

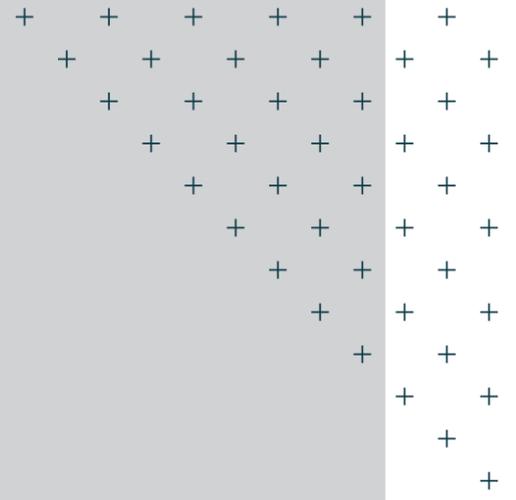
ebook gratuito



AS 10

TENDÊNCIAS DO
CUSTOMER
EXPERIENCE
PARA 2020





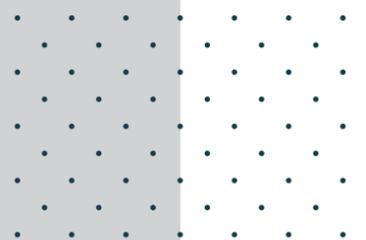
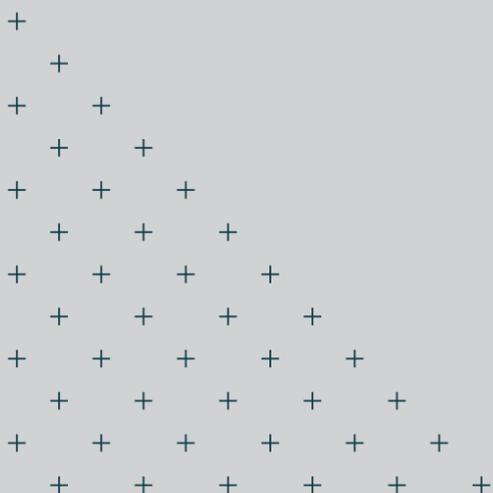
autor

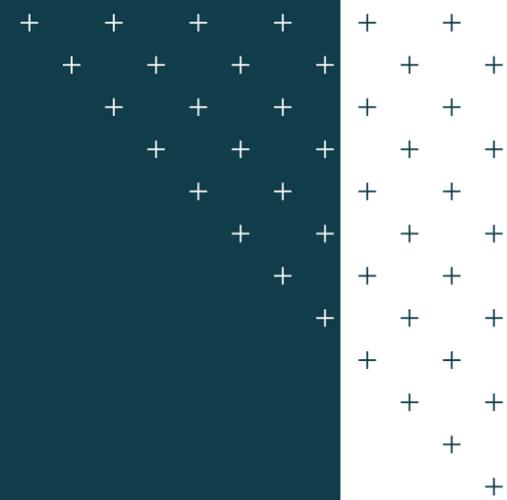
TIAGO DA SILVA MASCARENHAS

CEO SEDA College



Co-Fundador da SEDA College, instituição educacional Irlandesa que oferece cursos de língua inglesa para todos os níveis – do iniciante ao avançado. Criada em 2009, a SEDA College é reconhecida pela ACELS, empresa de qualidade irlandesa, e pela EAQUALS, certificadora europeia.



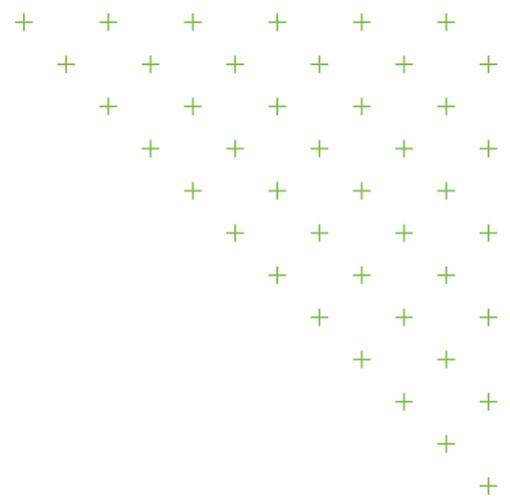


SUMÁRIO

- 4** Introdução
 - 5** Exame de métricas
 - 7** Promessa da marca
 - 9** Expandir a Jornada de clientes
 - 11** Integração digital
 - 13** Maior racionalidade dos chatbots
 - 15** As personas irão se popularizar ainda mais
 - 17** Prevenção e antecipação dos problemas
 - 19** Cultura empresarial
 - 21** Empatia e emoção
 - 23** Reconhecimento de voz
 - 25** Conclusão
 - 26** Contato
-
- 



INTRO DUÇÃO



Você já ouviu falar em Customer Experience? Se nunca ouviu, é bom já ir se acostumando, pois 2020 será o ano em que o CX terá uma profunda expansão apontando várias tendências dentro do Marketing Digital.

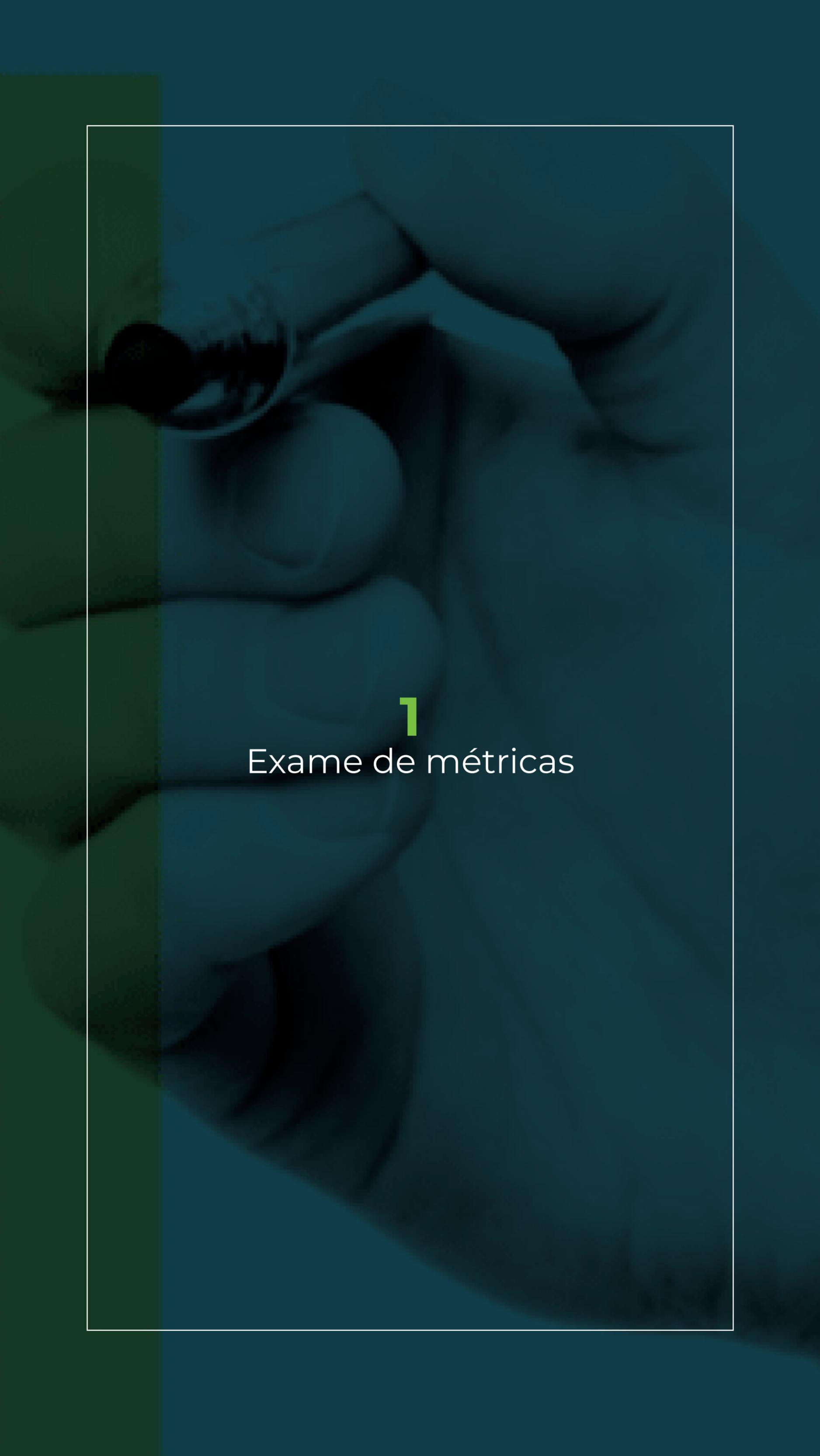
Sem dúvida alguma, o Marketing Digital já vem sofrendo uma verdadeira transformação no decorrer desta última década que, aliás, pode ser classificada como Era Digital. Nesse sentido, uma das principais tendências apontadas é que o cliente esteja cada vez mais no centro das estratégias das empresas e que todo o marketing durante a sua jornada de compra seja focada em seus sentimentos.

Parece difícil, não é mesmo? Mas, sem dúvida nenhuma, esse é o desafio que as

empresas terão que enfrentar em 2020. Como? Aprimorando suas técnicas e também suas estratégias em relação às etapas da jornada de compras.

Logo, entender o cliente desde antes mesmo dele sentir a necessidade de consumir o produto da sua empresa é fundamental para o sucesso da sua estratégia de marketing. Para isso, você precisará utilizar as ferramentas e técnicas necessárias.

Pensando nisso, reunimos neste e-book as 10 tendências de Customer Experience para 2020. Este material te deixará mais preparado para repensar toda a maneira de fazer Marketing Digital seguindo o que há de mais atual no mercado. Então, se você deseja que seu negócio cresça, fique comigo mais alguns minutos e descubra as novidades que vêm por aí.



1

Exame de métricas



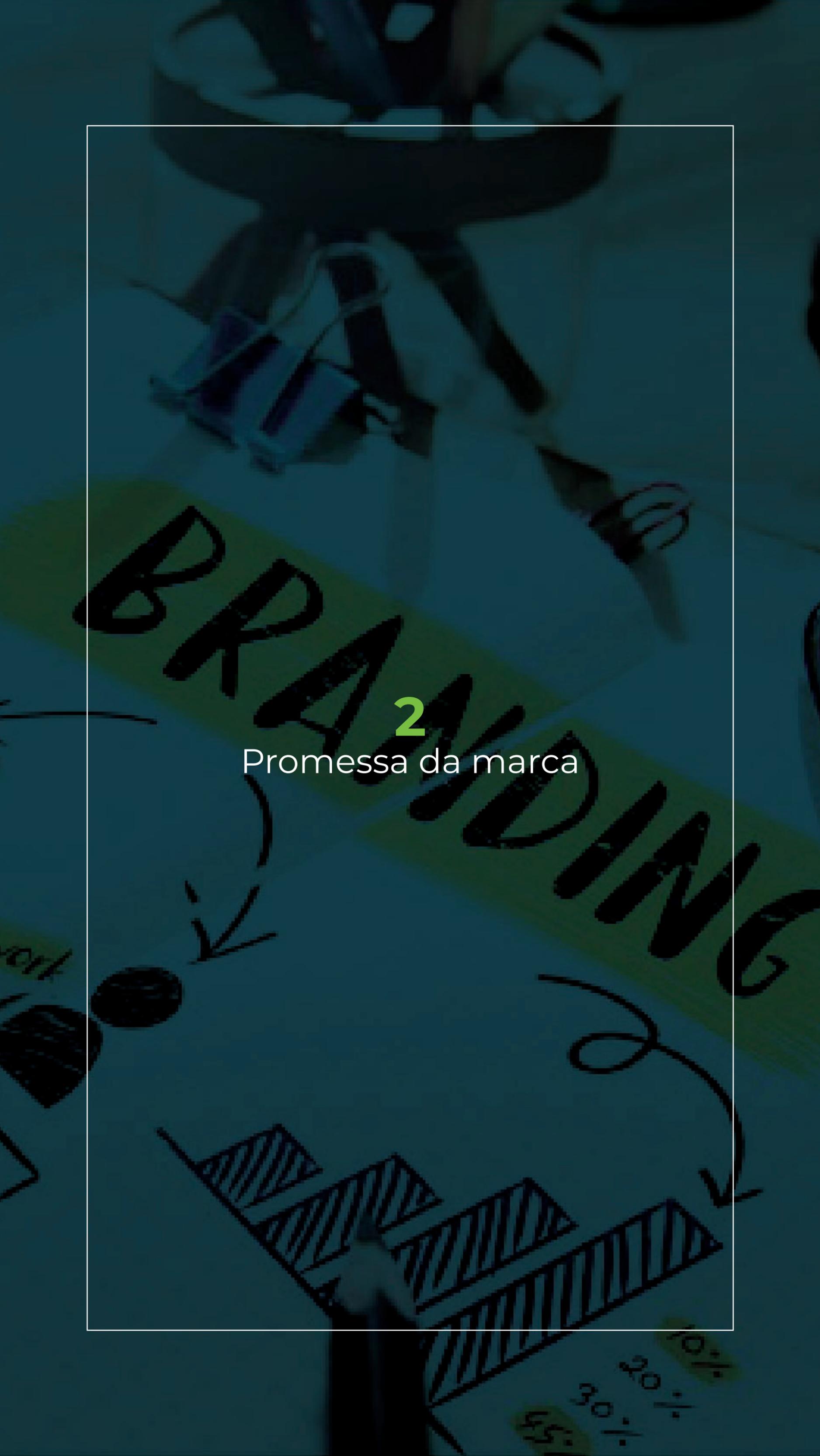
Primeira tendência **Exame de métricas**



Por mais que seja básico avaliar a satisfação dos clientes, é preocupante notar que a maioria das empresas no Brasil não possuem estes indicadores definidos.

Mas 2020 será o ano em que grandes, médias e pequenas empresas deverão se procurar em desenvolver técnicas de exame de métricas, como NPS, Churn, entre outros indicadores, para apurar a satisfação do cliente e saber se está oferecendo o valor desejado que o mesmo procura. Afinal, os empresários precisam entender que nem sempre o que acreditam ser valor para o cliente é o que de mais importante ele busca.

Será preciso encontrar novas formas de encontrar os desejos dos consumidores usando de métricas já estabelecidas e criando novas como, por exemplo, a métrica da emoção. Ela tentará apurar qual o sentimento do cliente sobre o produto ou serviço adquirido.

A hand-drawn sketch on a light blue background. At the top, there are several curved lines and scribbles. Below that, the word 'BRAND' is written in large, bold, black letters. To the right of 'BRAND', the word 'MARKETING' is written in a similar style. Below 'MARKETING', there are several horizontal bars of varying lengths, some filled with diagonal hatching. To the left of these bars, there are several circles and arrows. At the bottom, there are some numbers and percentages: '10%', '20%', '30%', and '45%'. The entire sketch is enclosed in a white rectangular border.

2

Promessa da marca



Segunda tendência **Promessa da marca**

Você sabia que a maioria dos clientes consome a marca antes do que o produto? E que a primeira escolha é baseada no posicionamento e identidade da marca? Com base neste comportamento, vale lembrar que de nada vale um bom trabalho do CX sobre um produto ou serviço se o posicionamento da marca não está correto e condizente com a procura de valor dos clientes.

Dessa maneira, 2020 aponta como o ano em que as empresas irão explicitar a promessa que fornecem aos seus clientes e terão que trabalhar para alinhar os valores oferecidos aos buscados. Desse modo, as marcas devem ser redefinidas de olho nos valores que os consumidores desejam.

A hand is shown holding a wooden block with a hole through its center. This block is part of a larger assembly of wooden blocks, some of which are stacked on top of each other. The background is a dark, teal-colored surface.

3

Expandir a Jornada
de clientes



Terceira tendência

Expandir a Jornada de clientes

O entendimento da jornada do cliente ganhará novos contornos e importância especialmente com o auxílio de uma ferramenta conhecida como Mapping Journey. Através dela, as empresas passarão a ter um conhecimento mais detalhado sobre os caminhos que o cliente passa em sua jornada, seus objetivos, seus pensamentos, suas dores, suas necessidades. Estes dados são valiosos para desenvolver insights que ajudarão a eliminar atritos e melhorar a experiência em todas as etapas do funil que percorrem.

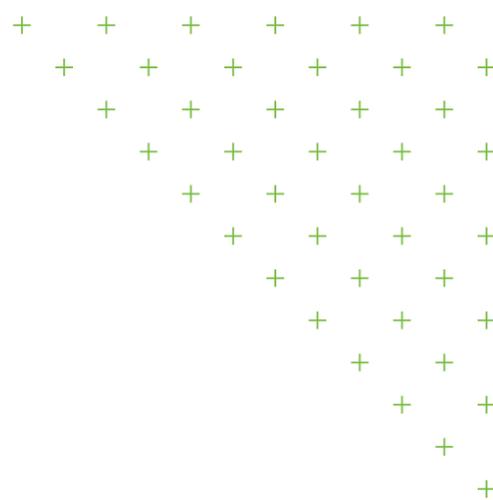
Este mapeamento oferece aos profissionais do CX um enorme valor que será capaz de entender de maneira mais sistêmica o ponto de vista do cliente no decorrer de todo seu caminho.

Dentro dessa linha, também foi desenvolvida uma ferramenta chamada *Customer Journey Thinking*, que terá o papel de ajudar as empresas a repensarem suas métricas, análises e experiências em torno da jornada de clientes. Duas novidades que é preciso ficar de olho!



4

Integração digital



Quarta tendência **Integração digital**

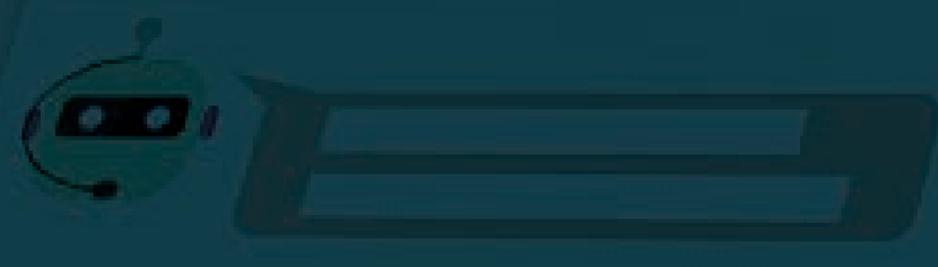
Mesmo que estejamos em plena Era Digital, algumas empresas, principalmente as médias e pequenas, ainda não estão completamente integradas digitalmente.

O ano de 2020 será mais uma chance das instituições darem novos passos rumo à uma maior integração, unindo os canais digitais com os espaços físicos que, muitas vezes, são os locais onde o cliente realiza a compra.

O importante é entender o negócio e, principalmente, o comportamento do cliente. Em seguida, alinhar as expectativas destes dois lados com o universo digital e assimilar que as novas ferramentas digitais existem para ampliar a receita e melhorar a experiência do consumidor. Por mais que sejam desafiantes, não podem ser deixadas de lado e os métodos utilizados devem fazer sentido no universo da empresa.

5G 12:00 am 100%

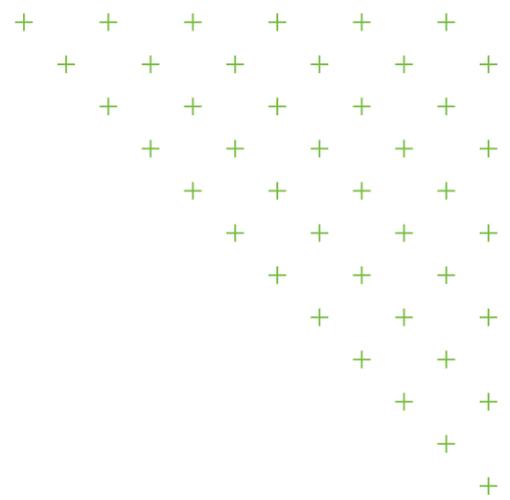
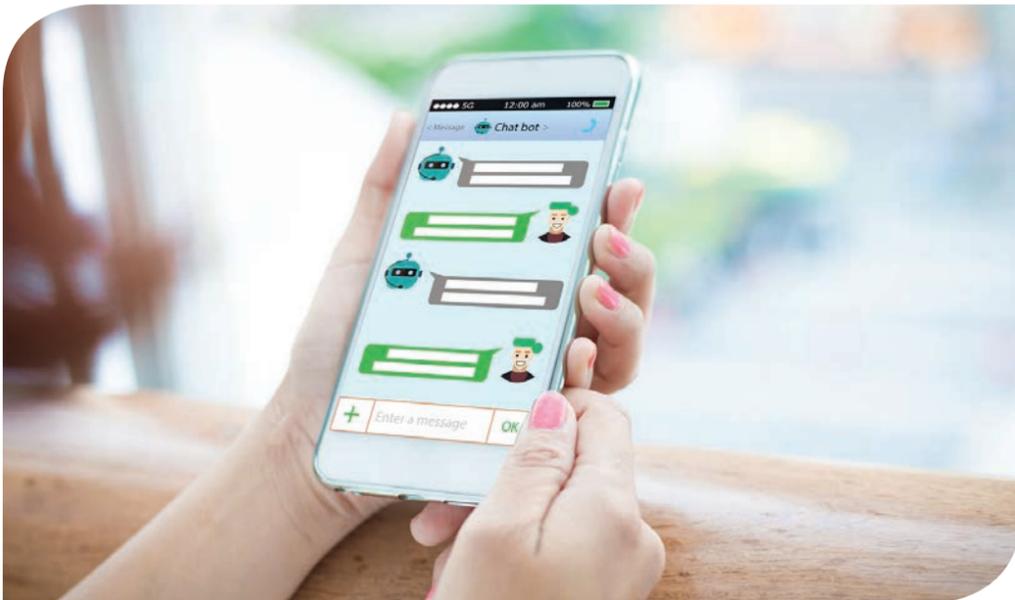
<Message Chat bot >



5
Maior racionalidade
dos chatbots



+ Enter a message OK



Quinta tendência **Maior racionalidade dos chatbots**

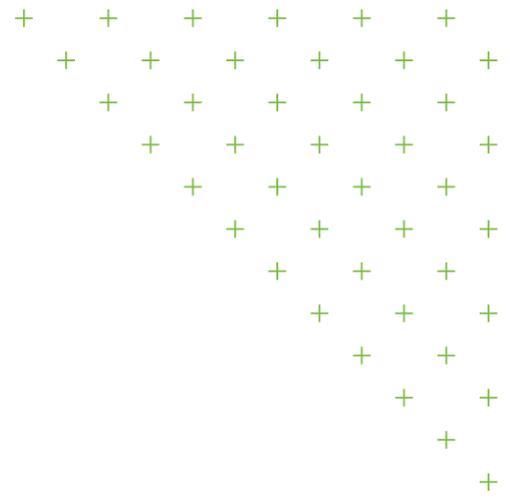
Quando a inteligência artificial possibilitou a criação dos chatbots, entre 2014 e 2015, houve uma certa histeria na implantação dessa ferramenta que, sem nenhuma dúvida, é absolutamente importante para as empresas.

Todavia, a importância que tem está ainda longe do que foi investido e do tempo que foi desempenhado para ela. A tendência para 2020 é que haja uma maior racionalização desse recurso, direcionando investimentos para outras ferramentas tão importantes quanto ela para o CX. Mas, claro, sem deixá-la de lado, porque a evolução da inteligência artificial continuará a desempenhar um papel fundamental na próxima década.



6

As personas irão se popularizar ainda mais



Sexta tendência **As personas irão se popularizar ainda mais**

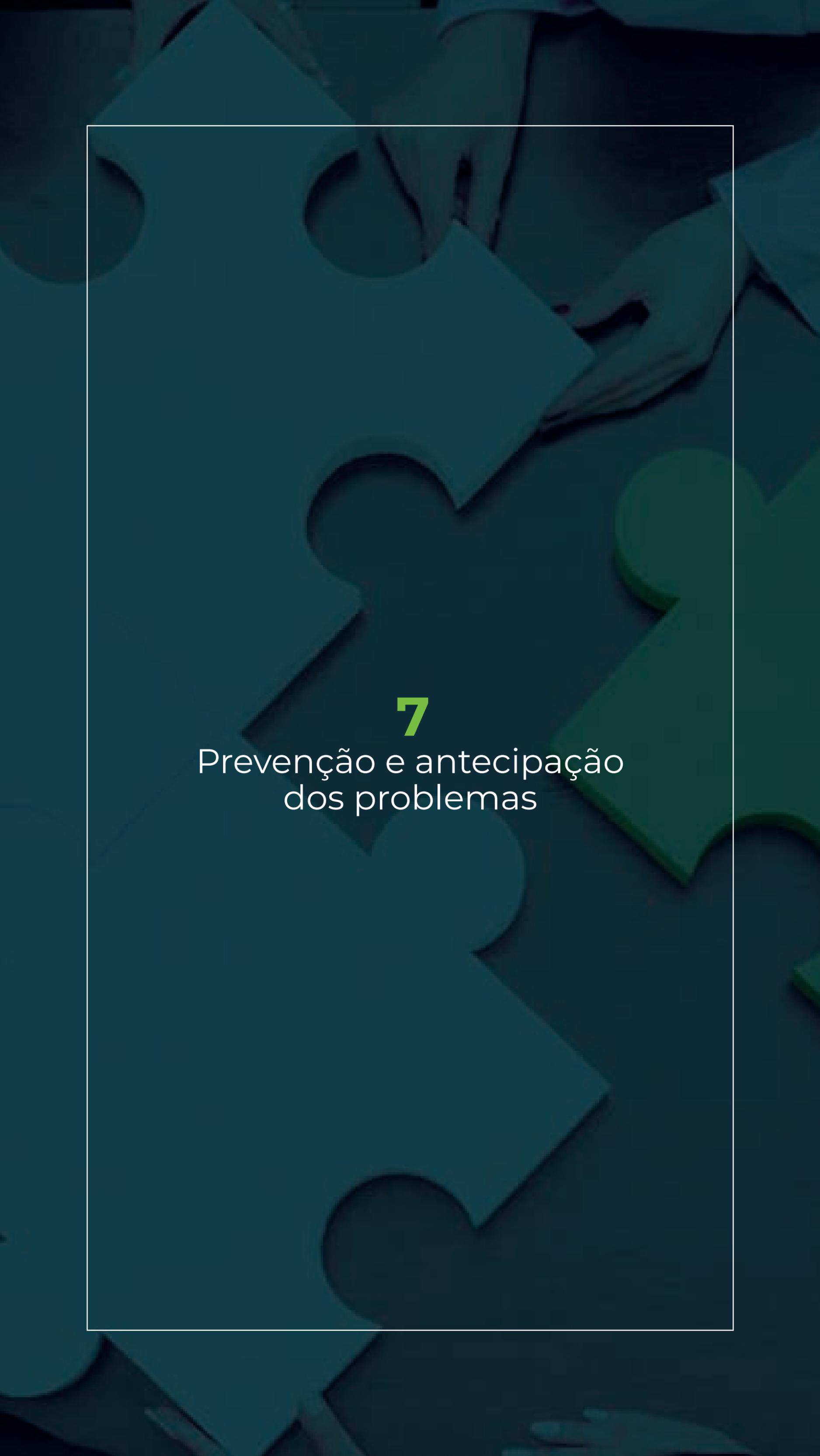


Para quem já trabalha com marketing de conteúdo e *inbound marketing* em geral, a persona é bastante comum e difundida mas, ainda assim, está longe de ser utilizada por todo o departamento de marketing. Em curtas palavras, a persona nada mais é que um cliente fictício, ideal, baseado no público-alvo da empresa que é definido através de pesquisas, análises e uso de métricas sobre o produto e serviço oferecido.

A figura da persona é fundamental para a empresa entender as necessidades do cliente, suas dores e percepções durante toda a jornada que percorrem até finalmente comprarem o produto.

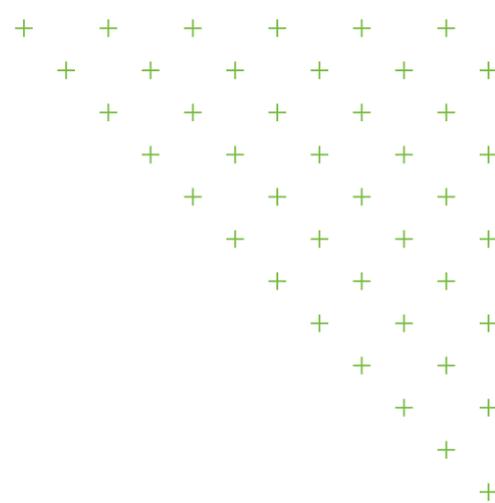
Uma tendência para o próximo ano é que as personas se tornarão ainda mais populares, visto que a estratégia de marketing das empresas será cada vez mais em torno do cliente, dos seus problemas e necessidades.

Por essa razão, as empresas precisarão conhecer cada vez mais seu *target* para criarem personas mais próximas dos clientes reais e, assim, desenvolverem mais valores aos seus produtos e serviços.

The background of the page features a dark teal color with a pattern of hands holding interlocking puzzle pieces. The hands are rendered in a lighter shade of teal, and the puzzle pieces are in various shades of green and teal, creating a textured, layered effect.

7

Prevenção e antecipação dos problemas



Sétima tendência **Prevenção e antecipação dos problemas**

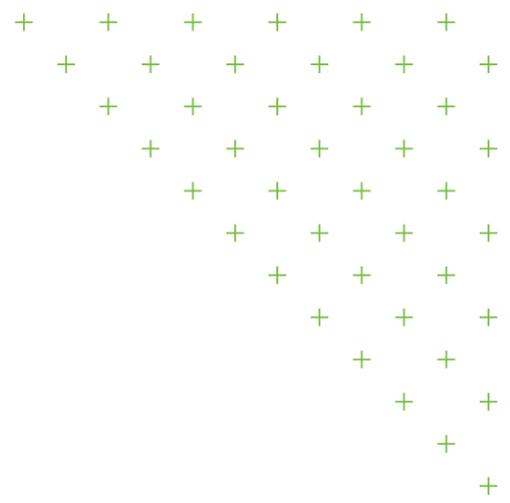
As marcas estão cada vez mais cientes que um cliente passa por algumas más experiências com a empresa antes de romperem o seu consumo. Esta ação é chamada de *churn*. Nesse sentido, vimos nos últimos anos uma grande preocupação dos negociantes em se anteciparem ao *churn*, procurando entender melhor o que leva um cliente a deixar de consumir o seu produto ou serviço.

Essa é uma das principais tendências dentro do CX que despontará para o ano de 2020, quando as empresas deverão aplicar análises preditivas com a finalidade de encontrar situações onde poderão identificar, evitar e até mesmo resolver os problemas de maneira antecipada, e com isso diminuir o taxa de abandono da empresa.

A photograph of two men in a meeting, overlaid with a dark teal filter. The man on the left is older with grey hair, wearing a light blue shirt. The man on the right is younger, wearing glasses, a light blue shirt, and a white scarf. They are both looking at documents on a table. The number '8' is centered in the image in a bright green color.

8

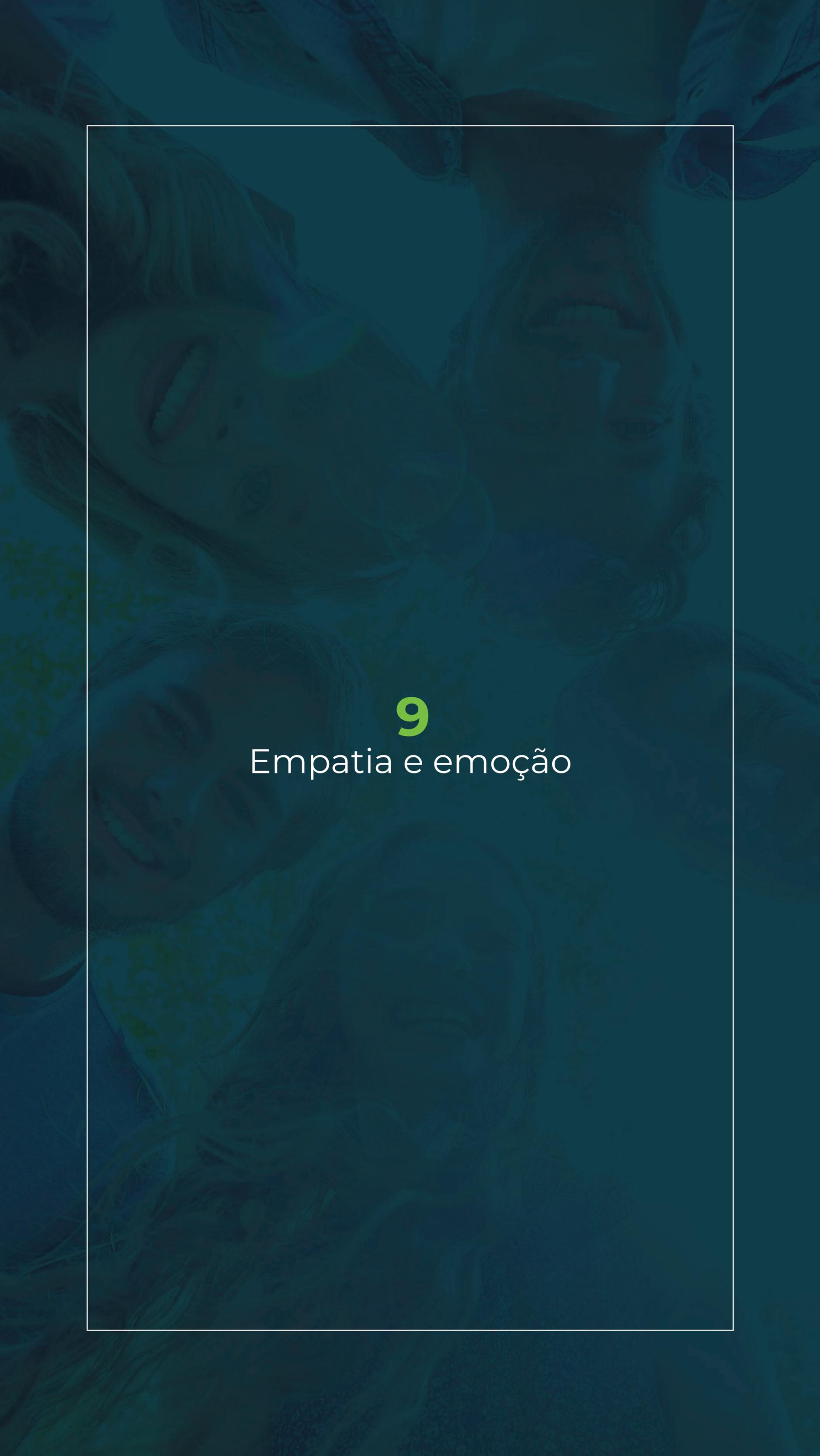
Cultura empresarial



Oitava tendência **Cultura empresarial**

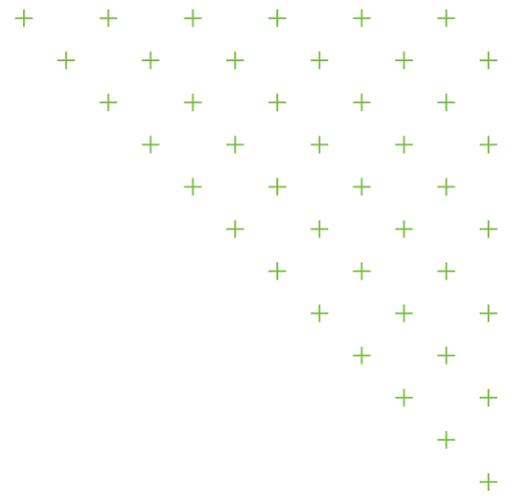
Apesar das transformações digitais estarem mudando drasticamente a maneira de fazer marketing dentro das empresas, é preciso pensar também na cultura empresarial e em como este elemento corporativo complexo tem mudado a curto prazo.

Olhar o cliente como centro da estratégia deve ser algo que comece dentro da empresa. Quando falamos em mudança de cultura sabemos que é algo complexo e geralmente a longo prazo. Dessa maneira, espera-se que 2020 dê um salto na mudança da cultura organizacional, com esforços para que seja criada uma “cultura focada no cliente” para que as estratégias mercadológicas possam surtir efeitos mais sólidos.



9

Empatia e emoção



Nona tendência **Empatia e emoção**

Segundo alguns especialistas, 2020 será o ano da humanidade. Ou seja, momento em que as pessoas e também as empresas tenderão a aplicar o lado mais humanos das relações em suas ações. Dentre elas, incluímos um marketing e um Customer Experience mais humanistas.

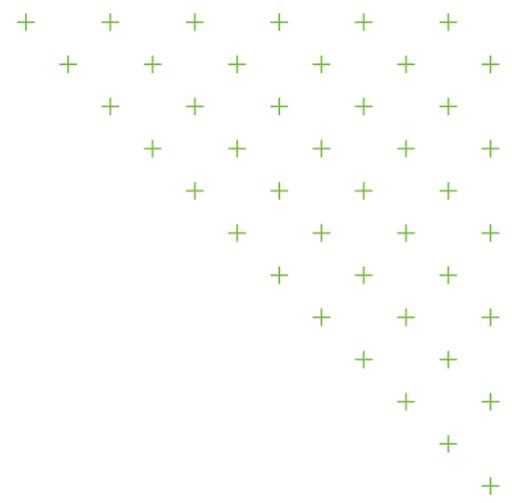
Nesse sentido, emoções como a empatia estarão em alta nas reuniões de executivos de mercado. Isto porque é através da empatia que a empresa entenderá mais profundamente as dores e desejos dos clientes. A empatia é muito mais do que reconhecer o que o consumidor entende por valor, é colocar-se no lugar dele, é percorrer a jornada da empresa da mesma forma, enfrentar os seus anseios, decepções e frustrações. Somente através da empatia as empresas conseguirão entender profundamente a busca de valor de um cliente e assim melhorar a percepção do público-alvo em relação aos produtos e a marca.



Speak now

10

Reconhecimento de voz



Décima tendência **Reconhecimento de voz**

Para terminar esse e-book, não poderíamos deixar de falar dessa tendência que já vem apontando nos últimos anos, tanto no marketing quanto no mundo da tecnologia: o reconhecimento de voz.

Cada vez mais as empresas irão disponibilizar a tecnologia do reconhecimento facial e também de voz dos seus clientes, pois através dele conseguirão entender melhor as características dos compradores para a formatação da persona. Embora já venha em alta há alguns anos, 2020 será marcado por um aprofundamento no uso dessas tecnologias com foco em melhorar a experiência do cliente.



Conclusão

Chegamos ao final desse e-book com a certeza que muito precisa ser aprendido para acompanhar essa Era Digital que se descortina em nossa frente. O Customer Experience, apesar de já existir há algum tempo, ainda está dando os primeiros passos no Brasil. E, acredite, 2020 poderá ser o ano em que essa técnica de marketing caminhará ainda mais para o centro das estratégias. Empresas que não se antenarem nessa nova perspectiva certamente terão dias mais difíceis no mercado.

E você, está preparado para essa mudança?

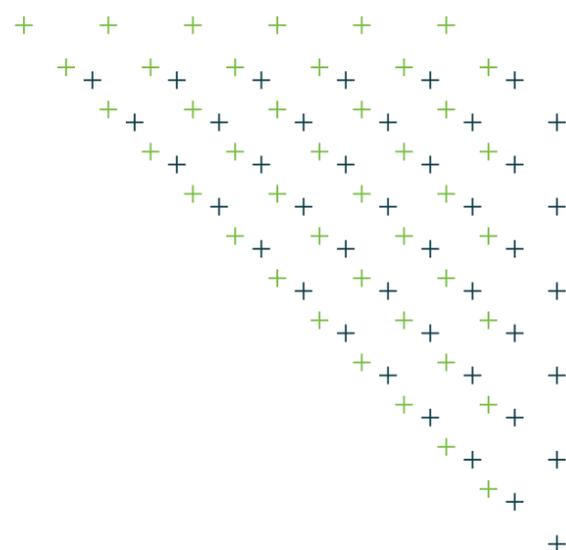
Pensando nesse avanço do Marketing Digital, a Seda Hub, plataforma de ensino online da SEDA, ajuda a capacitar diversos profissionais de variadas áreas, não só do Marketing Digital, através de ampla oferta de cursos. Nosso objetivo é oferecer qualidade de ensino e garantir que nossos alunos estejam antenados aos conteúdos atuais para entrarem e serem capazes de se destacar em um mercado de trabalho cada vez mais competitivo e que se transforma em alta velocidade.

Em nosso leque de cursos contamos com especializações desde MBA até Nanograduação. Nossos instrutores e professores são profissionais com destaque no mercado e no mundo acadêmico.

Se você gostou deste e-book e quer saber mais sobre Marketing Digital não deixe de conferir os nossos cursos! Afinal, o futuro já começou!



GOSTOU DO NOSSO EBOOK?



No Brasil, a SEDA Executive Education tem sede em São Paulo e oferece programas de MBA, Pós-graduação, Nanograduação, Especialização Lato Sensu e Módulos Internacionais na Europa.

A SEDA Executive Education, em parceria com a ESUP (Escola Superior de Negócios), oferece o programa MBA Global Business Experience e suas Especializações, cobrindo todas as principais áreas do estudo de negócios com módulos ministrados por professores bilíngues, conteúdos em português e inglês, além de imersões em Dublin-Irlanda.

SÃO PAULO

Alameda Santos, 705 - 4º Andar
Jardim Paulista • (11)2667-5003

DUBLIN

68-72 Capel St, Rotunda, Dublin 1
(353) 14734915 • (353) 892013637

EMAIL

contato@mbaseda.com

