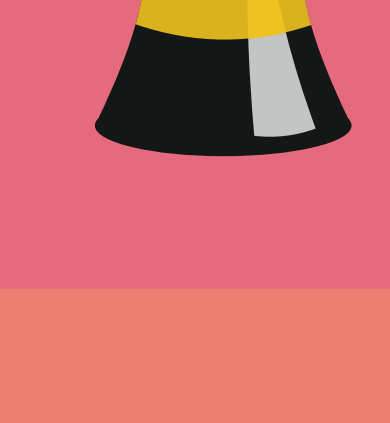
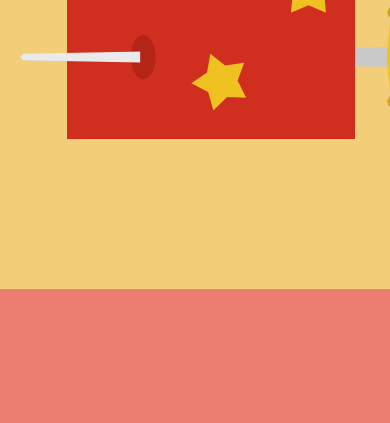


14 Melhorias para Encantar seus Clientes com o Pós-Venda

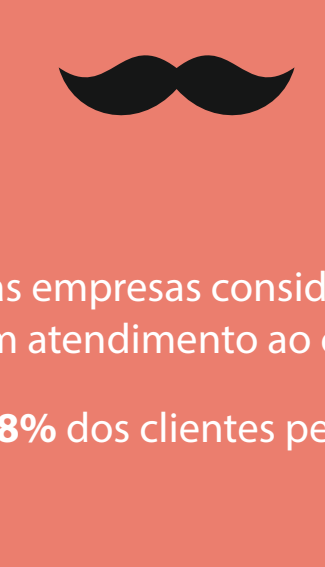
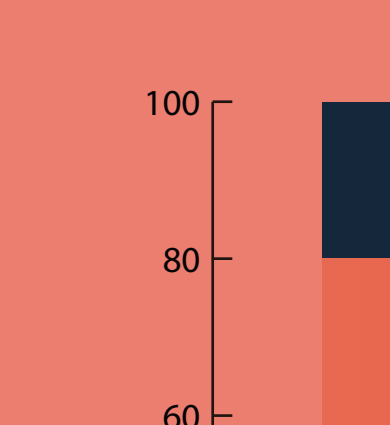
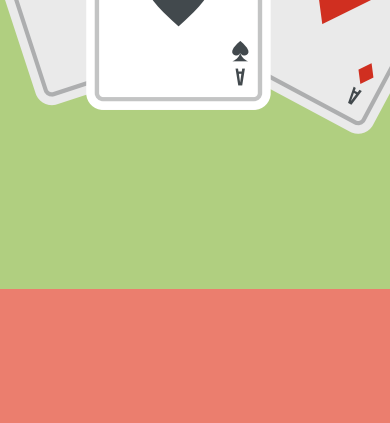
60% dos consumidores estão dispostos a pagar mais por uma melhor experiência.



Mais de 50% de uma experiência é baseada em emoções.



Um negócio que otimiza a conexão emocional com os clientes pode superar os concorrentes em 85% no crescimento de vendas.



80% das empresas considera que tem um bom atendimento ao cliente.

mas só 8% dos clientes pensam assim.



Clientes emocionalmente conectados com uma marca são:

Pelo menos 3x mais propícios a recomendar o produto ou serviço
3x mais propícios a fazer uma nova compra

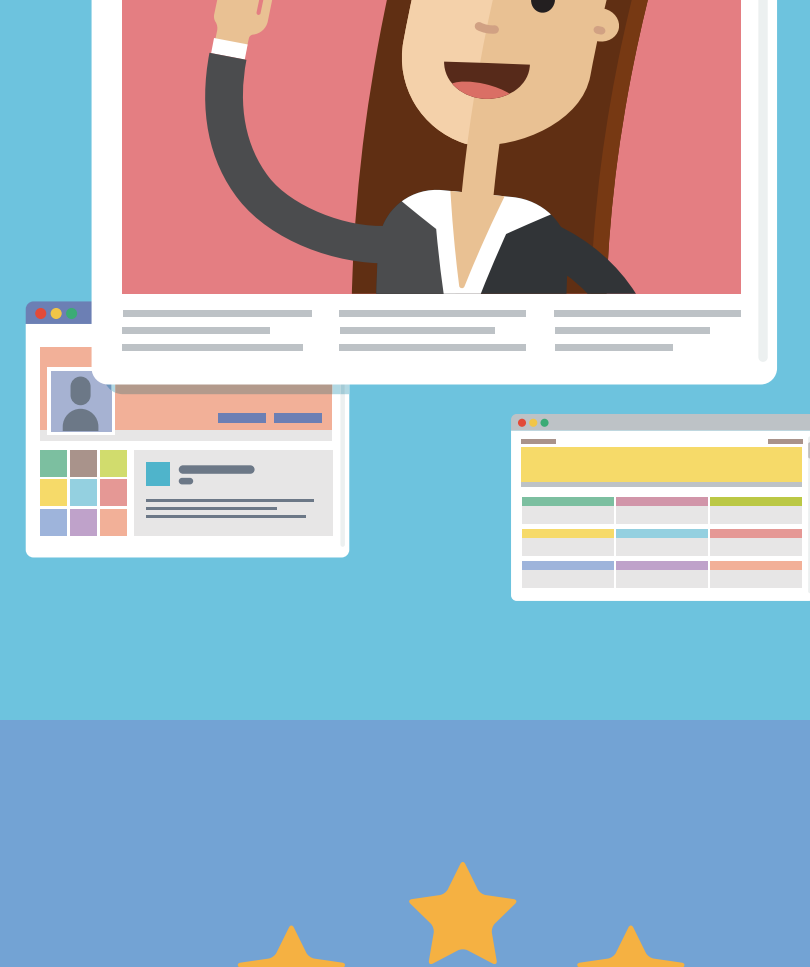


3/4 dos clientes online dizem que:

Esperam ajuda para resolver seus problemas dentro de 5 minutos.

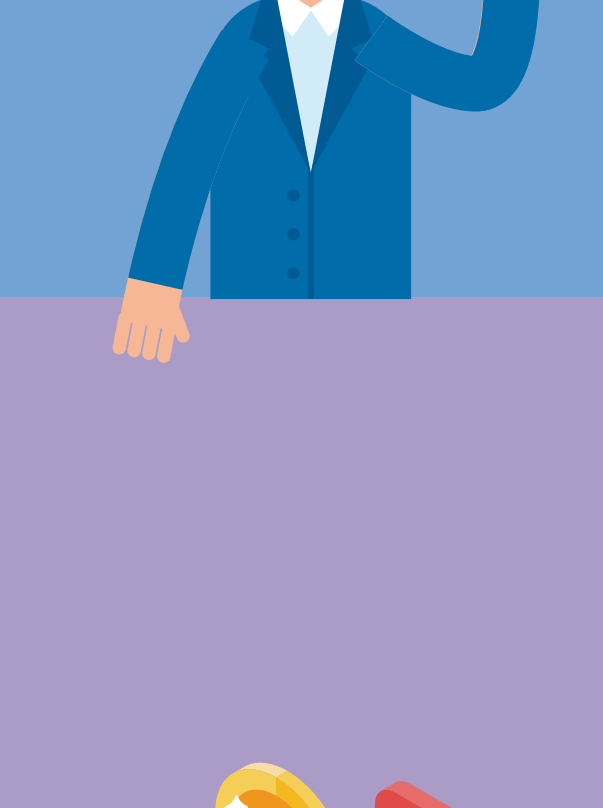
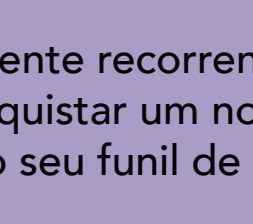
Usam sites de comparação para decidir por uma compra.

Confiam em opiniões online tanto quanto em recomendações pessoais.



O que é

O acompanhamento do cliente após a venda do produto. Inclui atividades como pesquisas de satisfação e auxílio para utilização do produto buscando a melhor experiência para o cliente.



Por Que Investir

Vender para um cliente recorrente é mais barato do que conquistar um novo lead que precisa passar pelo seu funil de vendas.

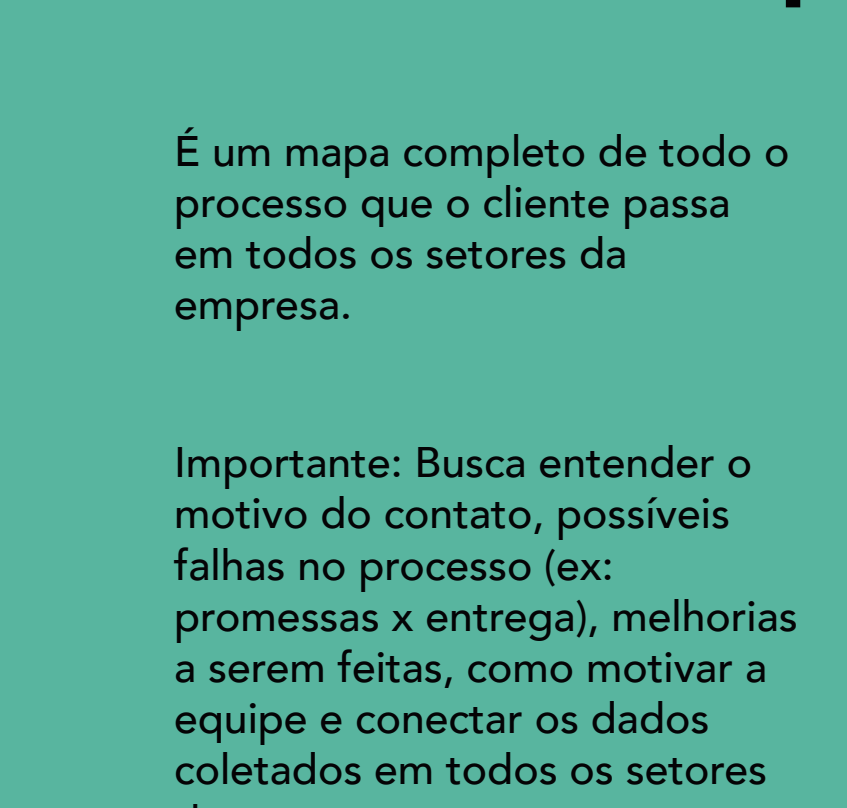
Aumenta a satisfação do cliente e sua fidelização, conquistando um novo defensor e divulgador da sua marca.

É possível obter um retorno sobre o seu processo e melhorá-lo para conquistar mais clientes.

Reduz pedidos de reembolso e reclamações.

Aumenta as receitas da empresa.

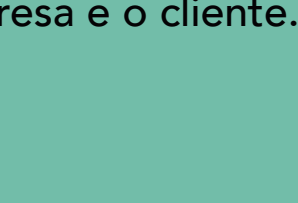
Cria uma diferenciação para a empresa no mercado.



Touchpoints

Momentos críticos de interação entre a empresa e o cliente.

Importante: focar nesses momentos pode criar uma imagem distorcida da opinião dos clientes.



Jornada de Compra

É um mapa completo de todo o processo que o cliente passa em todos os setores da empresa.

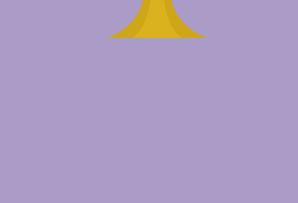
Importante: Busca entender o motivo do contato, possíveis falhas no processo (ex: promessas x entrega), melhorias a serem feitas, como motivar a equipe e conectar os dados coletados em todos os setores da empresa.



Monte um guia da sua estratégia dentro dos valores da empresa para lidar com o cliente no pós-venda e compartilhe com toda a equipe.



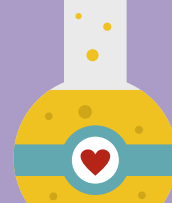
Crie personas para entender cada vez melhor os seus clientes e estabelecer como lidar com eles.



Crie uma conexão emocional com seus clientes criando melhores experiências.



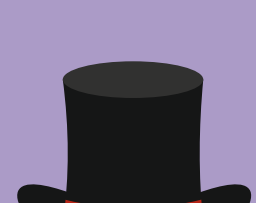
Busque feedback dos seus clientes em tempo real, ou o mais próximo disso possível.



Use ferramentas de automatização para receber feedbacks dos clientes.



Desenvolva um passo a passo de como cuidar do processo de pós-venda e forneça treinamentos para quem executar essa função.



Colete opiniões da equipe e use-as para fazer melhorias de procedimentos e design.



Meça seu NPS (Net promoter score) perguntando se os clientes recomendariam sua empresa para amigos ou familiares.



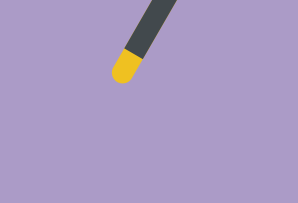
Use os dados coletados para criar experiências personalizadas para seus clientes.



Use inteligência artificial e chatbots para aumentar a eficiência no atendimento, passe para pessoas reais somente os casos necessários.



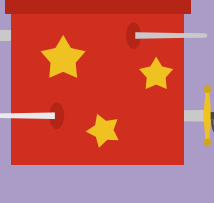
Além do telefone, use o email, redes sociais, WhatsApp e outras opções de contato com os clientes.



Desenvolva um procedimento para diminuir o tempo de resposta para dúvidas e reclamações.



Procure manter contato frequente com os clientes através de recursos como gamification.



Busque oferecer uma experiência memorável também em mobile.

Utilizando seus Dados

Colete dados sobre os seus clientes e suas jornadas de compra e disponibilize-os para toda a equipe acessá-los durante o pós-venda:

Dados de acesso no seu site

Comportamento nas redes sociais

Detalhes de cada cliente de acordo com as compras.



VIVER DE BLOG

Mais que um blog, um estilo de vida.

Referências:
<https://hbr.org/2013/09/the-truth-about-customer-experience>
<https://www.forbes.com/sites/shephyken/2017/01/07/10-customer-service-and-customer-experience-cx-trends-for-2017/#4159d8b275e5>
<https://temkingroup.com/research-reports/2017-temkin-experience-ratings/>
<https://blog.hubspot.com/customer-success/customer-experience-guide>
<https://blog.hubspot.com/blog/tabid/6307/bid/33463/How-to-Make-Customer-Experience-the-Heart-of-Your-Internet-Marketing-Strategy.aspx>
<http://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/five-questions-brands-need-to-answer-to-be-customer-first-in-the-digital-age>
<http://www.mckinsey.com/business-functions/operations/our-insights/mastering-the-digital-advantage-in-transforming-customer-experience>
<https://www.superoffice.com/blog/customer-experience-strategy/>

