

Gerando Resultados Mensuráveis através do Programa da Voz do Cliente

Hoje em dia, as organizações enfrentam um desafio comum e contínuo: oferecer experiências superiores aos clientes.

Para esses clientes que elas atendem, há cada vez mais modos de se comunicar – seja pelo telefone, internet, aplicativos de celular, chat e redes sociais – e fornecer feedback para as empresas. Com o feedback honesto e contínuo dos clientes, as empresas podem responder de forma mais eficaz focando no que funciona e no que não de forma proativa para responder às questões, abordar as tendências, melhorar os processos e oferecer melhores experiências de ponta a ponta.

No entanto, as formas tradicionais de pesquisa e os mecanismos de feedback caminham cada vez mais para soluções digitais. Como resultado, as marcas devem evoluir sua abordagem para capturar, analisar e atuar sobre o feedback dos clientes.

Para isto, as soluções e programas da Voz do Cliente (VoC) podem ajudar. Normalmente, eles focam em quatro atividades-chave:

- Ouvir e capturar feedback em todos os canais.
- Analisar e mensurar tendências.
- Distribuir insights para as principais partes interessadas.
- Atuar sobre os resultados.

Quando colocados em prática e aplicados de forma consistente, os programas de VoC podem oferecer insights valiosos para impulsionar um ciclo de melhoria contínua, aumentando a retenção de clientes e diminuindo o custo para atender a todos os canais. Revisamos alguns pontos:

CONSTRUINDO A FUNDAÇÃO

Uma estratégia abrangente da VoC aborda estes fundamentos:

- **Visão** – Quais são os objetivos do programa identificados pelas principais partes interessadas?
- **Governança** – Como o programa será gerenciado e como os dados serão divulgados aos públicos interno e externo?
- **Cultura** – Como você criará um ambiente organizacional que coloque os clientes no centro da tomada de decisões no dia-a-dia?
- **Processos** – Como você fechará o ciclo do feedback e mudará processos para resolver problemas?
- **Tecnologia** – Qual software e quais

serviços você precisará para capturar, analisar e atuar sobre o feedback dos clientes de maneira consistente?

Com esses fundamentos no lugar, você estará pronto para colocar o seu programa de VoC em ação.

INCENTIVANDO O FEEDBACK

O seu programa de VoC deve incluir recursos para capturar feedbacks iniciados pelo cliente e iniciados pela empresa. Os feedbacks iniciados pela empresa podem ser solicitados através de pesquisas (muitas vezes entregues através do telefone ou da internet), enquanto os comentários iniciados pelo cliente tendem a ocorrer em momentos-chave na jornada digital do cliente. Essas duas maneiras diferentes de coletar feedback tornam o processo conveniente para que os clientes dêem sua opinião através de seus canais e dispositivos preferidos.

ANALISANDO OS DADOS

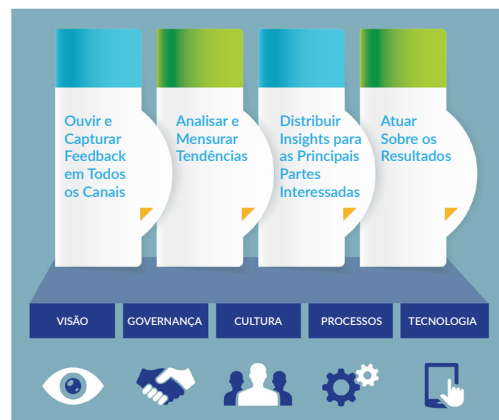
Ao compilar feedbacks e dados de várias fontes (como perfis de clientes e sistemas de CRM), os programas da VoC podem fornecer contexto sobre a experiência do cliente e a capacidade de resposta organizacional. Esses dados podem então ser usados em toda a empresa para direcionar ações e oferecer experiências de clientes diferenciadas.

A análise de voz e texto pode automatizar a análise de todos os feedbacks e refinar dados-chave rapidamente – dada a grande quantidade de dados e interações que ocorrem em sua empresa diariamente. As soluções de feedback digital permitem que aos clientes forneçam feedback a qualquer momento. Juntas, essas tecnologias podem ajudá-lo a descobrir problemas de processos, produtos e serviços e direcionar melhorias operacionais através de ações diretas e em tempo real. Elas também podem ajudá-lo a melhorar a consistência e a qualidade das experiências de clientes que você entrega.

ALCANÇANDO UM IMPACTO MENSURÁVEL

Por fim, os programas de VoC podem fornecer um insight que impacte profundamente na satisfação e fidelidade do cliente e aumente a sua produtividade. Veja abaixo algumas maneiras pelas quais os programas de VoC oferecem resultados mensuráveis:

- **Principais Contas** – O feedback pode ser utilizado para informar e formular estratégias específicas para reter clientes de alto valor.



- **Instâncias Específicas de Impacto** – Identificar áreas de impacto pode ajudar a apontar lacunas na jornada do cliente e refinar canais e/ou processos.
- **Clientes Satisfeitos** – Clientes que demonstram um alto grau de satisfação do cliente podem fornecer oportunidades para atividades de vendas incrementadas e cruzadas.
- **Feedback Indireto** – Fontes, como, por exemplo, uma conversa por e-mail ou uma gravação de chamada, podem fornecer novas oportunidades de vendas.
- **Feedback Induzido** – O uso da Internet e de dados de abandono do carrinho de compras podem indicar oportunidades para melhorias de processos e esforços de recuperação de serviços.

CONECTANDO OS PONTOS

A Verint fornece software e serviços que ajudam as organizações a desenvolver uma compreensão das experiências de seus clientes em todos os canais – e tomar medidas sobre esse insight. Nossas soluções podem ajudá-lo a conectar os pontos entre os canais e ajustar continuamente seus processos, produtos, serviços e pessoal para atender às expectativas do consumidor.

Entre em contato conosco hoje mesmo para saber mais sobre como nossas soluções podem ajudá-lo a transformar seu programa de VoC. ■

sacbrasil@verint.com
www.verint.com
www.verintintouch.com.br