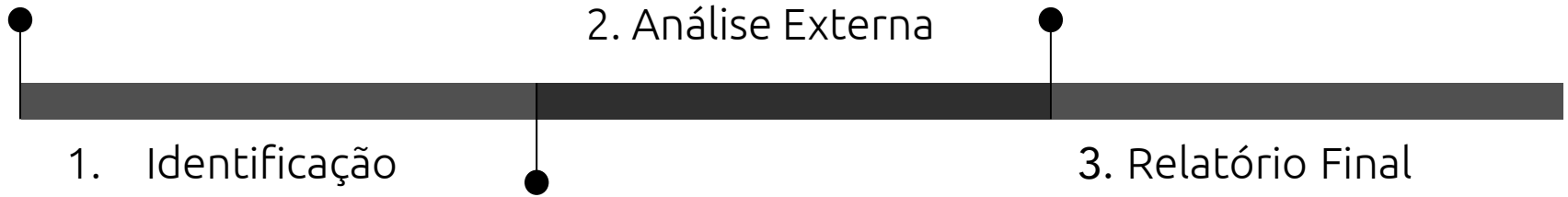
- Todos os times têm acesso aos clientes em riscos
- Revisamos a jornada do cliente com frequência

# Análise do churn



- Reduzimos os motivos de cancelamento e nos deu mais visibilidade do que melhorar
- Ir para o concorrente deixou de ser um motivo de cancelamento

# Processo de Autópsia



Comece com planilhas,  
trello, google form,  
mas comece!



# Obrigada!



**priiscilarangel**



**julianaafonseca**







**Tudo isso só é possível com esse  
time F#!**

**Vagas: [hiplatform.gupy.io](https://hiplatform.gupy.io)**