

GESTÃO DE NEGÓCIOS DE MODA

CALINE MIGLIATO

EBC
escola
britânica de
artes criativas
& tecnologia

SAC 4.0

AGENDA

Relacionamento com cliente;
Implementação SAC 4.0.

RELACIONAMENTO COM CLIENTE

**SEM SEUS CLIENTES,
VOCÊ NÃO TEM UM NEGÓCIO**

E SE VOCÊ NÃO TEM UM RELACIONAMENTO, VOCÊ NÃO TEM CLIENTES

CRM

- Customer Relationship Management ou **Gerenciamento de Relacionamento com o Cliente**.
- CRM é uma estratégia de negócio com o foco no cliente. **Engloba as áreas de marketing, vendas e serviços de atendimento**. Manutenção e estímulo da base de clientes deve ser prioridade, ao invés de conquistar novos clientes.

CRM

Customer Relationship Management



MARKETING DE RELACIONAMENTO

Contexto

- Maior disputa pelos clientes > maior importância de entender suas necessidades e adequar produtos e serviços para seu público.
- Manutenção e estímulo da base de clientes deve ser prioridade, ao invés de conquistar novos clientes.

Definição

- Desenvolver um serviço principal sobre o qual será construído o relacionamento;
- Personalizar o relacionamento para clientes individuais;
- Ampliar o serviço principal com benefícios extras;
- Estipular preços para estimular a lealdade do cliente;
- Comunicar-se com os funcionários para que eles, em retribuição, tenham melhor desempenho com os clientes.

Fonte: Berry (1983) por Barreto e Crescitelli, 2013, p. 10.

RELACIONAMENTO COM CLIENTE

Mostre que se importa com seus clientes e seja autêntico

- A primeira coisa que você precisa entender para poder melhorar seu relacionamento com cliente é que não dá para ser ‘falso’. Isso significa que você não pode fazer as coisas pelo simples propósito de aumentar seus resultados.
- É óbvio que se você melhorar seu relacionamento com o cliente, consequentemente, seus resultados vão aumentar – mas esse não deve ser o seu objetivo final. O segredo é ser autêntico. Basta olhar para as estatísticas para ver que 63% dos consumidores preferem comprar de marcas autênticas em vez de marcas que escondem a ‘verdadeira natureza’ dos clientes.

Fonte: <https://neilpatel.com/br/blog/como-fortalecer-e-aprofundar-o-relacionamento-com-cliente/>

RELACIONAMENTO COM CLIENTE

Fale com seu cliente no momento certo

- Uma das melhores maneiras de melhorar o relacionamento com cliente é, de fato, falando com ele por telefone, durante ou logo após um momento importante.
- Se o seu cliente tiver uma reclamação que sua empresa está demorando a resolver, pode ser uma boa ideia entrar em contato diretamente e agradecer pela paciência.
- Quando você trata essas questões mais delicadas com agilidade, assumindo a responsabilidade e falando diretamente com o cliente, tem mais chances de evitar perdas para o seu negócio.
- Ao procurar os clientes para colher feedback e melhorar seus produtos ou sua empresa, você faz que com eles se sintam mais envolvidos no seu negócio.

Fonte: <https://neilpatel.com/br/blog/como-fortalecer-e-aprofundar-o-relacionamento-com-cliente/>

RELACIONAMENTO COM CLIENTE

Comunique-se regularmente

- Também é muito importante que você mantenha uma comunicação constante com seus clientes.
- Embora seja uma boa ideia enviar uma newsletter frequentemente para promover seus produtos, é preciso agregar algum valor, para que assim o relacionamento com cliente possa melhorar. Na maioria das vezes, você consegue isso oferecendo conteúdo de qualidade, que corresponda às necessidades do seu cliente.

Fonte: <https://neilpatel.com/br/blog/como-fortalecer-e-aprofundar-o-relacionamento-com-cliente/>

RELACIONAMENTO COM CLIENTE

Crie um senso de comunidade

- Você provavelmente já ouviu aquela frase que diz que as pessoas compram marcas, não produtos. Se você conseguir criar um senso de comunidade, estará enfatizando o que significa comprar a sua marca.
- Se a sua marca representa seu cliente de uma maneira verdadeira, eles sentirão orgulho de usar seu produto. O resultado é que, quando você compra uma identidade, é certo que o seu relacionamento será muito mais profundo em comparação com outras marcas, cujo objetivo é apenas satisfazer o cliente.
- A maneira mais óbvia de fazer isso é ser bastante claro em relação ao que sua marca representa e o que as pessoas estão comprando quando adquirem um produto da sua empresa. Você pode fazer isso na sua estratégia de marketing e na mensagem que você está passando.

Fonte: <https://neilpatel.com/br/blog/como-fortalecer-e-aprofundar-o-relacionamento-com-cliente/>

RELACIONAMENTO COM CLIENTE

Organize eventos

- Em uma conferência, você tem a oportunidade de falar cara a cara com seus clientes e agradecê-los por ter escolhido trabalhar com sua empresa. Você também pode oferecer alguns ‘benefícios adicionais’ para os clientes que forem convidados para os seus eventos. Por exemplo, você pode convidar um palestrante para o seu evento.
- Organizar uma transmissão ao vivo nas mídias sociais, também é uma ótima maneira de manter seus clientes informados sobre o status atual e os planos futuros da sua empresa. Dessa forma, eles se sentirão valorizados e passarão a respeitar sua empresa por ter tomado essa atitude. Isso vai melhorar seu relacionamento com clientes, que por sua vez, reconhecerão que você está dedicando seu tempo para interagir com eles de maneira significativa.
- O essencial é que, ao humanizar sua empresa em vez de apresentá-la como uma marca impersonal, você também vai melhorar seu relacionamento com o cliente.

Fonte: <https://neilpatel.com/br/blog/como-fortalecer-e-aprofundar-o-relacionamento-com-cliente/>

RELACIONAMENTO COM CLIENTE

Respeite e recompense os clientes fiéis

- Um gesto simples pode ser suficiente para mostrar ao cliente que você é grato pela lealdade. Em geral, esses pequenos gestos não custam nada em comparação ao valor de um cliente fiel, em longo prazo.
- Na verdade, dados sugerem que clientes fiéis multiplicam em até 10x o valor da compra inicial. São estatísticas assim que explicam por que 82% dos proprietários de pequenos negócios afirmam que clientes fiéis são essenciais para o crescimento.
- É você quem determina quais são seus clientes mais fiéis. Podem ser aqueles que realizaram determinado número de compras ou os que já são clientes há mais tempo.

Fonte: <https://neilpatel.com/br/blog/como-fortalecer-e-aprofundar-o-relacionamento-com-cliente/>

RELACIONAMENTO COM CLIENTE

Seja consistente

- É importante que você não siga todas as dicas aleatoriamente.
- Para criar um bom senso de comunidade, realize ações constantes, que reafirmem os valores de sua marca e o que as pessoas estão adquirindo.
- Se for organizar uma sessão de perguntas e respostas, faça mais de uma, em intervalos regulares.
- Se todos estiverem em sintonia, você conseguirá garantir que todas as experiências do cliente com sua marca sejam positivas.
- Certifique-se de que está contratando as pessoas certas, que sejam bem treinadas e que respeitem os clientes. Assim, todo o seu esforço valerá a pena.
- Pesquisas apontam que 71% dos consumidores já deixaram de se relacionar com alguma empresa depois de uma experiência ruim com o serviço de atendimento ao cliente. Você pode aumentar essa estatística, caso sua equipe não esteja afinada com o tratamento que deve ser dado ao cliente.

Fonte: <https://neilpatel.com/br/blog/como-fortalecer-e-aprofundar-o-relacionamento-com-cliente/>

SAC 40

O QUE É O SAC 4.0?

- O SAC 4.0 é uma **evolução do Serviço de Atendimento ao Consumidor**. Para oferecer um serviço mais moderno e satisfatório aos clientes e melhorar a experiência do consumidor, são usadas estratégias como o **omnichannel**, que integra diversos canais de atendimento. O atendimento também é orientado por **dados**.
- Esse aprimoramento do SAC acompanha as mudanças no comportamento do consumidor ocorridas nas últimas décadas. Com a **tecnologia**, os clientes, que antes não tinham tanta voz, passaram a ditar as regras.
- De posse de mais informações e de espaços para se manifestar, como as redes sociais, um consumidor insatisfeito pode causar danos à imagem de uma empresa. Isso porque, **no meio digital, sua voz se amplifica**. É o chamado consumidor 4.0.
- O SAC 4.0 surge, portanto, para atender a essas novas exigências. Para isso, é preciso lançar mão de um **atendimento personalizado**, com empatia, além de processos rápidos e eficientes. O foco é no cliente, que está no centro.

Fonte: <https://resultadosdigitais.com.br/blog/sac-40/>

CONSUMIDOR 4.0

- O consumidor 4.0 é muito mais instruído sobre as características de um serviço, ou produto, porque tem uma **oferta de informações muito rica**, a internet. Lá, ele pode pesquisar os concorrentes, opiniões de outros clientes e o desempenho das funcionalidades ofertadas.
- Suas **relações são mais digitalizadas**, demanda canais modernos e com soluções tecnológicas que otimizem seu atendimento, como, por exemplo, chatbots e serviços de autoatendimento. Tais canais também devem estar conectados pela omnicanalidade e um sistema de gestão único, garantindo que o cliente escolha a forma como vai interagir com a empresa em cada momento.
- Mas, ao mesmo tempo, o consumidor 4.0 também demanda que tais **contatos sejam humanizados e personalizados**, proporcionando uma experiência eficiente e relevante.
- **Agilidade e transparência** também são pontos importantes para a sua experiência. Eles querem acompanhar os processos e até mesmo interagir com outros compradores. O que faz da presença das empresas nas redes sociais um fator importante.

Fonte: <https://conteudo.movidesk.com/sac-4-0-atendimento-ao-cliente/>

EVOLUÇÃO DO SAC

- A utilização do SAC 4.0, que é uma referência em inovação e uso de dados inteligentes, começou de um modo tradicional. No Brasil, o SAC surgiu na década de 90, com a criação do Código de Defesa do Consumidor. A partir de então, os SACs se espalharam dentro das empresas.
- O foco era resolver problemas pontuais e as principais ferramentas usadas eram telefones. Os anos se passaram e o SAC 2.0 surgiu. Nele, houve um crescimento do uso de outros canais de comunicação (como o e-mail), o que aumentou o fluxo de contato com os clientes que, nessa etapa, passaram a interagir mais com as marcas.
- No início de 2010, o SAC 3.0 chegou e trouxe novos integrantes nesse processo: redes sociais, automações simples, foco na fidelização dos clientes etc.
- Os avanços não pararam e, consequentemente, entramos na geração do SAC 4.0, na qual tudo o que havia no anterior foi aprimorado e unido a um novo modelo de atendimento que prioriza o cliente acima de tudo. Os sistemas nessa nova era passaram a funcionar de maneira integrada e com uma orientação ainda maior para dados.

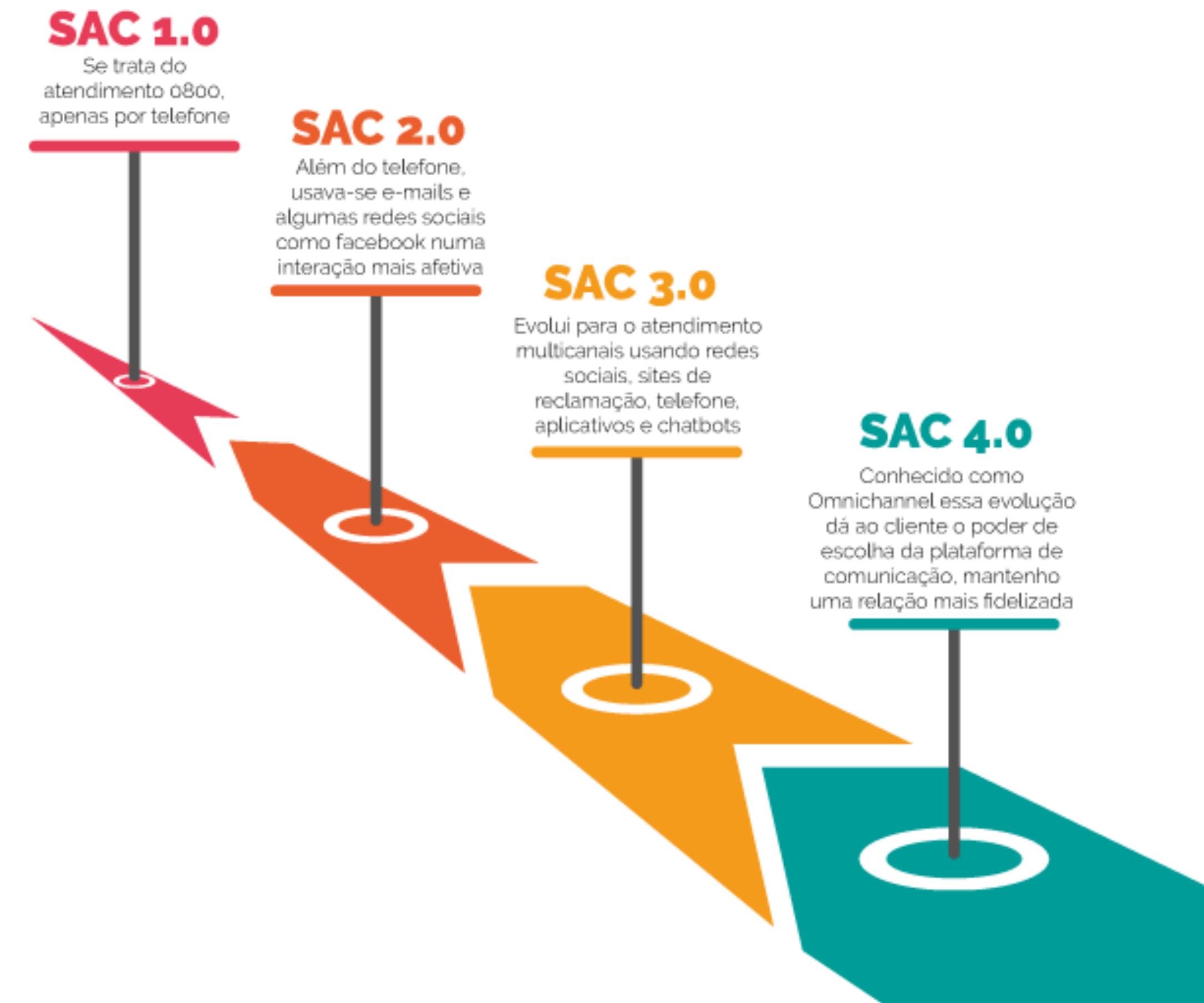
Fonte: <https://plussoft.com/blog/sac-4-0/>

SAC 4.0

- **Diversidade:** oferece uma combinação de serviços complementares por meio de vários canais e mídias;
- **Velocidade:** resolve o problema dentro de um dia ou, melhor ainda, dentro de algumas horas — se o processo demorar mais, o cliente deve ser informado, afinal, transparência cria confiança;
- **Autoatendimento 24 horas:** o cliente pode responder muitas perguntas de forma independente se as informações correspondentes puderem ser encontradas no site — é interessante lembrar que boas práticas de atendimento exigem serviços claros, páginas de perguntas frequentes e assistentes virtuais disponíveis em tempo integral.

Fonte: <https://rockcontent.com.br/blog/sac-4-0/>

EVOLUÇÃO DO SAC



IMPLEMENTAÇÃO SAC 4.0

ALICERCES SAC 4.0

- **Dados:** os primeiros ajustes para a implementação do serviço 4.0 é começar a armazenar e analisar os dados que uma empresa tem;
- **Automação:** recorra a ferramentas e plataformas que serão responsáveis pelo assessoramento de tudo que pode ser automatizado;
- **Ferramenta de gestão:** há inúmeras ferramentas online de inteligência artificial que podem conduzir algumas etapas do SAC 4.0.

Fonte: <https://plussoft.com/blog/sac-4-0/>

IMPLEMENTAÇÃO SAC 4.0

Coloque o cliente no centro

- O primeiro passo para implementar o SAC 4.0 é ter um atendimento centrado nos consumidores. Para isso, é preciso saber quem são os seus consumidores e o que eles querem. Assim, é possível voltar-se para as necessidades deles.
- Estudar seu público-alvo e criar personas ajuda bastante. Por meio dessas ferramentas, você pode saber onde os seus consumidores estão e quais canais utilizam, assim como quais são suas dores e dificuldades. E, é claro, é preciso ter informações individuais sobre os clientes, para atendê-los de maneira personalizada.

Fonte: <https://resultadosdigitais.com.br/blog/sac-40/>

IMPLEMENTAÇÃO SAC 4.0

Use o autoatendimento

- O SAC 4.0 exige que se dê atenção a cada consumidor que entra em contato, o que pode sobrecarregar a equipe de atendimento. Por isso que muitas empresas adotam a estratégia do autoatendimento. Algumas dúvidas mais simples que os consumidores têm podem ser solucionadas por eles mesmos, desde que tenham acesso a conteúdos de apoio.
- Para isso, é preciso ter uma base de conhecimento e direcionar os consumidores para ela, conforme cada dúvida que tiverem.

Fonte: <https://resultadosdigitais.com.br/blog/sac-40/>

IMPLEMENTAÇÃO SAC 4.0

Invista em treinamentos para a equipe

- Mudanças requerem um período de adaptação. Se você oferece um atendimento tradicional atualmente, será preciso treinar bem a equipe para que a adoção do SAC 4.0 seja bem-sucedida.
- Adotar um atendimento omnichannel exigirá a adoção de novas tecnologias. A equipe precisa ser bem treinada para saber utilizá-las. Além disso, é preciso que todos os colaboradores que atendem os clientes estejam alinhados para oferecer a mesma experiência em todos os canais.

Fonte: <https://resultadosdigitais.com.br/blog/sac-40/>

IMPLEMENTAÇÃO SAC 4.0

Use a tecnologia

- A tecnologia é peça-chave na adoção do SAC 4.0. A empresa pode usar chatbots, por exemplo, que respondem o usuário automaticamente, sem precisar de uma pessoa. Os casos mais complexos podem ser redirecionados para o atendimento humano.
- Um software de atendimento ao cliente também é bastante útil para colocar a estratégia em prática. Esse tipo de ferramenta permite coletar dados e fazer atendimentos mais personalizados.
- Por fim, é preciso coletar dados ao longo de todo o processo para fazer melhorias. Esteja atento também aos feedbacks dos consumidores para oferecer um atendimento cada vez melhor.

Fonte: <https://resultadosdigitais.com.br/blog/sac-40/>

PRINCIPAIS ERROS QUE DEVEM SER EVITADOS

- Manter o cliente no fluxo de emails sem autorização;
- Não informar ao cliente sobre o andamento da solicitação;
- Não ser objetivo no atendimento.

Fonte: <https://rockcontent.com.br/blog/sac>

CANAIS SAC 4.0

- A eficiência do SAC tem tudo a ver com os canais utilizados. É claro que prezar pela qualidade é essencial, mas pensar em quantidade também é importante. Quanto mais **opções de canais de atendimento** seu cliente tiver à disposição, mais satisfatória será sua experiência.
- Pense duas vezes antes de deixar para trás o **atendimento via telefone**. Embora esse método pareça cair em desuso, ainda existe um grande número de pessoas que prefere realizar uma boa e velha ligação para tirar dúvidas. O importante é contar com profissionais qualificados para atendê-las.
- O que não pode ficar de fora de jeito algum são os **canais digitais**. Nesse processo, é importante contar com um website que sirva como base, indicando todas as possíveis formas de contato, sendo o e-mail uma das principais. Se você trabalha com esse canal, é importante buscar uma **ferramenta de automação** que facilite seu gerenciamento.
- Plataformas como Facebook, Instagram e Twitter são extremamente efetivas em criar conexões com os **clientes, já que eles estão familiarizados com elas**. Além disso, essas redes contam com chats que facilitam o processo e reúnem dados que o otimizam.

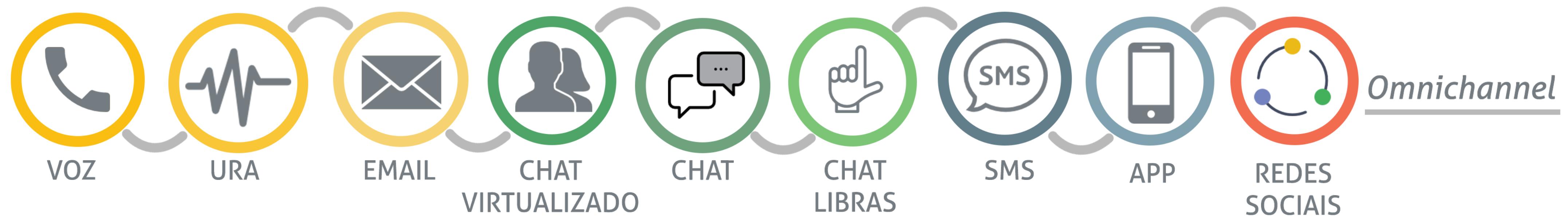
Fonte: <https://rockcontent.com.br/blog/sac>

OMNICHANNEL E SAC 4.0

- É quase impossível falar de SAC 4.0 sem mencionar o omnichannel. Essa estratégia consiste em oferecer **diversos canais de atendimento** para que os clientes entrem em contato.
- Diferentemente do multichannel, em que os canais existem, mas não são integrados, no omnichannel a marca precisa oferecer uma **experiência integrada**, em que o cliente sinta que está falando com a mesma empresa, independentemente do canal.

Fonte: <https://resultadosdigitais.com.br/blog/sac-40/>

CANAIS SAC 4.0



REDES SOCIAIS E CANAIS DIGITAIS

- Considerando o comportamento do consumidor 4.0, a presença nas redes sociais deve ser ativa, promovendo conhecimento e também **funcionando como um canal de resolução**. Isso permitirá que o cliente escolha qual canal é o mais adequado para ele em cada momento de sua jornada, ou a cada nova demanda.

Fonte: <https://conteudo.movidesk.com/sac-4-0-atendimento-ao-cliente/>



DICAS MOVIDESK

**LEMBRE DE
RESPONDER
TODO
MUNDO!**

BENEFÍCIOS

SAC 4.0

BENEFÍCIOS SAC 4.0

- O setor de atendimento ao cliente está ganhando muito impulso, especialmente por conta da **inteligência artificial**. Um dos benefícios surpreendentes do uso da IA para automatizar respostas no **SAC 4.0** é a independência em relação a **restrições de tempo**. Isso significa que, a qualquer momento, o cliente pode interagir com um robô para resolver problemas.
- Esse recurso ajuda as organizações a permanecerem **disponíveis dia e noite** para atender a todas as perguntas que chegam. Os resultados mais significativos são:
 - **Sem tempo de espera;**
 - **Resolução rápida;**
 - **Escalada ágil;**
 - **Maior satisfação do cliente;**
 - **Soluções de serviço de alta qualidade;**
 - **Nível de comprometimento aprimorado;**
 - **Maior reputação da marca.**

Fonte: <https://rockcontent.com.br/blog/sac-4-0/>

BENEFÍCIOS SAC 4.0

- Além do mais, os **chatbots** nunca ficam sobrecarregados. A funcionalidade é dimensionada para atender às necessidades da crescente base de clientes, além de aumentar a complexidade das consultas. Eles podem atender a várias pessoas e diversas preocupações com facilidade. Um **serviço ininterrupto** é natural com a plataforma de inteligência artificial. As empresas não precisam investir na contratação de pessoal extra. Os softwares cuidam das demandas com precisão e podem se tornar mais inteligentes a cada interação.

Fonte: <https://rockcontent.com.br/blog/sac-4-0/>

BENEFÍCIOS SAC 4.0

- A **personalização** é uma tática de venda quente. Eles ficam mais felizes se souberem que são **exclusivos**. Nesse sentido, a IA faz toda a diferença no atendimento 4.0, pois é possível interpretar o histórico do cliente para apresentar as **sugestões mais relevantes**.
- Isso abre espaço para oportunidades de **vendas adicionais e cruzadas**. Por exemplo, enquanto ajuda com um determinado produto, o chatbot recomenda as melhores opções disponíveis e produtos complementares. Ou, ainda, envia sugestões de compras com base no registro de interações e pedidos anteriores.
- Sem dúvidas, aproveitar os recursos do atendimento 4.0 levará você a recomendar os produtos mais adequados para cada persona e, por sua vez, os **clientes satisfeitos** ficarão mais propensos para a recompra.
- Assim, as empresas que adotarem o **SAC 4.0** com êxito ganham uma **vantagem competitiva** sustentável. Elas atrairão os melhores talentos para projetar e implementar novas ofertas e se estabelecer como líderes na prestação de serviços habilitados por tecnologias avançadas.

<https://rockcontent.com/br/blog/sac-4-0/>

BENEFÍCIOS SAC 4.0

- **Atuação preventiva das demandas:** Agir preventivamente em situações que podem gerar insatisfações é uma forma eficiente de manter a imagem da empresa junto ao seu público-alvo, evitar despesas com retrabalho, contestações jurídicas, etc. Além, é claro, de gerenciar o volume de chamados em setores de atendimento.
- **Fidelização de clientes:** Com um serviço de atendimento ao cliente 4.0, o consumidor sentirá segurança ao manter seu relacionamento comercial com a empresa. A confiança pode ser transmitida tanto na hora da venda, como também na eventual necessidade de resolução de problemas. Ou seja, o consumidor 4.0 sabe que não existe produto ou serviço perfeito, muitas vezes, podem ocorrer falhas não previstas. A forma como a empresa lida com a solução desses impasses, no entanto, pode demonstrar como ela valoriza seus consumidores (ou não).

Fonte: <https://conteudo.movidesk.com/sac-4-0-atendimento-ao-cliente/>

BENEFÍCIOS SAC 4.0

- **Garantia da boa reputação:** Uma empresa que investe nas ferramentas do SAC 4.0 no atendimento ao cliente valoriza o relacionamento com seu público e traz estratégias e processos que solucionam suas demandas rapidamente. E, claro, assegura sua reputação no mercado.
- É preciso lembrar que, na atualidade, o consumidor 4.0 possui o poder da informação e pode propagar suas insatisfações em uma grande velocidade e abrangência com as redes sociais.
- Ao tratar com agilidade as demandas, seja de forma preventiva ou reativa, a empresa restabelece a satisfação do cliente e desencoraja seu desejo de relatar o problema para seus círculos sociais. Mas, ainda que ele o faça, a marca também terá a seu favor a resposta, demonstrando sua rápida solução.

Fonte: <https://conteudo.movidesk.com/sac-4-0-atendimento-ao-cliente/>

BENEFÍCIOS SAC 4.0

- **Novas oportunidades de negócios:** Com sua imagem garantida com o público e a satisfação de cada um de seus clientes estabelecida, a empresa pode gerar novos negócios com sua base ou conquistar novos compradores no mercado.
- **Essa nova perspectiva do SAC 4.0 no atendimento ao cliente é totalmente contrária ao que se pensava dele antigamente, não é mesmo?** Ou seja, ele deixou de ser um passivo que acumulava problemas a serem resolvidos, para um setor estratégico e capaz de gerar novos negócios.

Fonte: <https://conteudo.movidesk.com/sac-4-0-atendimento-ao-cliente/>

PRINCIPAIS TECNOLOGIAS SAC 4.0

- Muitas tecnologias revolucionárias permitem a transformação no Serviço 4.0 e promovem maior eficiência em toda a cadeia de valor.
 - **Big Data:** desenvolve uma visão mais profunda sobre o comportamento, as preferências e os caminhos do cliente;
 - **Computação biônica:** interage naturalmente com agentes virtuais, dispositivos digitais e serviços;
 - **Conectividade onipresente e Internet das Coisas:** cria uma conexão contínua em áreas como prestação de serviços no local e monitoramento remoto;
 - **Computação em nuvem:** gerencia grandes volumes de dados em sistemas abertos e fornece serviços sob demanda;
 - **Computação cognitiva:** simula processos de pensamento humano e assistência virtual inteligente;
 - **Dispositivos inteligentes:** desenvolvem um ecossistema de aplicativos e serviços em nuvem que utilizam dispositivos de alto desempenho;
 - **Automação robótica de processos:** substitui humanos em processos de trabalho totalmente baseados em regras;
 - **Realidade aumentada:** fornece as informações necessárias quando solicitadas em áreas como manuais, preços e alertas.

Fonte: <https://rockcontent.com.br/blog/sac-4-0/>

FERRAMENTAS DE CRM

- ZohoCRM;
- RD Station CRM;
- HubSpot CRM;
- Agendor;
- Ploomes;
- Pipedrive;
- Nectar;
- Salesforce;
- Freshsales;
- Moskit;
- SugarCRM;
- Bitrix24;
- Agile CRM;
- Clientar CRM.

Fonte: <https://rockcontent.com/br/blog/ferramentas-de-crm/>

MÉTRICAS SAC

- Durante a elaboração do serviço de atendimento ao cliente, é importante estabelecer quais métricas serão utilizadas para avaliar a performance. Entre as diversas opções, é preciso selecionar aquelas que são mais pertinentes às características da empresa e aos objetivos que você quer alcançar.
- **Tempo médio de espera:** Nada pior para um SAC que deixar os clientes aguardando por um longo período. Medir o tempo médio de espera ajuda a gestão a entender se é preciso realizar otimizações no processo de atendimento. Caso algum canal esteja apresentando lentidão no atendimento, é preciso investir em tecnologias auxiliares, na capacitação da equipe ou na busca por mais profissionais.
- **Taxa de abandono:** A taxa de abandono é um reflexo direto de um tempo médio de espera elevado. Se alguém entra em contato com o SAC e desiste de concluir o atendimento, isso indica que sua paciência se esgotou. Visto que os efeitos de uma taxa de abandono alta podem ser devastadores para o empreendimento, é importante tomar medidas para mantê-la reduzida.

Fonte: <https://neilpatel.com/br/blog/como-fortalecer-e-aprofundar-o-relacionamento-com-cliente/>

MÉTRICAS SAC

- **Tempo médio de atendimento:** Esse indicador, também chamado de TMA, mede o tempo que os operadores levam para concluir um atendimento. Embora essa métrica possa indicar a eficiência do colaborador em questão, é importante ressaltar que velocidade não é tudo, visto que, às vezes, é preciso levar mais tempo para entregar a qualidade necessária.
- **First Call Resolution:** O First Call Resolution (FCR) é uma métrica muito cobiçada no setor de atendimento. Ela indica quantas vezes os clientes conseguiram resolver seus problemas no primeiro contato com o SAC. Quando isso acontece, o consumidor é positivamente impactado pelo serviço, o que promove sua fidelização.
- **Net Promoter Score:** O Net Promoter Score (NPS) é uma metodologia criada com o intuito de medir o grau de contentamento de um cliente com algum produto ou serviço prestado. Funciona como uma espécie de pesquisa de satisfação, só que de forma extremamente simples. O NPS propõe a realização de apenas uma pergunta: “em uma escala de 0 a 10, o quanto você recomendaria nossa empresa a um amigo ou colega?” A partir da resposta, os respondentes são classificados em três categorias. O ideal é que, ao subtrair o número de detratores da quantidade de promotores, o resultado seja o mais distante possível do zero.
 - Promotores (9 a 10);
 - Neutros (7 a 8);
 - Detratores (0 a 6).

Fonte: <https://neilpatel.com/br/blog/como-fortalecer-e-aprofundar-o-relacionamento-com-cliente/>

EXERCÍCIO

- Elabore uma **estratégia de relacionamento com seus clientes**.

