
Como melhorar a **experiência do cliente**





Como melhorar a experiência do cliente

A empresa deve entender seu cliente para poder proporcionar a melhor experiência

A relação entre o cliente e a marca vai muito além do momento de compra, toda a jornada é observada e faz a diferença para o cliente voltar, ou não, a consumir o serviço ou produto.

Para vermos como essa jornada do cliente é importante, pense em uma experiência positiva e uma negativa que teve em uma compra.

Aposto que a negativa deixou a sensação de não querer comprar mais, mas a positiva fez você até incentivar amigos a experimentar também. Certo?

É nesse ponto que entra a Experiência do Cliente, para proporcionar a melhor experiência de compra e manter o cliente satisfeito e com desejo de voltar a comprar.

A experiência do cliente entende o comportamento do cliente. Sendo assim, fica mais evidente:

- 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.
- Por que as pessoas (e empresas) deveriam fazer negócios com você.

Feito isso, é necessário entender o valor do que você vende para o cliente e o que ele espera obter com o seu serviço, para depois elevar isso dentro da sua capacidade de oferecer valor agregado, e pronto: você já sabe como melhorar a experiência do cliente.

Esta não é uma tarefa fácil. Pelo contrário, é um trabalho minucioso que, em virtude de sua complexidade, acaba sendo negligenciado por muitas empresas.

Para facilitar a implementação da Experiência do Cliente, entenda três características principais que definem o que é uma ótima experiência do cliente:



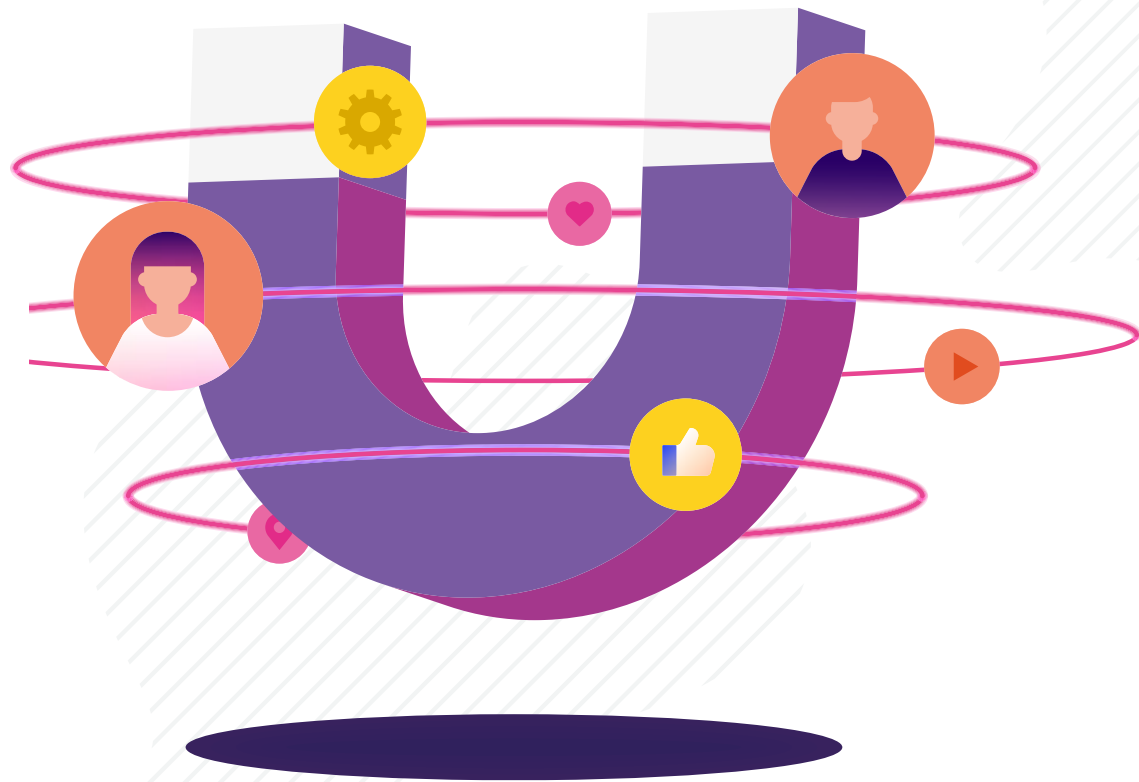


1. A experiência do cliente deve ser positiva

Caso contrário, por que seus clientes deveriam querer revivê-las? E como saber se a experiência foi positiva? Simples: usar o CRM para anotar o histórico da sua interação, transcrevendo a conversa ou um resumo para o histórico de ações com o cliente e assim medir se foi uma experiência incrível, ou não. O CRM é o termômetro dessa interação. Utilize-o a seu favor;

2. A experiência do cliente deve ser significativa

As pessoas precisam ficar impactadas pela qualidade dos serviços prestados pela sua empresa, bem como por sua maneira de ouvi-las e tentar ajudá-las a solucionar eventuais problemas. Para te auxiliar, o CRM vai ser fundamental. É ele quem vai permitir que você saiba o que é experiência do cliente, assegurar que você respeite cada fase do processo de vendas e o que fazer para alimentar o cliente para assegurar a próxima etapa;



3. A experiência do cliente deve ser memorável

Sabe o que vai fazer da experiência do cliente algo memorável? Cumprir todas as promessas feitas durante o processo de vendas. Experiências memoráveis nada têm a ver com promessas e mais promessas que jamais poderiam ser concretizadas, mas sim com a palavra honrada. Trate seu cliente com dignidade, atenção, educação e nunca, em hipótese alguma, deixe-o frustrado.

5 dicas para melhorar seu relacionamento com o cliente:

- Melhore a jornada de compra com a Experiência do Cliente
- Otimize sua plataforma de vendas com o Teste de Usabilidade
- Obtenha o feedback com a Pesquisa Pós-venda
- Mantenha-se competitivo, crie produtos e serviços novos
- Motive seu time para melhores interações

A jornada do cliente não acaba quando ele sai do local!

Entenda o Pós-venda!

Você sabia que o pós-venda é tão importante quanto a captação do cliente e a efetivação da venda? Isso se deve ao fato de que na jornada de compra o cliente pode ter algum problema e isso o levará a ter uma má impressão da marca.

O pós-venda é constituído por um conjunto de estratégias de marketing que objetiva manter um relacionamento comercial com o cliente já conquistado.

Investir nessa retenção é fundamental para que o consumidor volte a realizar novas compras, sinta-se tratado de forma personalizada e divulgue positivamente a sua marca entre os amigos.

A Santa Dica vai te orientar para que você tenha um pós-venda eficiente. Assim, você vai conseguir conquistar a lealdade dos seus clientes e alcançar muitos outros, conte com a nossa equipe!

Santa Dica

CONSULTORIA E PESQUISA

