

Powered By

Máquina de
Prospecção


PAPO DE CUSTOMER SUCCESS

Nossa Jornada Começa Aqui!

PEDRO SALDANHA

Apassionado por pessoas e pela vida. Comunicador, Voluntário, Curioso e Feliz!

Trabalho para que meus clientes e meu time, tenham os melhores resultados possíveis. Experiência com diversos mercados e segmentos B2B, B2B2C, com foco no cliente e entregas de qualidade. Desenvolvendo em minha rotina, processos, indicadores estratégicos e agindo através de dados para um relacionamento eficiente e proporcionando o sucesso para nossos clientes!

 (11) 99988-5028

 In/pedrosaldanhagregorybenzi



 **BrScan**
Uma empresa

 **serasa**
experian.

Neoway

 **#targetmais**

Agenda



01

O QUE O MERCADO ESPERA DA SUA EMPRESA?

O cliente de hoje, está empoderado, você está pronto para recebê-lo?

02

CUSTOMER SUCCESS

O que é? Como funciona, quais os principais benefícios?

03

DO PRÉ AO PÓS

como manter as expectativas e entregar sucesso aos clientes em um processo eficiente e orientado a dados

04

TENDÊNCIAS E DICAS

Vou compartilhar um pouco da minha experiência e pontos importantes para colocar em prática JÁ!!

01

O QUE O MERCADO ESPERA DA SUA EMPRESA?

"Nós continuamos seguindo em frente, abrindo portas e fazendo coisas novas porque nós somos curiosos e a curiosidade nos leva a descobrir novos caminhos!"

Walt Disney– Criador do Mickey

NEWS



72% das empresas

Dizem que melhorar a experiência do Cliente é sua prioridade!

7 em cada 10 consumidores

Preferem pagar mais caro para fazer negócios com uma empresa que oferece um ótimo serviço de atendimento

96% dos consumidores

Acreditam que o atendimento ao cliente é importante na escolha de se tornarem fiéis a uma marca

74% dos consumidores

Provavelmente mudarão de marca se acharem o processo de compra muito difícil

25% dos consumidores

Deixariam de consumir um produto ou serviço de uma marca que age apenas em favor próprio durante o momento de pandemia

70% das empresas

Investirão em Experiência do cliente em 2021

32% das empresas

AINDA não tem nenhum plano de ação para os *feedbacks* dos clientes


64% dos Executivos

Mudaram o modelo de engajamento desde o começo da pandemia a partir de uma relação, onde os clientes participam como embaixadores, influenciadores e até colaboradores das marcas

<https://www.zendesk.com.br/blog/dados-estatisticas-atendimento-cliente/set/2020>

<https://www.dnkinfotecom.com.br/tendencias-consumidor-2021/>

<https://istoe.com.br/pesquisa-aponta-que-70-das-empresas-investiram-em-experiencia-do-cliente-em-2021/#~:text=Neg%C3%B3cios-,Pesquisa%20aponta%20que%2070%25%20das%20empresas%20investir%C3%A3o,Exper%C3%A2ncia%20do%20Cliente%20em%202021&text=Uma%20pesquisa%20in%C3%A9dita%20revelou%20que,investir%20em%20Exper%C3%A2ncia%20do%20Cliente>



“Os seus clientes já não o comparam com o seu concorrente. Eles o comparam com o melhor serviço que já tiveram de alguém”

Shep Hyken



02

CUSTOMER SUCESS

Contribuir para que nossos clientes alcancem resultados cada vez mais expressivos!!

Customer Success

A área de Sucesso do Cliente é responsável por garantir que os seus clientes utilizem o seu produto ou serviço da melhor maneira possível. Além disso, devem zelar para que os clientes tenham uma boa experiência com ele, alcançando os resultados esperados, com eficiência e estratégia. Devem estar aptos a conceder um suporte proativo, completo e personalizado para os clientes, mas também devem ir além.

PRINCIPAIS PILARES



Rel. Pós Venda

Relacionamento proativo, estratégico e com capacidade consultiva de mostrar e desenvolver o cliente



Onboarding & Ongoing

Acompanhar de forma mensurável o início e o consumo de suas soluções para proporcionar resultados eficientes



Retenção & Churn

Reter e reduzir a saída de clientes, aumentando a rentabilidade e a sustentabilidade de sua carteira



Expansão

Aumentar o consumo dos clientes, *farmer*, através e *cross-sel*, *Up-sell*, *Upgrades*



Engajamento & Indicação

Venus has a beautiful name and is the second planet from the Sun. It's terribly hot, even hotter than Mercury



Valor Gerado

Gerar resultados positivos, valor agregado perceptível para o cliente. Além de métricas e melhorias nas áreas internas.

DIFERENÇAS



Suporte

Diferente do CS, é um processo mais reativo e pontual, atuando na linha de frente MACRO, resolvendo acionamentos técnicos, respondendo solicitações por redes sociais e outros meios de comunicação, solucionando problemas específicos que foram encontrados.

Agirá conforme a demanda e solucionará apenas os problemas que já estão latentes, enquanto o CS atuará com estatísticas e estudos que demonstram possíveis dificuldades dos clientes propondo estratégias e melhorias.

Atendimento



Customer Experience

O CX foca na perspectiva do cliente na jornada com a empresa. Desde o 1º contato, antes mesmo de ele se tornar um cliente de fato. Traz influência de produtos, UX, Cores, Conectividade eventos, cultura, emoções,

Vale a Pena ter um Time de CS?!



É DE 5 A 25 VEZES MAIS CARO

adquirir um novo cliente do que manter um cliente atual.



14% MAIS CHANCE DE RETENÇÃO

Para empresas que investem em *Big Data* e *Analytics*



4 a 10% DE AUMENTO NA RECEITA

Para empresas que se destacaram na experiência do cliente



100% AUMENTO DOS CLIENTES PROMOTORES

03

DO PRÉ AO PÓS

Sucesso do cliente é quando seus clientes alcançam os resultados desejados através dos pontos de interação com a sua empresa

Lincoln Murphy

Qual a Conexão?



1

Dores

Foram mapeadas e devem ser constantemente revisitadas

2

Expectativas

O que foi vendido e o alinhamento das expectativas é fundamental

3

Briefing

Colher as informações básicas e mapear o cliente

4

Resultados

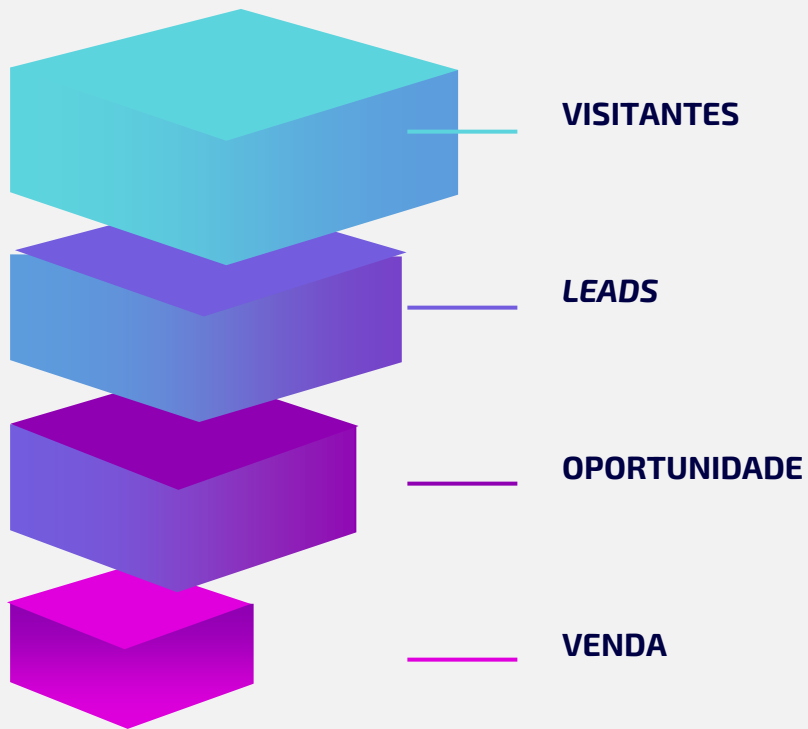
O cliente quer atingir os resultados que foram prometidos

5

Bastão

Sinergia no *handover* para o time de pós vendas sem gerar atrito ou ruído

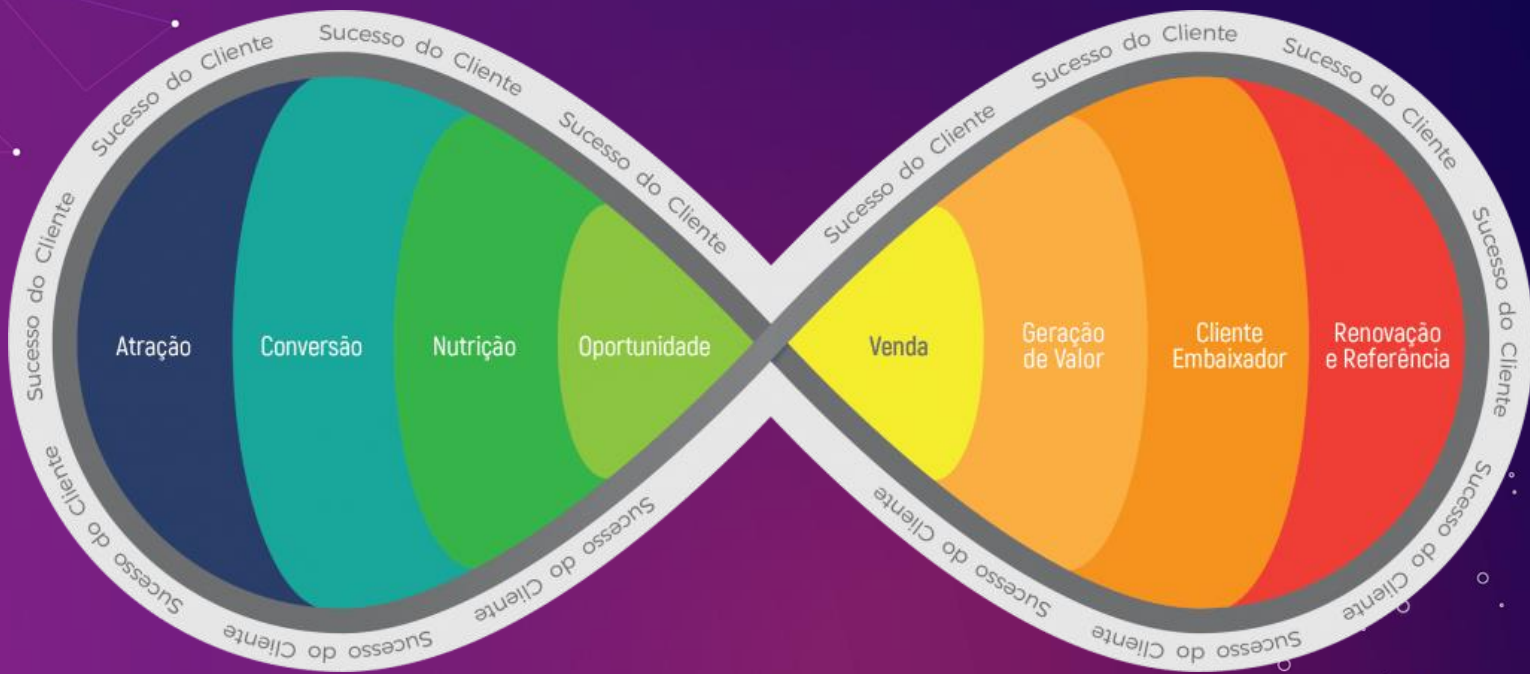
Processos



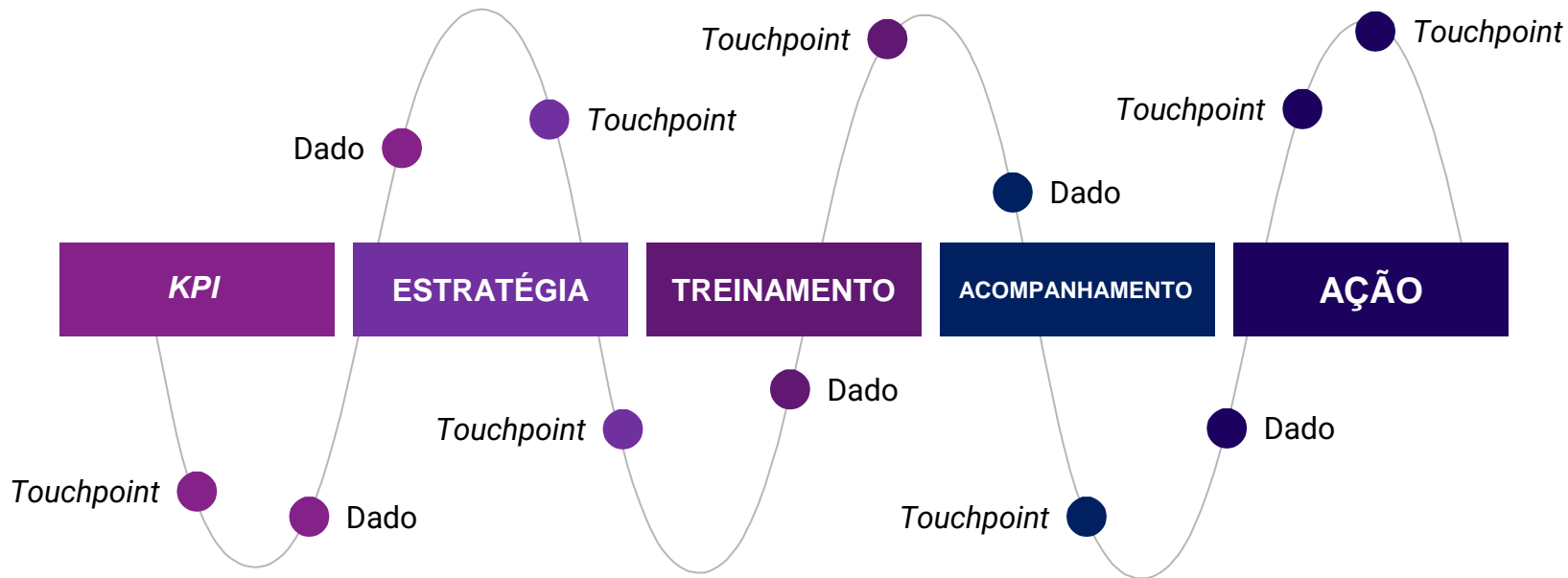
Os processos da esteira comercial estão em constante evolução para acompanhar as tendências de mercado e as necessidades dos clientes dos mais diversos segmentos e mercados.

Qual o melhor para o meu negócio?

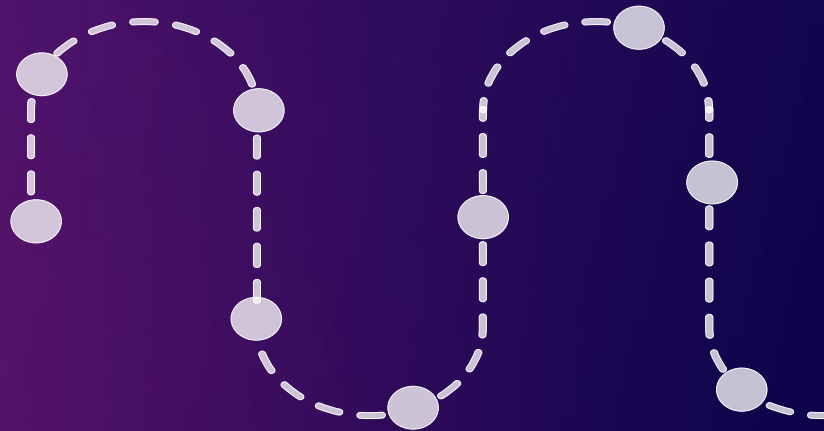
Hélice?



“ROTINA” CS



COMO DESENVOLVER UM TIME DE CS DE ALTA PERFORMANCE?



DICAS PARA ESTRUTURAR A ÁREA DE CS

Você conhece o problema que seu produto/serviço resolve? Como? Por que? Pra quê?

COMECE POR AÍ!

- Saiba muito bem quem é seu cliente, suas dores e como você os ajuda nesse desafio
- Desenhe uma jornada para o cliente (*Onboarding & Ongoing*)
- Defina pontos importantes para serem mapeados, que geram valor, prejuízo, ou que vão gerar *insights*

É UM PROCESSO CONTÍNUO

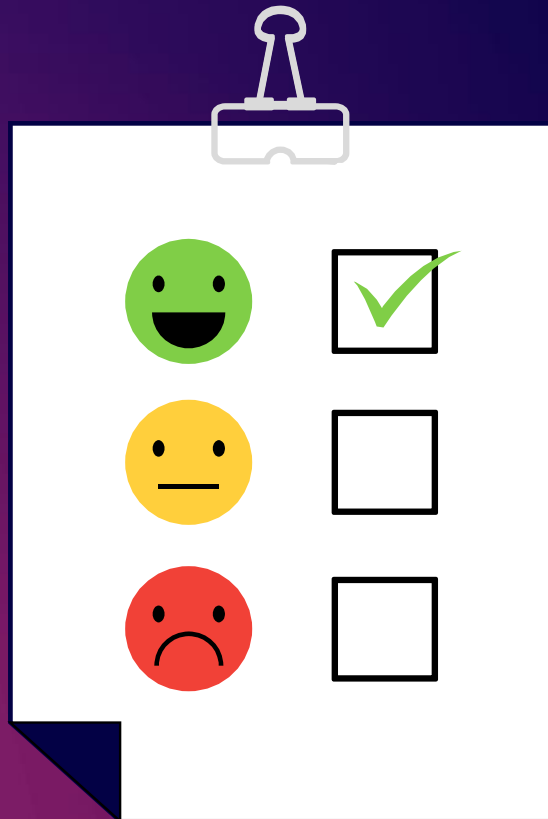
- Remova barreiras entre as áreas, crie fluxos de comunicação, estimule hábitos
- Não veja a área como um custo e sim como um impulsionador de receitas e qualidade
- Treine, ensaie, desenvolva, mude, teste
- Crie modelos proativos (*tech, low* ou *hight touch*), seja orientado à dados
- O sucesso do cliente começa na venda... Mas pode ser “salvo” no pós
- Estimule pessoas, não esqueça das *softs skills*



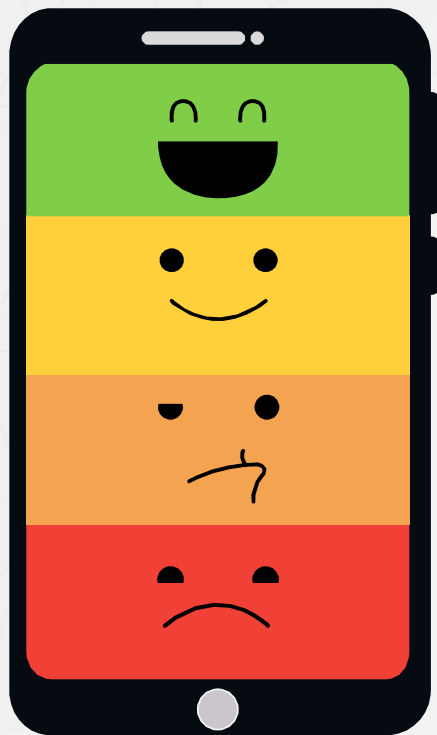
Principais Métricas de CS

"Acho muito importante viver em um *loop* de *feedback*, no qual você está sempre pensando no que fez e em como poderia fazer melhor. Esse é o melhor conselho que eu posso dar: questione a si mesmo e nunca pare de se aprimorar."

Elon Musk



Net Promoter Score



9 e 10 **Promotores**

7 e 8 **Neutros**

6 ou - **Detratores**

Indicador de Satisfação - O NPS

é o principal indicador de satisfação de entrega de valor junto aos clientes. Para calcular o NPS, os usuários devem responder a seguinte questão:

"De 0 a 10, qual a probabilidade de você recomendar nosso produto ou serviço a outras pessoas?".

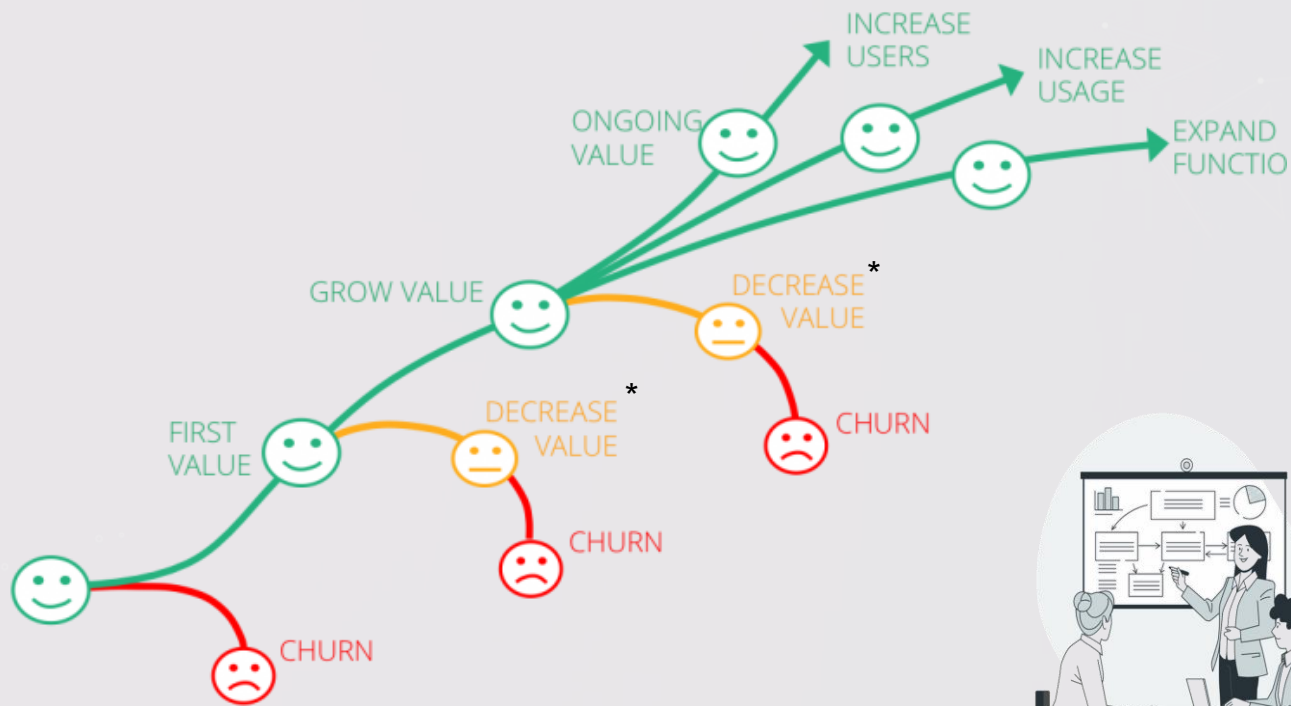
$$\frac{(\text{Promotores} - \text{Detratores})}{\text{N}^{\circ} \text{ total de Respondentes}} \times 100$$

CHURN

Perda de clientes, de forma espontânea ou induzida, durante determinado período. Calcula-se essa métrica através do total de usuários que deixaram uma carteira de clientes em relação aos que se mantiveram no final do período anterior

$$\text{CHURN RATE} = \frac{\text{Nº de clientes cancelados no mês}}{\text{Nº de clientes no Início do Mês}} \times 100$$





CUSTOMER LIFETIME VALUE

todo o valor que a empresa recebeu do cliente durante sua jornada



O valor do LTV está bom?

- Depende de cada negócio, o valor que você investe para adquirir clientes é maior ou menor que o tanto que ele gasta? a partir disso você poderá entender se está lucrando ou perdendo dinheiro.
- **Como saber?** É simples, compare o LTV com o Custo de Aquisição de Clientes (CAC) da sua empresa.
- Você ainda pode calcular seu ROI (retorno de investimento) para perceber se o você lucrou ou não.

OUR NUMBERS



UpSell



Cross-Sell



DownSell



04

TÊNDENCIAS e DICAS 2021!

You can enter here the subtitle if you need it

Têndencias 2021



**Escalar o Processo
CS e Aumentar o ROI**

**Centralização dos
dados &
transformação digital**



**jornada do cliente completa
e proativa, retroalimentada
e sustentável**

**Personalização &
Segmentação**



DICAS! DICAS! DICAS!



Não confunda felicidade com sucesso



Comunicação é a chave do sucesso



Tenha processos bem definidos



Contrate as pessoas certas



Mensurar é preciso



Faça Benchmarking, seja curioso/a, inquieto/a

....E não desista!!



PERGUNTAS!?!





Powered By

Máquina de
Prospecção

MUITO OBRIGADO!

PAPO DE CS com Pedro Saldanha

✉ pedro@saldanhaprojetos.com.br

📞 (11) 99988-5028

🌐 [In/pedrosaldanhagregorybenzi](https://www.linkedin.com/in/pedrosaldanhagregorybenzi)

Alguns Links

<https://reev.co/customer-success/>

<https://saleshackers.com.br/blog/glossario-de-customer-success/>

<https://www.youtube.com/watch?v=4WeWXAtAQzc>

<https://www.zendesk.com.br/blog/customer-success-brasil/>

<https://outmarketing.pt/blog/o-funil-de-marketing-acabou-e-agora/>