



Total Experience

a melhor experiência para
melhores resultados





Sumário



1. Introdução

2. Novo olhar sobre o mercado

3. TX do conceito à prática

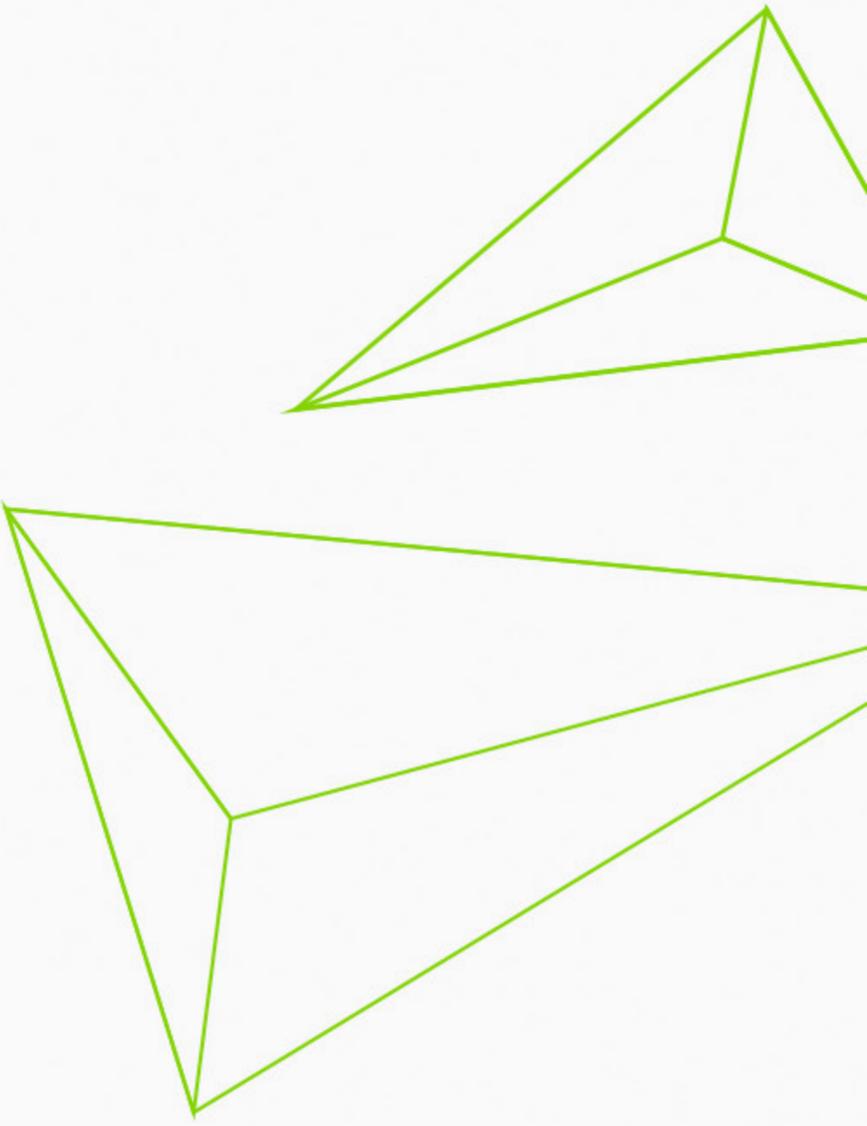
Como tudo está conectado: $TX = CS + UX + EX$

4. TX aplicado às áreas da sua empresa

- Recursos Humanos
- Atendimento ao cliente
- Desenvolvimento do produto e serviço

5. Criando uma jornada do cliente com foco em experiência

6. Sobre a Cedro Technologies



1. Introdução

O conceito de Total Experience ou Experiencia Total é bem recente, surgiu esse ano, a partir de um estudo do Gartner sobre as novas tendências tecnológicas para 2021. São elas:

Internet dos Comportamentos

Experiencia Total

Nuvem distribuída

Computação que protege a privacidade

Operações de qualquer lugar

Malha de cibersegurança

Negócio inteligente e harmonioso

Engenharia de Inteligência Artificial

Hiperautomação

Essas tendências foram na maioria delas, estimuladas pela crise causada pela COVID-19 e demonstra a necessidade das empresas de se adaptarem aos movimentos do mercado para garantir sua competitividade.

Essas tecnologias ajudam as organizações a serem mais flexível e com maior capacidade de adaptação às circunstâncias.

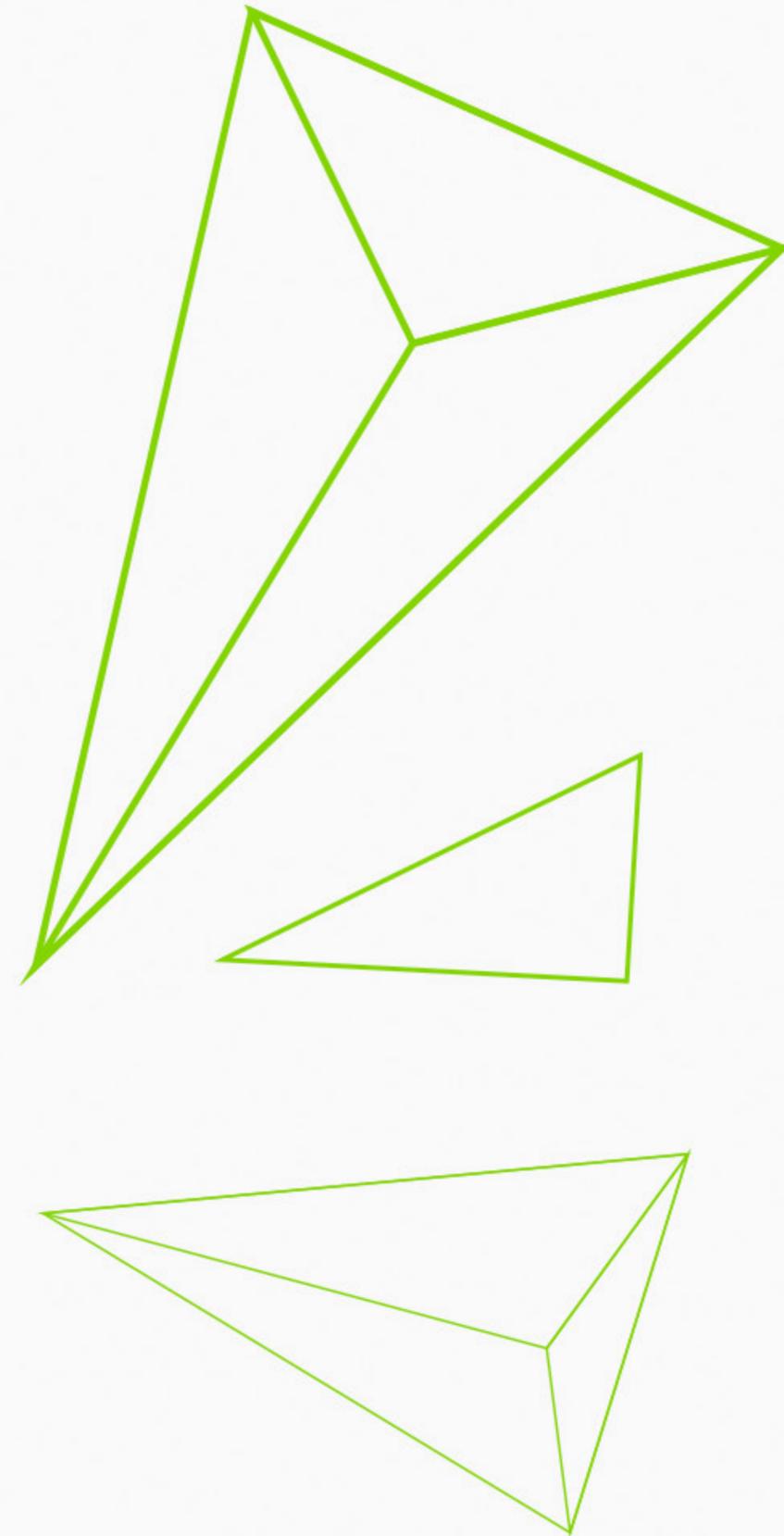


Essas tendências foram na maioria delas, estimuladas pela crise causada pela COVID-19 e demonstra a necessidade das empresas de se adaptarem aos movimentos do mercado para garantir sua competitividade.

Essas tecnologias ajudam as organizações a serem mais flexível e com maior capacidade de adaptação às circunstâncias.

O Total Experience, ou Experiência Total, nesse sentido é muito relevante para todas as empresas, de todos os segmentos e porte. Isso porque diz respeito à integração dos processos, visando colocar as pessoas no centro de toda a estratégia. Seja internamente, com colaboradores, seja externamente, com clientes e parceiros.

Por isso, nesse ebook, vamos abordar mais atentamente esse conceito e trazer várias dicas práticas de como sua empresa pode apostar nessa estratégia que promete ser o futuro dos negócios. Continue a leitura.



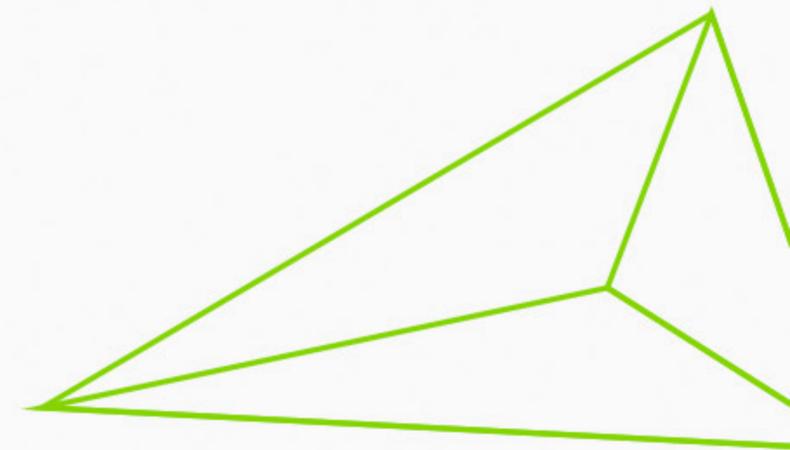
2. Novo olhar sobre o mercado

O cenário causado pela COVID-19 acelerou mais ainda o processo de Transformação Tecnológica nas empresas. Vimos grandes equipes migrarem totalmente para o Home Office, lojas físicas vendendo por ferramentas digitais, até mesmo as consultas passaram a ser online.

Dessa forma, o mundo ficou mais integrado, mas ao mesmo tempo, mais distribuído. Vimos nossos pais e avós usando a internet de forma recorrente, nas reuniões, os funcionários estão cada um em um lugar do mundo,

conectados, mas distantes. E as empresas tiveram que se adaptarem para oferecerem experiências cada vez melhores, para consumidores cada vez mais exigentes.

Assim, a corrida tecnológica foi acelerada e as empresas buscam diferentes formas de agradar seu público. Um exemplo foi a criação do PIX, que até o final de 2020 já havia movimentado mais de R\$80 bilhões, e desses, 80% foram feitos de pessoas físicas para pessoas físicas.



A experiência de transferir dinheiro imediatamente e sem custo, fez com que a adesão fosse tão grande.

Outro exemplo é o uso da Inteligência Artificial e da Realidade Aumentada, conceitos que antes pareciam distantes, hoje já são usados de formas simples para oferecem boas experiências aos usuários. Por exemplo, você já falou com algum “robô” que te ajudou a resolver alguma dúvida? Isso é uma simples aplicação da IA. Na hora de efetuar uma compra, já usou a opção de visualizar o produto em 3D? A realidade aumentada permite que você faça isso.

Todas essas novas aplicações tecnológicas, buscam oferecer as melhores experiências ao seu público e assim se diferenciar no mercado, para garantir cada vez mais a competitividade perante os concorrentes.



3. TX: do conceito à prática

Podemos entender o Total Experience como a união entre conceitos, que antes eram tratados de formas separadas. Na prática, é oferecer uma experiência com a marca de forma holística, unindo todos os públicos de interesse, como colaboradores, fornecedores, clientes e parceiros.

Por isso, podemos considerar o Total Experience como uma união do Employee Experience, do Customer Experience e da User Experience.


$$TX = CX + EX + UX$$

O Total Experience busca aplicar um outro conceito, de people centric, ou seja, garantir que as pessoas sejam o centro de toda e qualquer estratégia.

Esta combinação de estratégias, se bem conduzida, é mais difícil de ser replicada, tornando de fato uma vantagem competitiva.

Como tudo está conectado: **TX = CX + UX + EX**

Mas como tudo isso está conectado? Vamos pensar em um exemplo prático. A empresa fictícia “Paralela”, aposta em estratégias de Employer Branding e Endomarketing, para oferecer boas experiências aos seus colaboradores. Isso faz com que eles trabalhem mais motivados e focados em qualidade dos produtos e serviços ofertados.

Com os colaboradores engajados, eles automaticamente são motivados a trazerem novas ideias, pensar em soluções inovadoras e atender melhor os clientes. Isso impacta diretamente na experiência dos seus clientes com a marca.



Quando a empresa e os colaboradores estão empenhados em oferecer a melhor experiência para os clientes, seja no desenvolvimento do produto ou serviço, no atendimento, ou mesmo na venda, isso vai gerar um alto nível de satisfação no cliente, que compra mais e indica mais sua marca para os conhecidos.

Quando todos estão motivados, os resultados são os melhores possíveis. A empresa vai conseguir atrair profissionais mais qualificados, terá clientes mais satisfeitos e promotores da marca, que geram mais vendas e receita para o negócio.

Dessa forma, as estratégias de Employer Branding e Endomarketing, devem trabalhar para oferecer aos colaboradores a mesma experiência que a empresa busca oferecer nas estratégias de Vendas e Marketing, e vice e versa.

Assim, o Total Experience, deve permear e integrar todas as áreas da empresa. Todos devem trabalhar pensando na pessoa que vai estar em contato com o resultado do seu trabalho.



4. TX aplicado às áreas da sua empresa

Como já falamos aqui, é essencial que todas as áreas e estratégias da empresa estejam focadas em oferecer a melhor experiência para todos os públicos-alvo da empresa. Não deve ser exclusivo de um time ou outro, deve permear toda a cultura da empresa. Se trata de mudar o mindset de todos e colocar as pessoas como o centro de todas as estratégias.

Por isso, vamos passar rapidamente por algumas dessas áreas, com alguns exemplos práticos de como pensar e oferecer essa experiência aos stakeholders envolvidos.





Recursos Humanos

Uma estratégia que ganhou muito espaço com a pandemia da COVID-19 foi o Employer Branding, isso porque a maioria dos colaboradores migraram para o Home Office o que, de certa forma, afastou o funcionário dos valores e cultura da empresa. Logo, essa estratégia busca trazer uma visão positiva de marca empregadora para mercado, através de boas experiências aos colaboradores.

O Employer Branding, quando aliado ao Endomarketing (Comunicação Interna) consegue trazer ótimos resultados para a empresa. Um exemplo é o uso de chatbots para comunicação interna. Ao usar essa ferramenta, o funcionário consegue solucionar suas dúvidas de forma mais rápida e a qualquer momento.

Por exemplo, uma empresa pode usar de um chatbot para fazer solicitações de férias, disponibilizar holerite, consulta de banco de horas e várias outras usabilidades. O retorno é imediato, através da Inteligência Artificial, o que proporciona uma boa experiência ao colaborador.





Atendimento ao cliente

No atendimento ao cliente, a ideia é a mesma. Existem várias ferramentas tecnológicas que podem ajudar a oferecer uma boa experiência aos clientes.

Mas alguns cuidados são essenciais:

- ◆ **Tempo média de resposta ao cliente;**
- ◆ **Atendimento em tempo integral;**
- ◆ **Disponibilidade em diversos canais;**
- ◆ **Ferramentas de avaliação de atendimento;**
- ◆ **Histórico de conversas anteriores para não ser necessário repetir o problema.**

Uma ferramenta de automatização de atendimento te ajuda a superar esses e vários outros desafios, porque oferecem um atendimento em tempo integral e são soluções omnichannel, ou seja, você consegue integrar todos os canais, como redes sociais, site, WhatsApp, em uma única ferramenta.

Além disso, disponibilizam relatórios de atendimento, registram históricos de chamados anteriores e permitem automações para respostas imediatas.

O atendimento é o ponto contato principal com o cliente, por isso muito se deve investir e analisar para oferecer a melhor experiência possível.



Desenvolvimento do produto e serviço

Um dos pontos principais para oferecer uma boa experiência ao cliente é conhecê-lo. Quando vamos oferecer um produto ou serviço, ele deve ser pensado para resolver a dor do cliente. Nesse sentido é essencial algumas práticas:

- ◆ **Conhecer a fundo o seu cliente: quais são duas dores, desafios, como são seus processos internos, etc;**
- ◆ **Entender qual é a sua persona: quem é a pessoa que você vai oferecer o seu produto, como ela se relacionamento com ele;**
- ◆ **Colher feedbacks constantes: colher feedbacks da equipe de desenvolvimento, dos clientes, dos usuários finais, ou seja, de todos os envolvidos;**

- ◆ **Evolução e melhoria contínuas: sempre estar buscando melhorias para atender novas demandas ou corrigir erros.**

Aqui entram os conceitos de User Experience, não apenas de design, no sentido de estar bonito ou não, mas de usabilidade, se está claro, fácil e se agrega valor.

Mais uma vez, o cliente deve estar no centro da estratégia. E isso vale não só no mundo digital, mas também no mundo físico, por exemplo, você já teve dificuldade de abrir uma embalagem de comida? Isso também é experiência.

5. Criando uma jornada do cliente com foco em experiência

Com tudo o que já foi dito, podemos ver que o Total Experience irá permear toda a jornada do cliente, desde a venda até o relacionamento pós-venda. Usando essa estratégia e conseguindo oferecer a melhor experiência ao cliente em todos os seus pontos de contato com a marca, sua empresa já estará na frente dos concorrentes.

Para isso vamos pensar em um exemplo de uma empresa de E-commerce.





Marketing: a empresa deve criar campanhas que vão de encontro com as dores e a forma de comunicação do cliente, afinal é a primeira impressão que ele terá da sua marca.



Vendas: a plataforma, deve oferecer a melhor usabilidade, para fazer com que o cliente conclua a sua compra com uma boa experiência.



Entrega: é essencial o uso de ferramentas que vão receber esse pedido, organizar o processo de entrega e despachar o produto no menor tempo possível e sem erros.



Pós-venda: o cliente deve ter um canal aberto para caso ocorra alguma dúvida, precise de trocar o produto ou enfrente algum outro problema, como atraso na entrega.



Relacionamento: para fazer com que esse cliente volte a comprar, deve-se criar uma régua de relacionamento personalizada, enviando alertas que façam sentido para o cliente.

Durante toda essa jornada, o uso de tecnologias, como CRM, ERP de gestão e plataformas de atendimento, vem para otimizar o processo e favorecem para que seja entregue a melhor experiência ao seu cliente.

Por isso é essencial que ele seja o centro de toda a sua estratégia, e toda a empresa deve ter essa cultura, deve estar no DNA do negócio.

Se você ainda não implementa soluções para garantir a Total Experience para seus clientes, cuidado, você pode estar ficando para trás no seu mercado de atuação. Como é um conceito novo, ainda temos muito tempo para adaptar, mas se você for o primeiro, com certeza isso irá representar ganhos significativos para o seu negócio.



6. Sobre a Cedro Technologies



A Cedro Technologies atua a mais de 15 anos no mercado de tecnologia. Suas soluções são todas pensadas para garantir a melhor experiência possível aos nossos clientes e seus usuários. Por isso nossa missão é transformar as empresas através de pessoas e tecnologia.

Nossos produtos são:



Plataforma de atendimento com inteligência artificial, que permite atendimento integral e omnichannel.



Plataforma de negociação de ativos da bolsa.



Ferramenta de onboarding 100% digital para o mercado financeiro.



Plataforma de antifraude e Background Check, que automatiza a validação cadastral e compliance do seu negócio.



APIs de Market Data com informações financeiras para seus projetos e sistemas