



Visita ao Outback no Dia dos Namorados
Uma aula de **Customer Success**



VITOR FREITAS

LÍDER DA OPERAÇÃO DE CUSTOMER SUCCESS MPN TOTVS

Administrador na profissão e entusiasta de tecnologia por paixão! Com diversas experiências no setor (Microsoft, Stone, Sage e etc.), sempre em áreas com contato direto com o cliente, como marketing, vendas, atendimento e Customer Success. Atualmente, lidero o time de Customer Success que incluem as operações de onboarding, adoção, retenção e expansão para micro e pequenos negócios dentro da TOTVS, a maior empresa de software da América Latina. O maior objetivo do meu time é garantir o crescimento sustentável da operação e encantar todos os dias os nossos clientes.



Vitor Freitas



vnfreitass@gmail.com



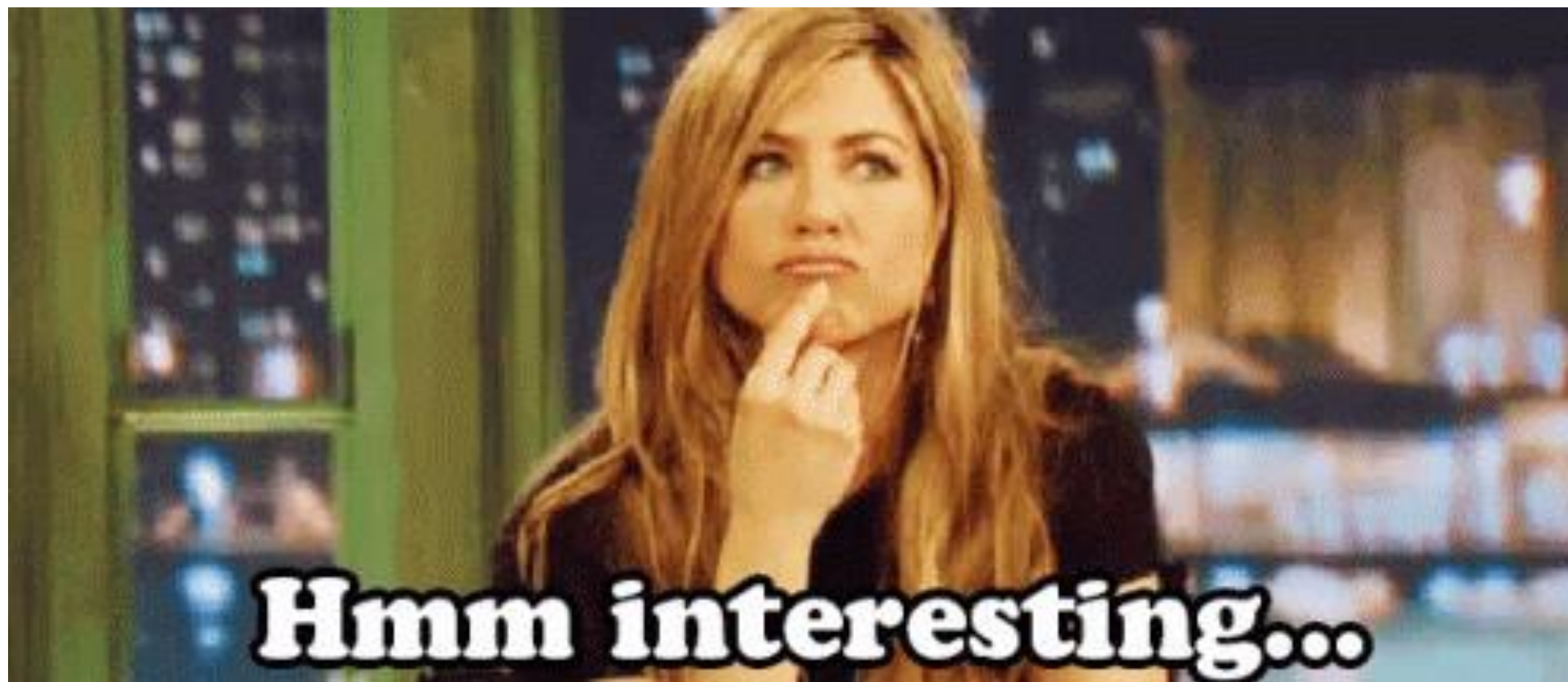
(11) 96924-6364

Objetivos

- Provar que CS não é “coisa” só para o mundo de tecnologia e como isso pode ser um diferencial independente do mercado em que você atua;
- Realizar provocações para que você possa turbinar sua operação de CS / CX;
- Te divertir!



A Situação



Hmm interesting...

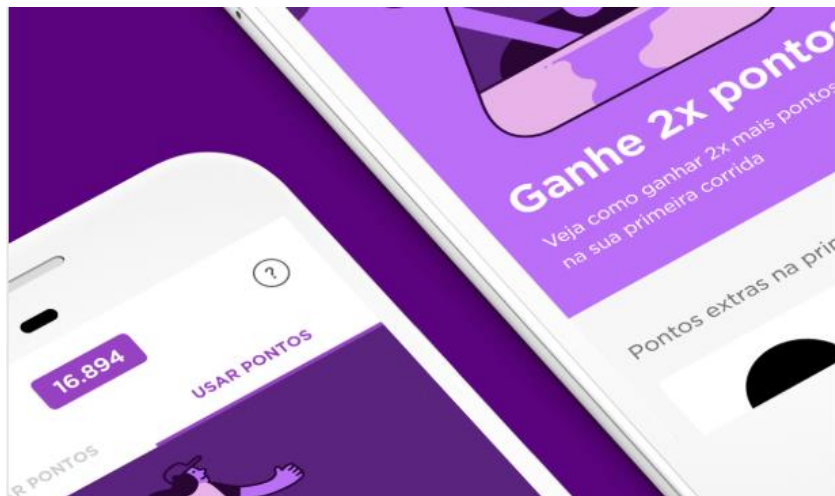
Alinhamento de Expectativas

- Transparência sobre as condições e regras do jogo;

Perfil de Cliente

- Good fit e Bad Fit.





Quer saber se o Nubank Rewards vale a pena para você?

[Conheça os detalhes aqui](#)

Vale a pena assinar o Nubank Rewards?

Um dos pilares do Nubank é a transparência. Por isso, nunca vamos tentar empurrar um produto que não faz sentido para nossos clientes.

O Nubank Rewards é um programa de benefícios pensado para ter todas as vantagens que os usuários procuram – mas ele só vale a pena para quem tem um perfil de gastos que compense a sua assinatura.

Hoje, o Nubank Rewards tem um custo de R\$19 ao mês ou R\$190 ao ano. Para valer a pena, o usuário deve gastar mais de R\$1600 por mês no cartão Nubank.

Provocação 1

Você **joga limpo** com os seus clientes e tem bem definido não só qual é o seu **público ideal**, mas também os **perfis de cliente** que **não são compatíveis** com o seu produto ou serviço?

Retenção de Clientes

Como evitar um churn eminente e lidar com um momento de experiência negativa?

- Tranquelize o seu cliente;
- Ressalte os diferenciais do seu produto;
- Guie-o até o próximo passo;
- Seja criativo!



Case Disney – Magic Band



Google - Game Dinossauro



No internet

Try:

- Checking the network cables, modem, and router
- Reconnecting to Wi-Fi

ERR_INTERNET_DISCONNECTED

Provocação 2

Você busca **formas criativas de reter, encantar e trazer valor** para o seu cliente, mesmo em momentos supostamente ruins e com **alta probabilidade de churn?**

Onboarding

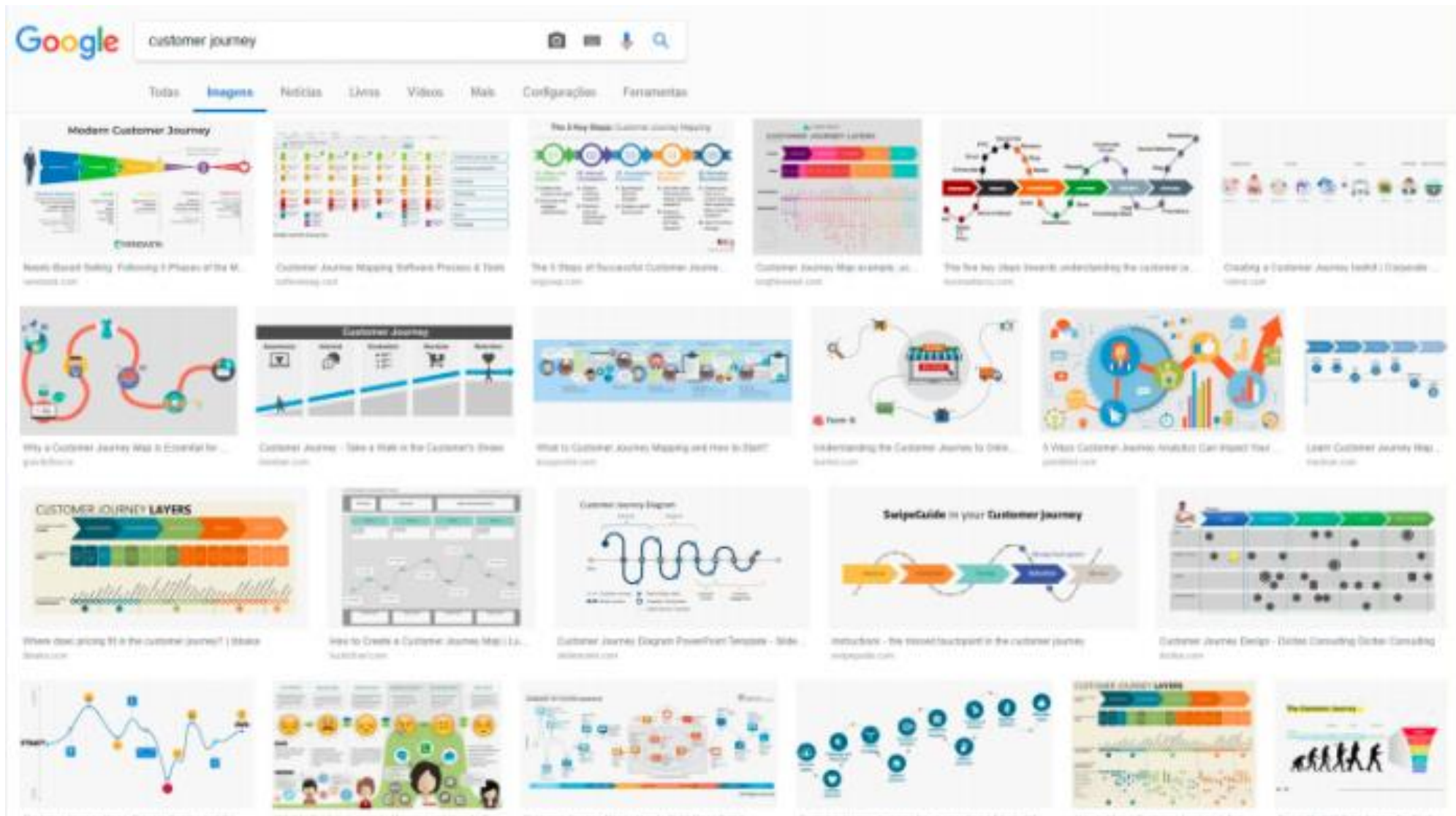
- Boas práticas de onboarding em alta escala;
- Gestão de carteira e não suporte receptivo;
- Consistência nas entregas.



Provocação 3

Você mantém o padrão dos seus serviços e entrega **experiências desejáveis e consistentes,** independente do momento e de possíveis imprevistos?

Jornada do Cliente



Jornada Personalizada do Cliente

- Qual o real objetivo do seu cliente ao fazer negócio com você?
- Tenha diferentes jornadas para diferentes personas e momentos;
- Sua jornada não é estática!



Jantar Romântico



Aniversariantes



Almoço em Família

Provocação 4

Você tem a **jornada dos seus diferentes tipos** de cliente mapeada no detalhe e trabalha em **constantes melhorias** em cada ponto de contato?

Cultura orientada ao Cliente

- Inspiração para criação do texto;
- Customer Success precisa ser transversal;
- Deve refletir até o último elo da cadeia;



Case Disney



Case United Airlines



The flight was overbooked

Provocação 5

Você fomenta uma **cultura orientada ao cliente** que impacta diretamente nas **decisões cotidianas dos colaboradores?**

Clientes Promotores

- Processo forçado e pouco natural de promotores;
- Transformar a recomendação em um experiência;
- Mídia gratuita em um dos dias mais disputados do ano.



Provocação 6

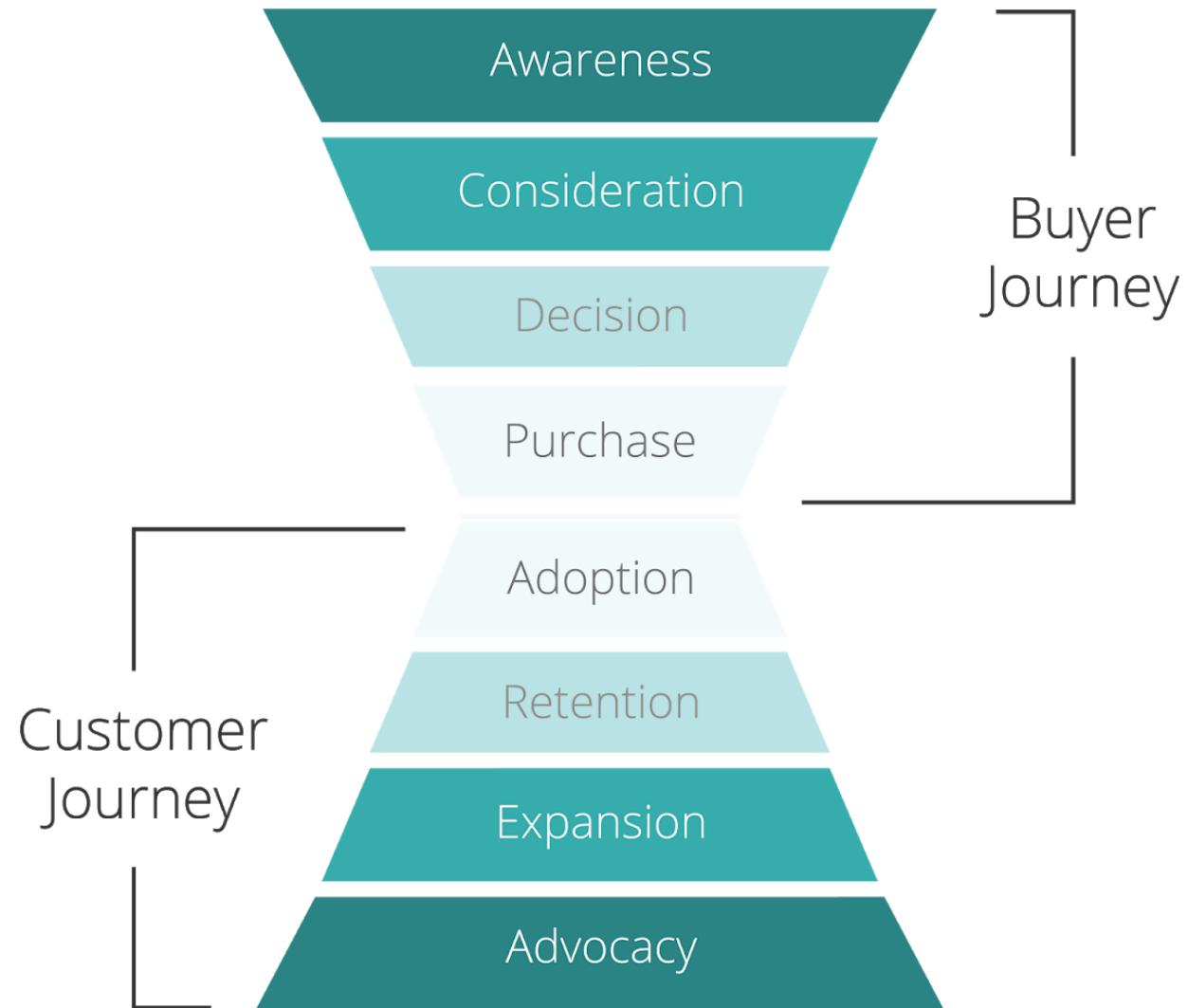
Você trabalha na **gestão de seus clientes promotores** e os estimula de forma **proativa e criativa** a fazerem recomendações da sua empresa?

O produto é apenas parte da experiência!

“Cada vez mais caminhamos para um momento em que focar na experiência e sucesso do cliente, não fazem da sua empresa a melhor opção, mas sim, a única.”



Transformando o funil em uma ampulheta



Repercussão – pós artigo



[Redacted] • 7:15 PM

Oi Vitor tudo bem?

Ficamos muito felizes com seu artigo de Dia dos Namorados.

Você pode me dizer em qual unidade você foi?

Todos os proprietários estão super curiosos e torcendo para ter sido na unidade deles rs.

Abs

Renata

- Fomentar a cultura de CS;
- Foco em atingir o último patamar do funil – advogados da marca.

- Monitoramento de Redes Sociais;
- Premiar a excelência;



[Redacted] • 8:00 AM

Oi Vitor,

Muito obrigada pelo retorno!

Seu texto foi lido por milhares de Outbackers com muito orgulho! Nós temos um imenso prazer em encantar nossos clientes todos os dias e em todas as unidades e por isso ficamos tão felizes com o reconhecimento.

Você pode me enviar seu endereço? Gostaríamos de te enviar uma lembrancinha :)

Abraços

Renata

The last mile... Your heart!



Provocação Final

Qual o valor de um fã?



VITOR FREITAS

Dúvidas?

Vamos conversar !



Vitor Freitas



vnfreitass@gmail.com



(11) 96924-6364



customer
success
Meeting
São Paulo

HAPPY HOUR PÓS TDC



André Scaff



Fernando Baldin



Bruno Scott



Vitor Freitas



Diego Azevedo



Mariana Assis

ONDE?

Cubo Urban Gastrobar

Dia 17/07 às 18:00 horas

Endereço: Rua Capri, 53 - Pinheiros SP

<http://bit.ly/2Lk4ykX>