Workshop

Customer Experience e mapeamento de jornadas

Iria Pedroso, Especialista em atendimento - TOTVS.

Convidado Bruno Stuchi, CEO - Aktie Now.

HDI BRASIL

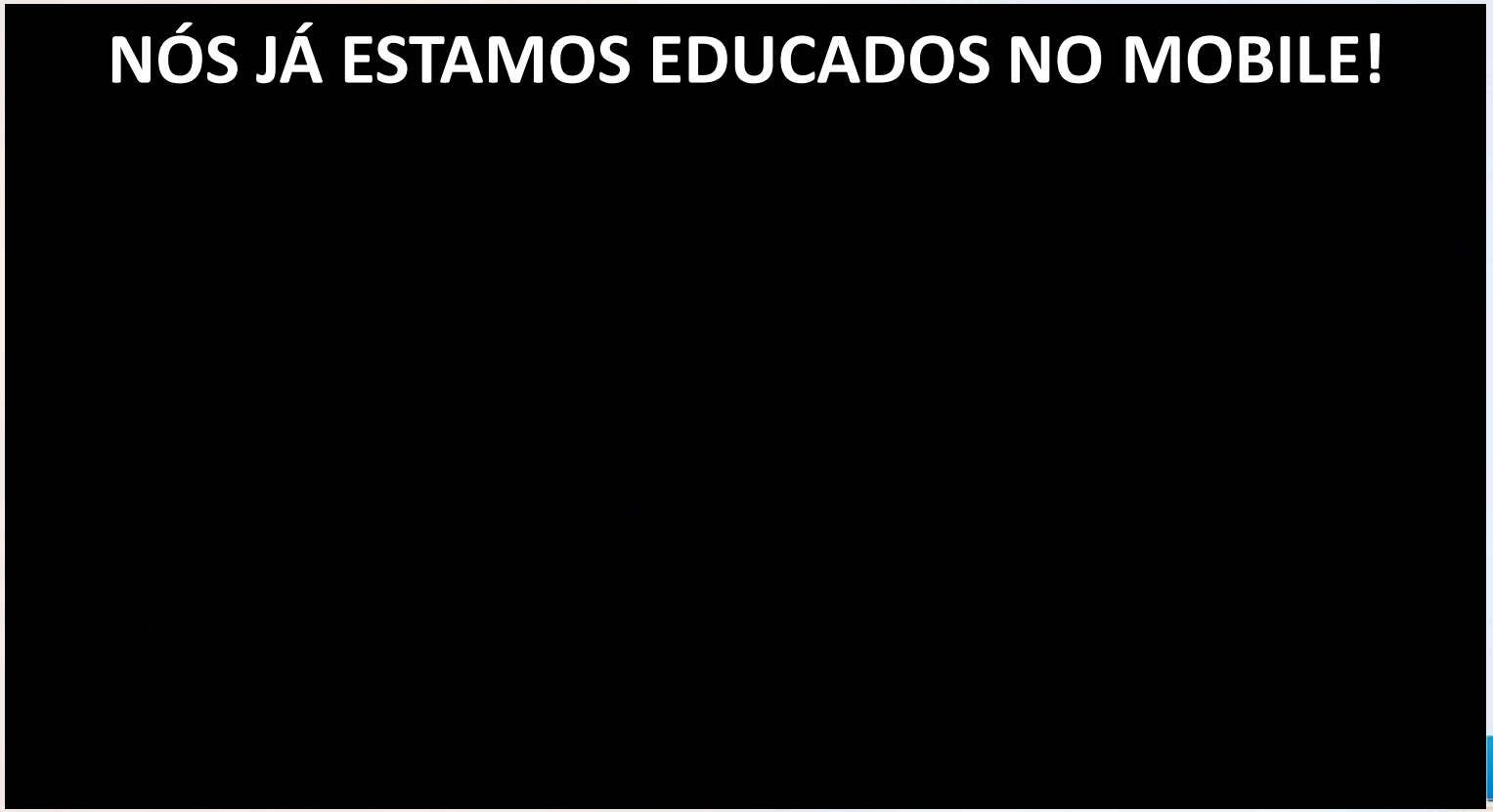
Quem sou eu?

Expectativas pro Workshop

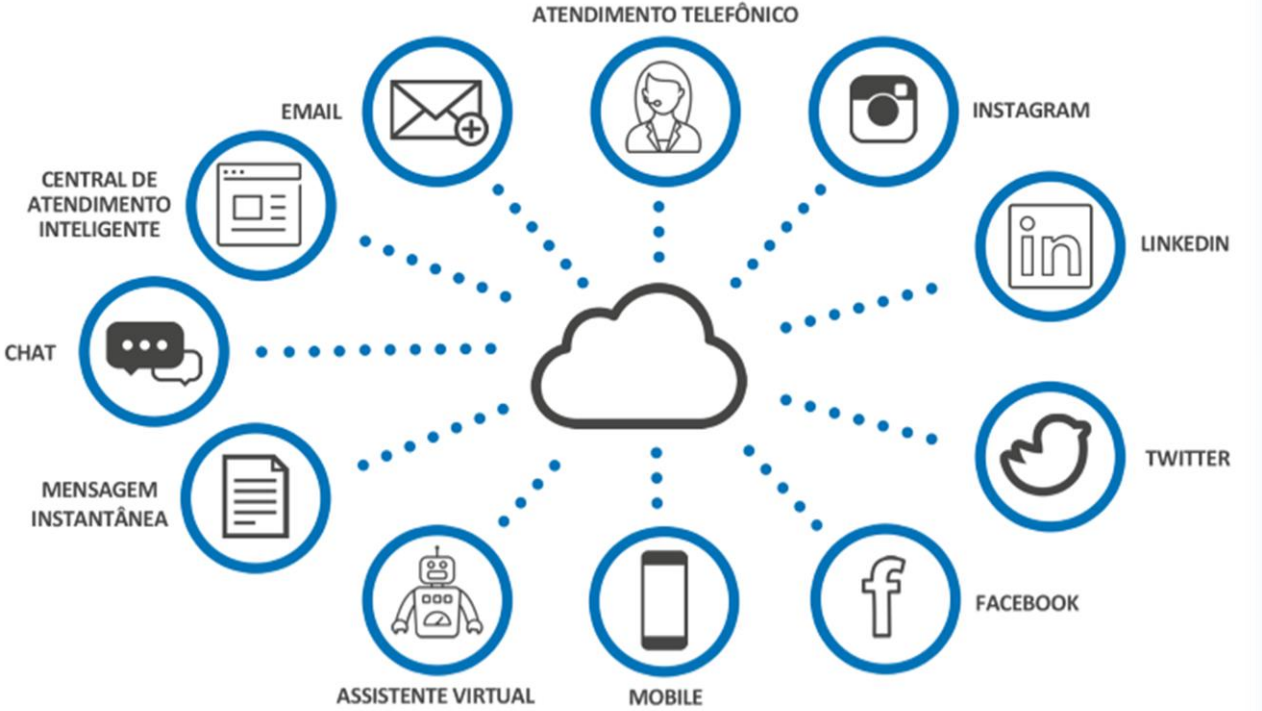
(11) 97668-5747

Agora, o cliente valoriza a experiência e é ele quem escolhe hora e local em que ele precisa ser atendido.

NÓS JÁ ESTAMOS EDUCADOS NO MOBILE!



Omnichannel



O que é experiência do cliente?

*"É **o que o cliente vivencia em cada interação com a marca**, ao longo de todo o ciclo de relacionamento! "*

COMO ESTÁ A EXPERIÊNCIA COM O SEU SUPORTE?

Conflito de Mindset

Operacional

Foco no negócio

De Experiência

Foco nas emoções dos clientes

Pilares do CX

5%

Racional

95%

Emocional

Memória de uma experiência

CUSTOMER EXPERIENCE

CULTURA CENTRADA NO CLIENTE	ESTRATÉGIA DE CX	CONHECIMENTO DO CLIENTE	DESIGN DE EXPERIÊNCIAS	MÉTRICA DA EXPERIÊNCIA	GOVERNANÇA DE CX
Engajamento de colaboradores	***Visão de longo prazo***	***Entendimento Real do cliente***	***Inovar a experiência***	***Medir a experiência***	***Acompanhar a execução***

HDI BRASIL

Customer Service

VS

Customer Experience

Protagonistas da Inovação

UBER

nu

Spotify

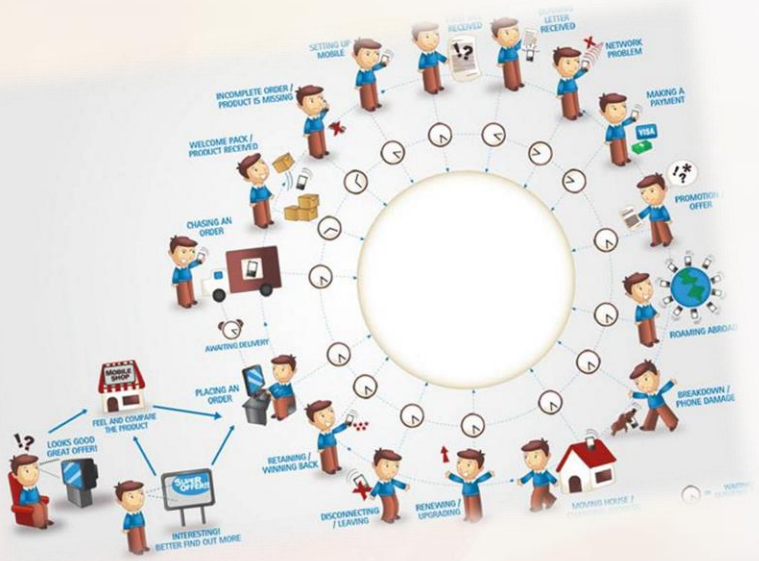
NETFLIX

E QUAL O NOVO COMPORTAMENTO?

O que é mapeamento da jornada do cliente?

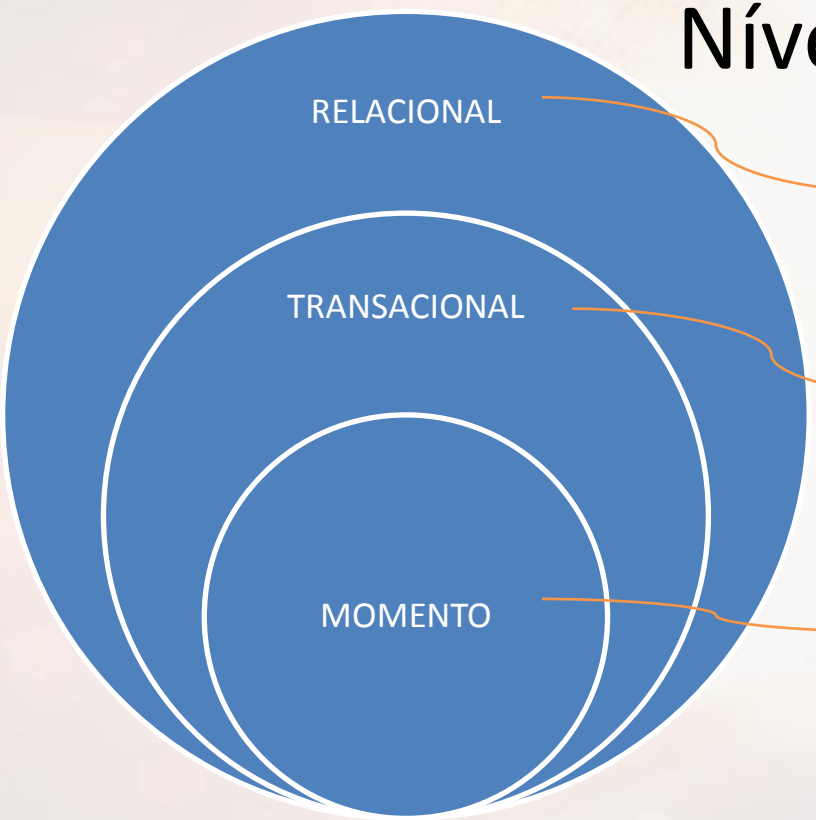
*"É **a representação visual** das **experiências vivenciadas** pelos clientes **em todas as interações** que ele tem com a marca."*

Função das Jornadas de Clientes



- Revelar a experiência sob a perspectiva do cliente com a marca.
- Inovar!
- Identificar momentos da verdade.
- Melhorar a eficiência operacional e relacional.
- Alinhar promessa e oferta.
- Envolver outras áreas.

Níveis de jornadas de clientes



Mapeia a experiência do cliente com base no ciclo de vida.

Mapeia a experiência do cliente em uma determinada etapa do ciclo de vida.

Mapeia a experiência do cliente em um momento específico de uma etapa do ciclo de vida.

HDI BRASIL

Macro etapas da jornada

Nesta etapa são analisados:

- Dores
- Necessidades
- Sentimentos
- Pensamentos
- Atitudes

Nesta etapa são analisados:

- Macro etapas
- Micro etapas
- Ponto de contato
- Voz do cliente
- Esforço do cliente
- Objetivos do cliente

•COMUNICAR

ENGAJAMENTO

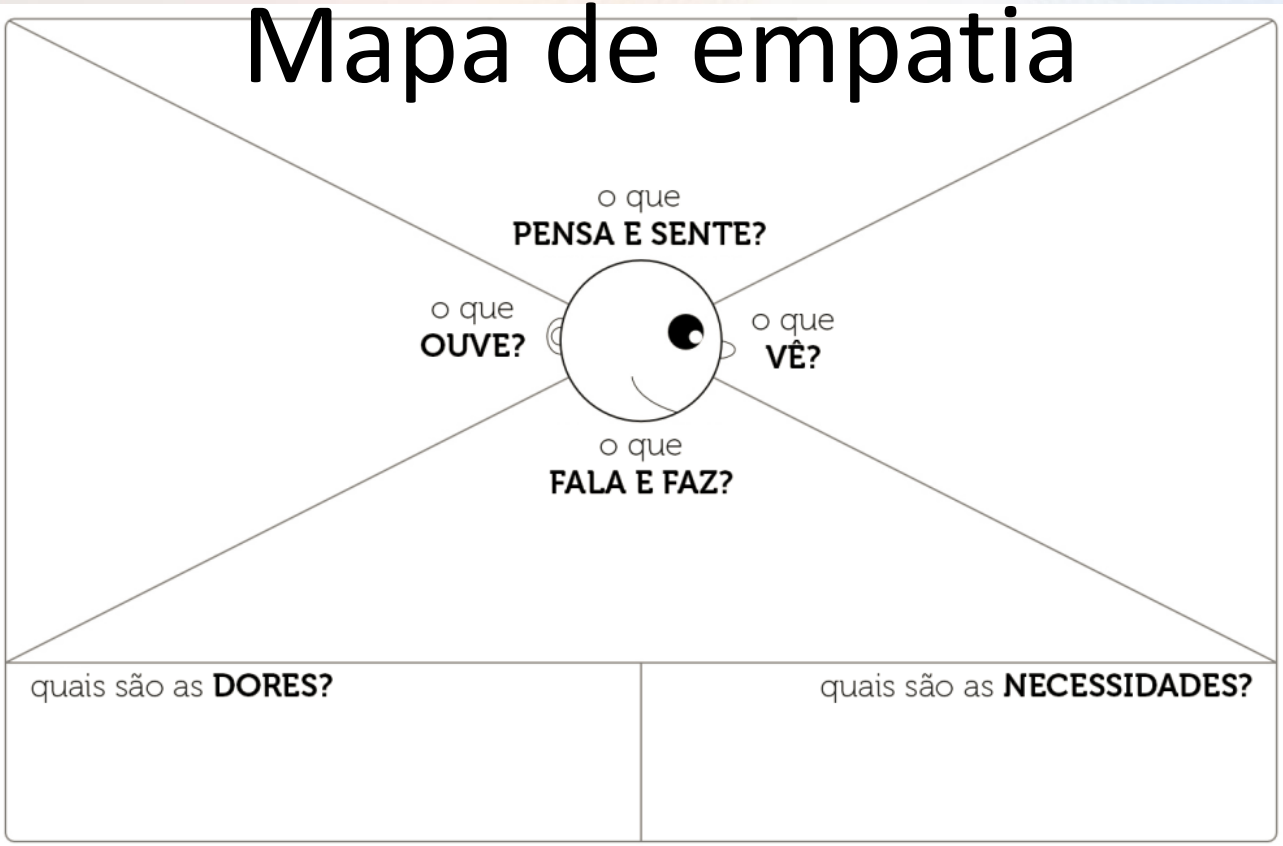
Na prática: Jornada no suporte técnico!

- Grupos de 4 pessoas.
- 10 minutos.
- 1 representante envia foto do resultado, indicando o e-mail e empresa dos participantes.

Mapeamento da jornada atual

1. Mapear as etapas macro da jornada específica do seu cliente.
2. Identificar todos os pontos de contato para cada uma das etapas (físicos, humanos, digitais).
3. Identificar o que o cliente espera de cada etapa em termos de operação de negócio.

Mapa de empatia



1. Preencher o mapa de empatia, com base na jornada e persona indicada.

2. Identificar para cada etapa da jornada o que o cliente faz, pensa, sente e o que não está legal pra ele.

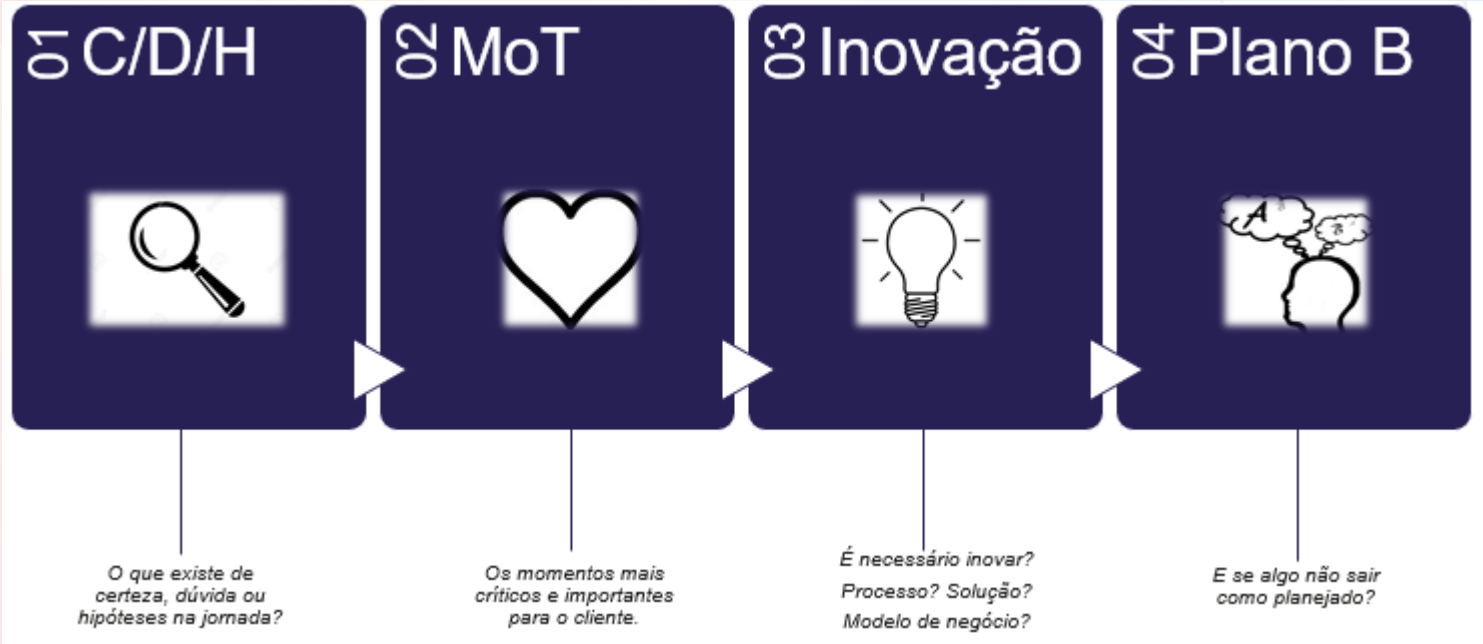
Mapeamento da jornada IDEAL

ETAPAS MACRO	*ETAPA 1*	*ETAPA 2*	*ETAPA 3*	*ETAPA 4*	➡
EXPERIÊNCIA INOVADORA					

1. Criar inovação para os clientes para cada uma das etapas. Como será a experiência que ele vivenciará com base em todos os aspectos do persona, no menor esforço e maior emoção positiva?
2. Identificar os momentos da verdade (sinalize com #)
3. Criar momentos WOW intencionais nas etapas que possuem mais carga emocional.

As inovações podem ser de Processo, Solução ou Modelo de negócio!

Etapas de mapeamento da jornada ideal



Momentos da **verdade** e momentos **"UAU"**

HDI BRASIL

"WOW MOMENTS"

EXAME.COM

MARKETING

Nubank dá presente para cachorra que comeu cartão do dono

Em uma maneira excelente de resolver problema de cliente, Nubank faz sucesso em página especializada em fotos e memes de cachorros

Por Guilherme Dearo
26 set 2016, 11h54

Aluno presenteia professor com par de tênis da Nike, marca retribui

Blue Bus
28/09/2016 - 9:41
Outras do autor
comportamento / historias, publicidade / marketing
3 Comentários

Como um gesto de agradecimento, Hector Montez, estudante do Texas, resolveu presentear seu professor com um par de tênis Nike Air Jordan. Thomas Walser sonhava com o tênis desde que tinha 12 anos de idade, mas nunca teve a oportunidade de comprá-lo. A entrega do presente foi registrada em vídeo. Num 1º momento, Thomas até desconfia – "*Se algo pular dessa caixa, eu juro por Deus…*", declara. Mas a surpresa foi boa, e ele nao conseguiu conter a empolgaçao ao ter um sonho de infância realizado. :-) Pra completar a história, a Nike soube do gesto e decidiu retribuir Hector. Enviou ao garoto um par de tênis da mesma linha – um Air Jordan 12s – e um bilhete que dizia – "*Seu professor inspirou você. Você nos inspirou. Continue sendo a mudança que você quer ver.*" Via Shortlist.

Muito obrigado!

DESEJAMOS MUITAS
EXPERIÊNCIAS POSITIVAS.

Iria Pedroso
iria.pedroso@totvs.com.br
icjuliatti@gmail.com

Bruno Stuchi
bstuchi@aktienow.com