



THE
DEVELOPER'S
CONFERENCE

HUMANIZAÇÃO E RESULTADO ISSO EXISTE?

Como o Customer Success realiza essa mágica?
3 pilares para uma estratégia de pessoas
“La Casa de Papel”

- Lectícia Chaves - Lectícia, ou melhor, Lec, Customer Success da Redspark, mãe do Victor, mineira apaixonada por pão de queijo, pessoas e profissionalismo.
- MBA Gestão de Pessoas / Certificação em Experiência do Cliente.
- Experiências: W12, Meetup Brasil, TDC, Consultorias na área de CS



ENTENDENDO O CONSUMIDOR X MERCADO



THE
DEVELOPER'S
CONFERENCE

- Transformação Digital
 - Produto para Serviço
 - Licença para Assinatura
 - Informática x mobile / cloud
- Democratização Tecnológica
 - Fácil de comprar
 - Novos Modelos de cobrança
 - Novos modelos de entrega
- Democratização do Churn
 - Fácil de cancelar



EVOLUÇÃO DO MKT

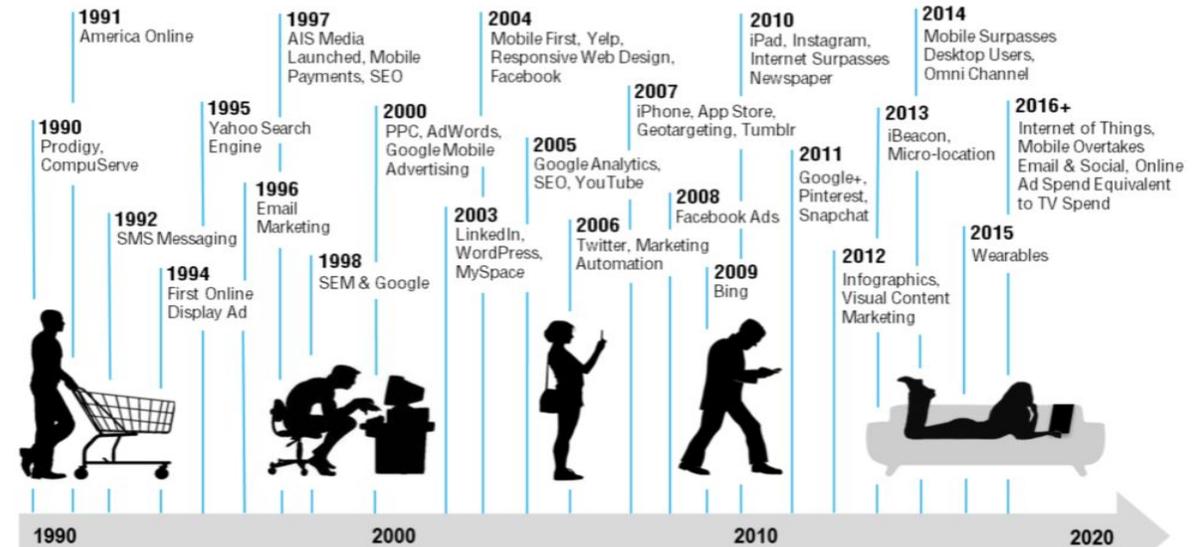


THE
DEVELOPER'S
CONFERENCE

	Marketing 1.0	Marketing 2.0	Marketing 3.0	Marketing 4.0
Foco	Produto	Clientes	Valores	Colaboração
Objetivo	Produto de vendas	Satisfazer e fidelizar o cliente	Fazer do mundo um lugar melhor	Envolver o cliente
Como as empresas veem o mercado	Comprador massivo com necessidades físicas	Consumidor inteligente com mente e coração	Ser humano completo com mente, coração e espírito	Ser humano social
Forças habilitadoras	Revolução Industrial	Informação tecnológica	Tecnologia New Waves	Digitalização
Conceitos-chave do marketing	Desenvolvimento de produto	Diferenciação	Corporativo, visão e valores	Colaboração
Gerentes de marketing da empresa	Especificação do produto	Posicionamento corporativo e de produto	Valores	Gerar engajamento
Propostas de valor	Funcional	Funcional e emocional	Funcional, emocional e espiritual	Social
Interação com o consumidor	Transações de um para muitos	Relacionamento um para um	Colaboração de muitos para muitos	Híbrido

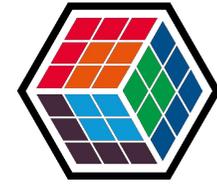
rocky
o comércio

EVOLUTION OF DIGITAL MARKETING



AIS Media

THE DEVELOPER'S CONFERENCE



Satisfação de Clientes - Materiais Gratuitos - Calculadora NPS - Cases - Eventos - Cursos

Entre para nossa lista e receba conteúdos exclusivos e com prioridade. Tudo sobre métricas, pesquisas de satisfação e experiências de clientes.

Nome*
 Email*
 Quero entrar para a lista

CATEGORIAS
 Atendimento ao Cliente (38)
 Cases de Sucesso (21)

Empresas como Google e Disney, com foco na experiência do cliente, ganham mais



Estudo com 300 companhias globais mostra que investimento no chamado design organizacional gera receita e lucros maiores



SÃO PAULO — O que a gigante do entretenimento Disney, o aplicativo de streaming de música Spotify e o buscador de Google têm em comum? Além de serem líderes em seus mercados, viraram referência de produtos ou serviços que conquistaram consumidores pela



5 motivos para investir na excelência no atendimento ao cliente

Este conteúdo é uma comunicação empresarial

Por DINO DIVULGADOR DE NOTÍCIAS
 20 de dezembro de 2016 | 14h44

(DINO - 20 dez. 2016) - A área responsável pelo atendimento ao cliente é fundamental para a reputação de uma empresa, mas muitas vezes é deixada em segundo plano, terceirizada ou até mesmo negligenciada. Por outro lado, aqueles que lidam com o público e investem na excelência no atendimento, seja no mundo físico ou no online, percebem que este é um trampolim para alcançar o sucesso. Entenda os motivos:

? Um atendimento ruim é a forma mais fácil de perder o cliente.
 Quantas vezes você já foi a um restaurante em que a comida era maravilhosa, mas o atendimento era tão ruim que nunca mais quis voltar lá? Ou já quis cancelar um serviço após a primeira tentativa de resolver algum assunto em uma central de atendimento? Esses são os casos clássicos de empresas que não investem como deveriam em um bom atendimento. Como consequência, tem uma taxa de desistência (churn rate) bem elevada. Um bom atendimento marca o consumidor positivamente, fazendo com que ele fique mais propenso a indicar sua empresa.

? É muito mais caro conquistar novos clientes do que manter a base.

DESTAQUES EM ECONOMIA

Calculadora da Previdência: veja quantos anos você terá de trabalhar para se aposentar

Trabalhador dá crítica ao patrão deveria empreender para ver como é barra pesada, diz Bolsonaro

Comprador dá calote e mansão de ex-dono do Banco Santos voltará a ser leilada



MUNDO DO MARKETING
 VEJA UMA DEMONSTRAÇÃO | ACESSO PREMIUM

REPORTAGENS

custo. 1 cadastro. 3 semanas para seu novo emprego.
 Termine seu cadastro | REVELO

Clientes estão dispostos a pagar mais por experiência
 Empresas que solucionam falhas têm 70% de chances de fidelizar o consumidor e receber indicações espontâneas do público, diz pesquisa da Officina Sophia Retail

Por Luiza Medeiros | 17/10/2014
 luisa@mundodomainking.com.br

COMPARTILHE | Curtir 0 | Tweetar

As promoções, os descontos e as condições de compra facilitadas podem ser eficientes na tarefa de promover o primeiro contato entre o consumidor e a empresa. Sozinhos, no entanto, não são suficientes para fidelizar o cliente ou gerar recomendação espontânea. Na era das redes sociais, é que os consumidores falam das marcas com que se relacionam ganha muita relevância, pois, para bem ou para mal, a voz dos satisfeitos ou dos frustrados tem um alcance maior do que nunca. Este poder aumenta as expectativas a serem supridas. Depois de entrar na loja



ARTISOR | Leandro Mosconi
 Para jogar o jogo dos gamers

ITAPETININGA E REGIÃO

Pesquisa diz que consumidor prefere bom atendimento à preço baixo
 Em Itapetininga (SP) e Avaré (SP) empresas investem em treinamento. Ser bem atendido é o mais importante para 61% dos consumidores.

Uma pesquisa realizada pela Revista Pequenas Empresas, Grandes Negócios apontou que 61% dos consumidores afirmam que ser bem atendido é mais importante do que o preço ou a qualidade dos produtos. E o consumidor paulista, segundo a pesquisa, é o mais exigente. Em Avaré (SP) e Itapetininga (SP), empresas fazem treinamento para aprimorar o atendimento de seus funcionários.

Itapetininga e Região

- Video mostra vendedor ambulante que foi preso
- Tatê tem programação especial para comemorar aniversário...
- Família denuncia hospital por negligência após paciente...
- Policiais rodoviários distribuem mesas em rodovias da...

saiba mais
 Procura por qualificação na área do agronegócio cresce em Itapetininga
 Doceres investem na personalização de ovos de Páscoa em Itapetininga
 Procon orienta sobre a compra de produtos para a Páscoa em Tatuí

Na mesma empresa, a gerente Marcia Marinho, é responsável pela equipe de pós-venda. A

BLOG | Relacionamento antes do Marketing
 Ideias de Leonardo Barci e Márcio Oliveira para um bom relacionamento no mercado

Relacionamento com clientes – mais emoção e menos razão

Na sua empresa a análise de dados é razão ou emoção? E o que isso interfere no relacionamento com os clientes?

Por Márcio Oliveira
 29 jul 2015, 11h27

Meu dia a dia profissional é falar sobre relacionamento com clientes e, sendo bem direto e sincero, as coisas andam meio chatas. E andam chatas porque cada vez mais percebo na hora de se desenvolver uma estratégia, a emoção, a sensibilidade e a consciência de que os clientes são seres humanos está, cada vez mais, perdendo espaço nas empresas para os dados, algoritmos, modelos estatísticos, automações de campanhas e por aí vai.

Hoje em dia, tudo se resume em buscar respostas ou fórmulas mágicas no "big data" para ativar o cliente e, se a empresa não tem a informação, qualquer coisa serve pra conseguir-la. Ironicamente, isso tudo vem acontecendo ao mesmo tempo em que foi sancionada uma lei como a LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados) e um movimento social cada vez mais forte para a privacidade de dados, como o site Não Me Perturbe, lançado neste mês e que tem como função o cadastramento de números de telefone de quem não quer receber ligações de telemarketing das empresas de telecomunicações.

Promo por tempo limitado
 R\$ 19,90
 R\$ 14,90
 Peça já

Newsletter gratuita
 As notícias mais importantes da manhã no seu e-mail, de segunda a sexta-feira

Não perca nenhuma notícia.
 Inscreva-se em nossa newsletter gratuita.
 Aceito receber ocasionalmente ofertas especiais e de outros produtos e serviços do Grupo Abril.
 Política de Privacidade

E-mail: [input] CADASTRAR

Recomendado para você
 "Ouvimos discursos que lembram os de Hitler em 1934", diz Papa



THE
DEVELOPER'S
CONFERENCE



Pesquisa

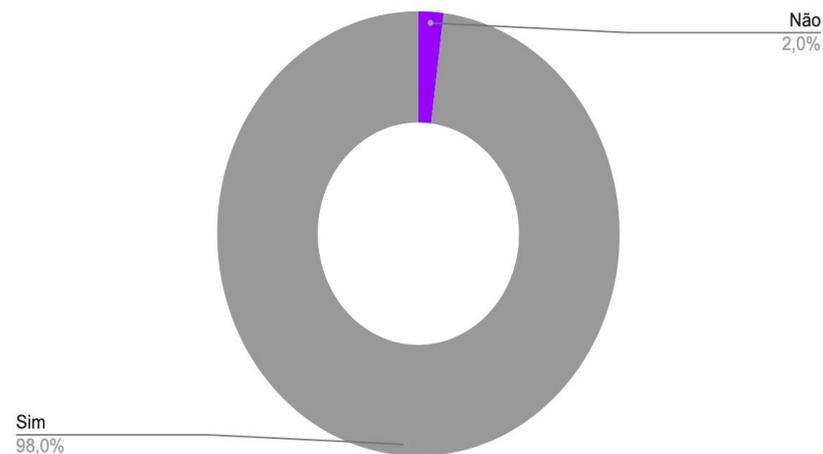
A EXPERIÊNCIA DOS CLIENTES
QUE TROCAM DE MARCA



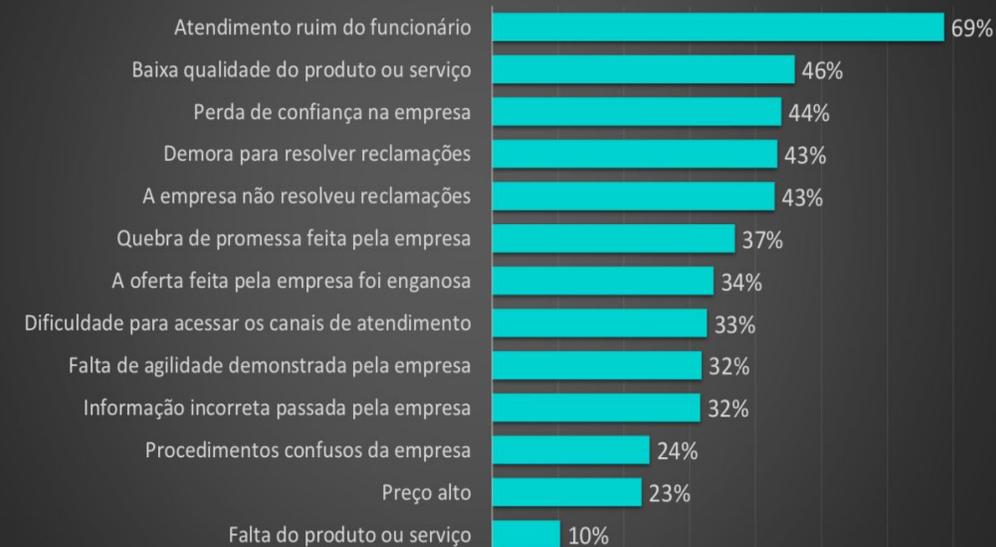
REALIZAÇÃO:
CONQUIST
EDUCACIONAL - CONSULTORIA

Junho 2019

Vc já desistiu de ser Cliente de uma ou mais empresa por algum problema ocasionado por ela (s)?



Quais foram as causas que já levaram você a desistir de ser cliente de uma ou mais empresas por insatisfação?





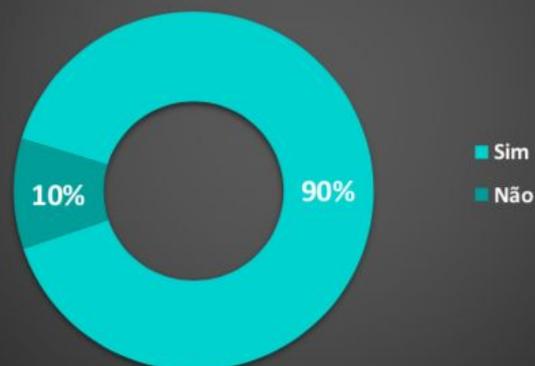
Em qual momento do relacionamento consumidores insatisfeitos tendem a desistir de ser clientes?



Você já entrou na justiça contra uma empresa por não ter seus direitos respeitados?



Quando você deixa de ser cliente, você faz alguma divulgação dessa experiência negativa para amigos, familiares ou conhecidos?



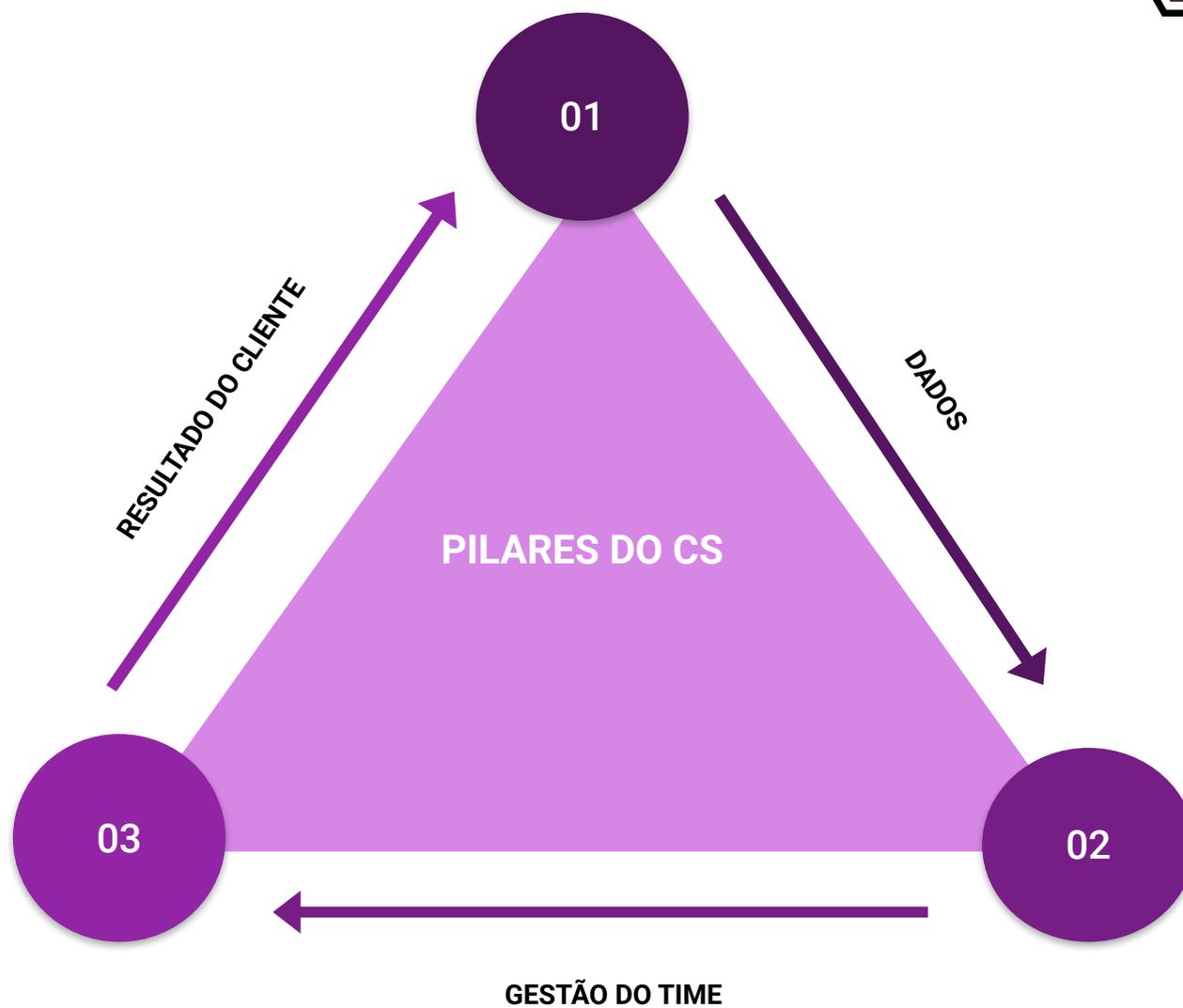
Um único cliente insatisfeito propaga, na média, para 232 pessoas



EXPERIÊNCIA
DO CLIENTE



THE
DEVELOPER'S
CONFERENCE



PREMISSAS LEC



THE
DEVELOPER'S
CONFERENCE



EXPERIÊNCIA DO CLIENTE

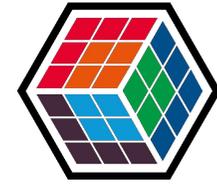


THE
DEVELOPER'S
CONFERENCE

Para isso, é preciso desenvolver uma estratégia que descubra:

- O que o cliente espera da sua empresa.
- O que a sua concorrência oferece.
- Quais são as razões porque o cliente está comprando.
- Como o seu produto se encaixa na vida do cliente.
- Quais são as alternativas a seu produto.
- Quais os diferenciais da sua empresa.
- Porque as pessoas (e empresas) deveriam fazer negócios com você.

ALERTA IMPORTANTE



THE
DEVELOPER'S
CONFERENCE

SE ALGUMA DAS RESPOSTAS
FOR **NÃO**
REPENSE!!!!

- O que o seus clientes pensariam disso?
- Como isso poderia impactar os clientes?
- A forma de fazer é a melhor para o cliente?



Cultura Organizacional



THE
DEVELOPER'S
CONFERENCE

PESSOAS  CULTURA





THE
DEVELOPER'S
CONFERENCE

Tecnologia
Substituição de tarefa



Pessoas
Qualificações / propósito

Cultura
Missão / Visão e Valores



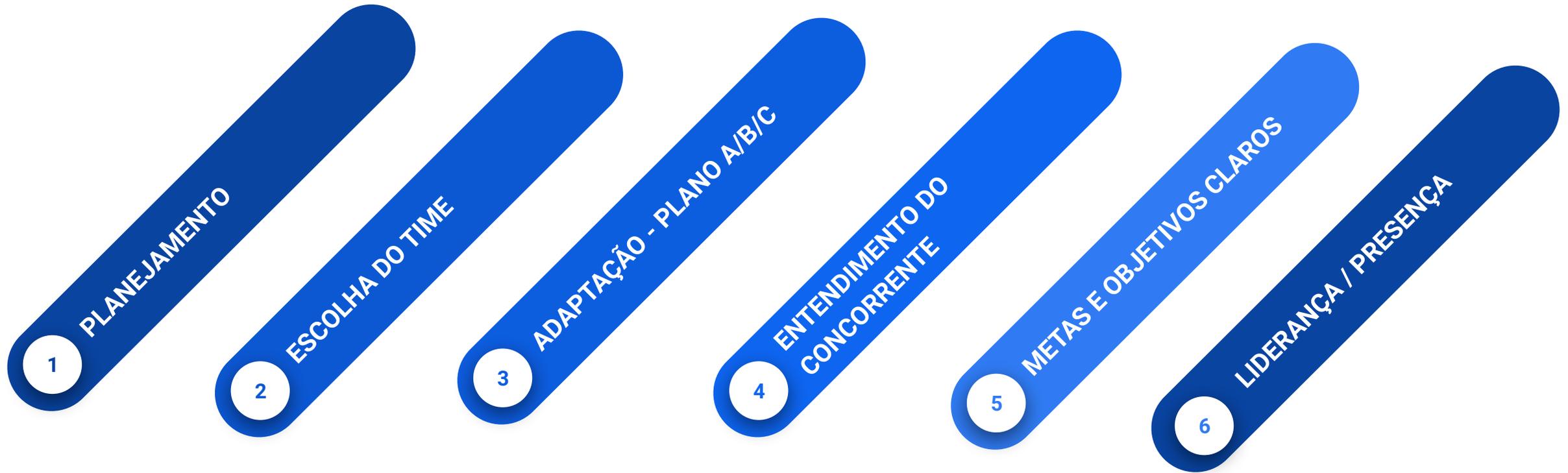
THE DEVELOPER'S CONFERENCE



LA CASA DE PAPEL



THE
DEVELOPER'S
CONFERENCE





THE
DEVELOPER'S
CONFERENCE

Planejamento de Ação

Criando
monstrinhos do CS

- Entendendo o Cenário do CS na Empresa
- Entendendo o Time
- Definição dos OKRs
- Novo desenho do Time
- Resultados



THE
DEVELOPER'S
CONFERENCE

Entendendo o Cenário do GESTTA

- Qual o Planejamento 2019 e 2020 da empresa?
- Qual o objetivo e solução que o Gestta quer entregar para o cliente?
- O que nosso cliente espera ao comprar o Gestta? Resultados?
- Como é distribuído o time de CS?
- Como é a Jornada do Cliente?
- O que a empresa espera do CS?
- Como é a comunicação entre as áreas?



Correlacionando os Indicadores



THE
DEVELOPER'S
CONFERENCE

- Entrevista com cada um do time
- Levantamento das atividades que faziam e o que realmente queriam fazer
- Qual o objetivo de Vida de cada um
- Realinhamento e ajuste de propósitos e objetivos da Redspark
- Cronograma de trabalho CS
- OKRs
- Nova operação no ar



THE
DEVELOPER'S
CONFERENCE

Onboarding | 14 D

Adoption | 30 D

Ongoing | Vida do Cliente

Validar o sucesso
esperado

Validar Aprendizado

Novas funcionalidades | Melhores práticas

Treinamento

Explicar funcionalidades
avanzadas

Up sell / Cross sell

"Ahá, entendi como o
gestta funciona!"

"Uau, não consigo viver
sem o gestta!"

"Ao infinito e além!"

Suporte

Melhorias

Bugs

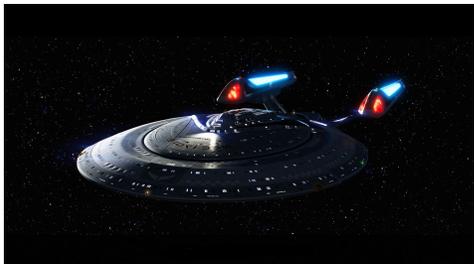
"Transformar problemas em oportunidades!"

Gameficação



THE
DEVELOPER'S
CONFERENCE

- **OKRS de cada TIME base dos indicadores**
- **Pontuações Extras**
 - Ponto | Presença | Falta
 - Artigos para o FAQ (3 por mês)
 - Indicação de novos clientes para Vendas (1 por mês)
 - Elogios espontâneos no Intercom
 - Treinamento de agentes do SDR (Apadrinhar 1 e acompanhar)
 - Visita à clientes (1 por mês ou trazer na Redspark)
 - Novos conhecimentos em contabilidade (Cursos ou treinamentos)
 - Fazer atividade física pelo menos 2x/semana (Postar no Grupo)





THE
DEVELOPER'S
CONFERENCE

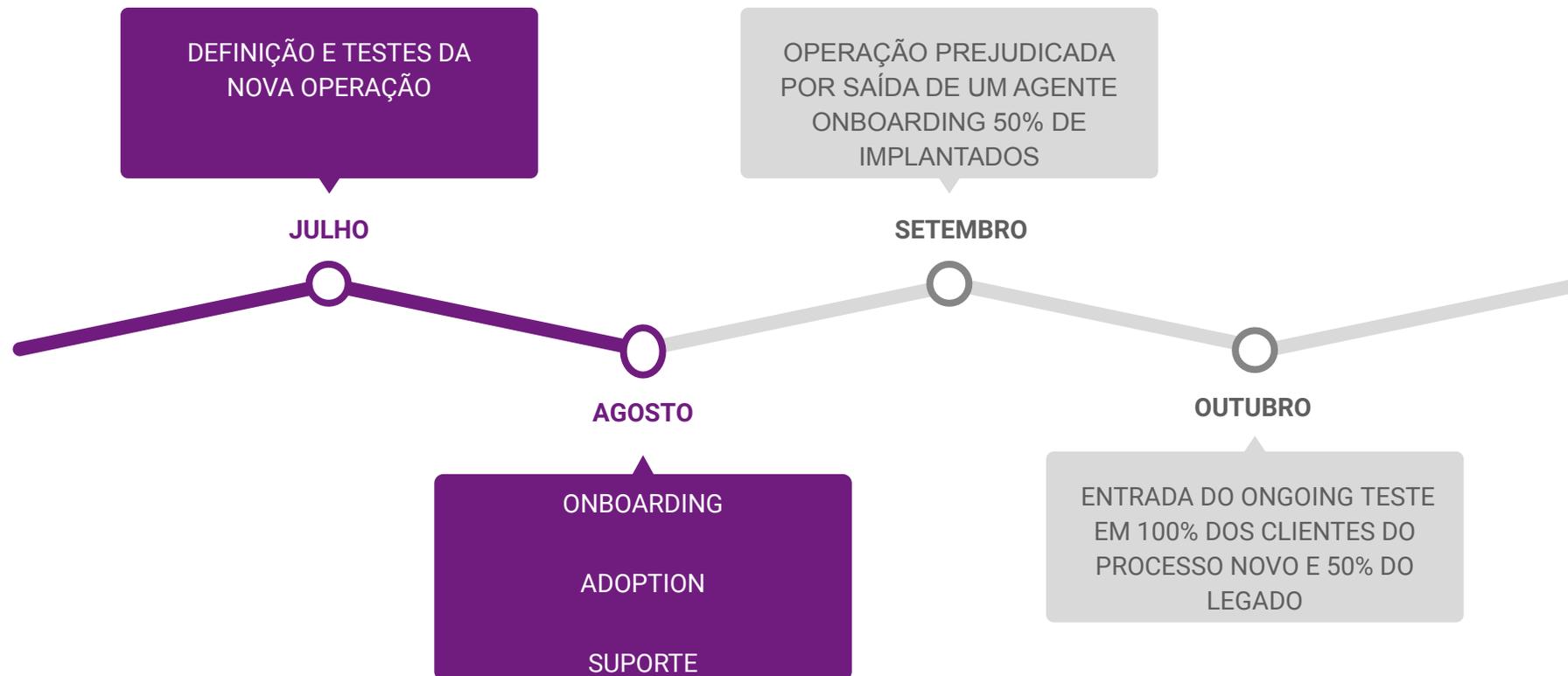
Resultados



OKRS



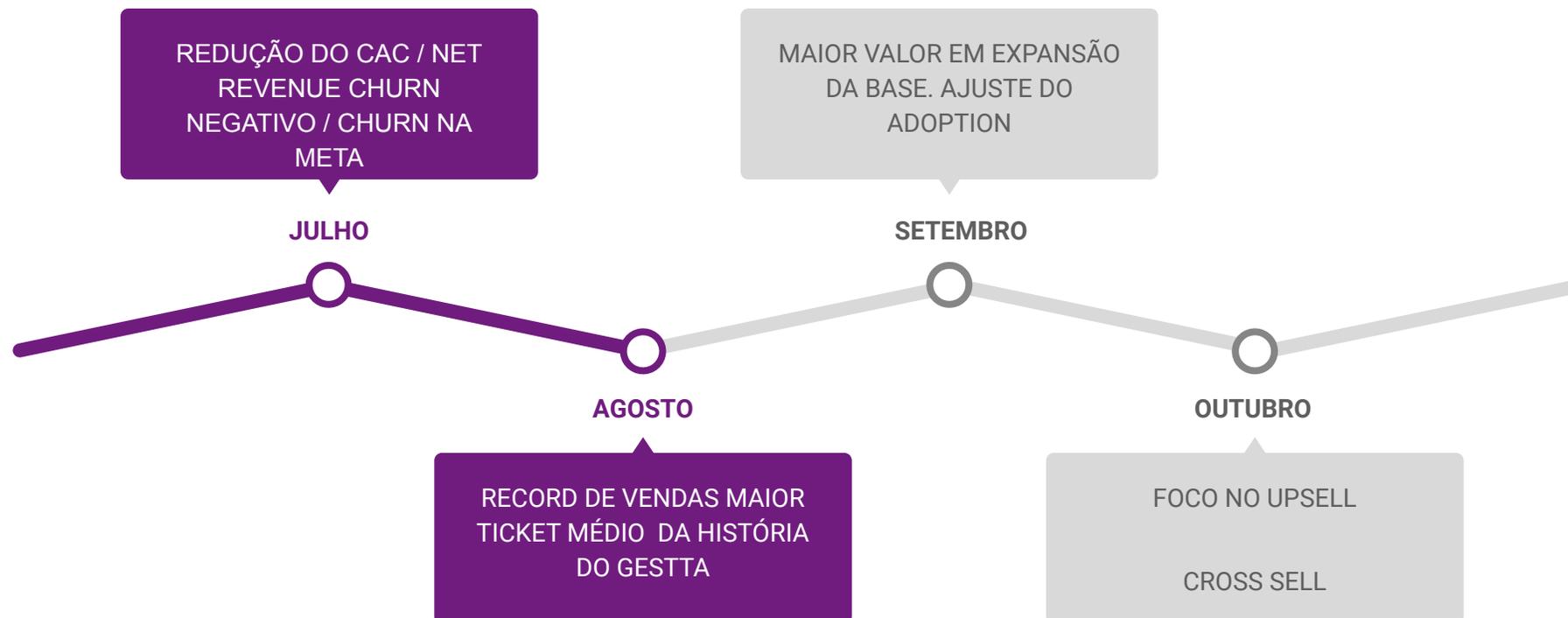
THE
DEVELOPER'S
CONFERENCE



FINANCEIRO



THE
DEVELOPER'S
CONFERENCE



TIME



THE
DEVELOPER'S
CONFERENCE





THE
DEVELOPER'S
CONFERENCE

COMO COMEÇAR ?





THE
DEVELOPER'S
CONFERENCE

"NÃO DEVEMOS PERMITIR QUE ALGUÉM
SAIA DA NOSSA PRESENÇA SEM SE
SENTIR MELHOR E MAIS FELIZ"

Madre Teresa de Calcutá



THE
DEVELOPER'S
CONFERENCE

OBRIGADA

lecticia.chaves@redspark.io

www.linkedin.com/in/lecticiachaves

(11) 964118184