zendesk + Ágendor

Como fidelizar clientes e transformar seu feedback em vendas?

Você sabia que a maneira mais adequada de crescer é ouvir o seu cliente? Sua empresa tem usado o feedback dos clientes – sejam eles bons ou ruins – para aprimorar seu produto ou serviço, aumentar a fidelização e impulsionar as vendas?

Se você ficou na dúvida, confira dicas para saber como ouvir o que seu cliente tem a dizer e fidelizá-lo, para aumentar seu desempenho de vendas.

Criando a cultura para receber o feedback:

Lidere pelo exemplo:
Como líder, esteja aberto ao feedback dos funcionários e clientes

Capacite sua equipe:
O cliente sempre terá o direito de se expressar, desde que com educação, e receber a devida atenção e resposta

Processo cíclico:
Repita estes passos continuamente

Valide o feedback dos clientes com o time
Reúna o pessoal de atendimento para troca de sugestões e aprendizados de casos semelhantes

Faça testes:
Simule ser um cliente com problemas, veja como o time se sairá e depois apresente os resultados – o que foi positivo e aquilo que pode ser melhorado.

Ferramentas para colher feedback

Estamos conectados o tempo inteiro e não existe mais a divisão entre atendimento off e online. É preciso atender os clientes da mesma forma, em todos os canais. Os principais meios de colher feedback são:

- Pesquisa de satisfação
- Monitoramento de redes sociais
- Formulário de contato e troca de emails
- Análise de sentimento
- Fóruns e comunidades online de feedback
- Chat online
- Caixa de comentário no site
- Análise do site
- E, sempre que puder, crie oportunidades de contato pessoal com o cliente

Plataformas de pesquisas e reclamações recebem diariamente mais de 600 mil visitas. Mais de 90% dos visitantes acessam esse tipo de veículo para pesquisar a reputação de uma empresa antes de fazer uma compra.

E o que fazer ao receber o feedback do cliente?

O feedback do seu cliente chegou, seja pela interação pessoal, canais de atendimento ou mídias sociais. E agora, o que faze?

1 Separe os retornos positivos dos negativos e dê prioridade a todo feedback crítico.

2 O passo seguinte é agradecer, desculpar-se pela falha e comprometer-se em resolver a questão, determinando uma data - em comum acordo com a área que será responsável pela solução - para atender o cliente

3 Mesmo antes da data de resolução, faça um follow-up proativo com o cliente. Nessa forma, você o mantém informado sobre os esforços que estão sendo feitos e para que ele perceba que está sendo bem representado e o empenho para a resolução da questão

4 No caso de feedback positivo, agradeça e, se possível, envie uma cortesia. Dependendo do depoimento, peça ainda uma autorização para divulgar a mensagem em materiais e canais de marketing

A tecnologia ajudando na gestão do feedback

O processo acima pareceu simples? Agora multiplique-o por centenas de milhares de clientes, retornos chegando em inúmeros formatos, locais e canais e tratando por diversas áreas da empresa? Com automatização de processos, tome esse fluxo e gerencie-o algo simples e continuo e leve seu atendimento a outro patamar. Confira o que a tecnologia certa permite:

- Gerar tickets por ordem e importância, com avisos e todo o histórico do cliente
- Ferramenta para base de conhecimento, como um FAQ, com as respostas para as principais questões já levantadas
- Administração de chat online no site
- Ferramentas para monitorar mídias sociais a cada citação feita a sua empresa, com notificações para você não perder nada
- Gerar tickets por ordem e importância, com avisos e todo o histórico do cliente

34% Em pesquisa sobre lealdade à marca realizada pelo Clickfox, 34% dos entrevistados afirmam que o que os faz ser leal a uma marca é um excelente atendimento ao cliente 24 horas por dia.

69% A mesma pesquisa revela que 69% dos entrevistados demonstram sua lealdade comprando mais

78% 78% ajudam a formar a reputação da empresa falando bem delas a outras pessoas.

Como transformar feedback em valor para sua empresa

Quando a opinião de um cliente passa a ser replicada por outros, ela certamente deve ter um significado para a sua empresa. Sua adoção pode gerar um produto ou serviço de maior valor, pois as pessoas estão dispostas a pagar mais por algo que atenda da melhor forma às suas necessidades. Veja de que forma utilizar essa informação de forma prática:

Aprimorando produtos e serviços:
- Selecione todos os retornos (positivos e negativos) incrementais sobre a sua oferta
- Crie um grupo de discussão com alguns clientes para entender o que realmente deve ser considerado
- Crie um planejamento e um cronograma para sua implementação

Comunicando suas novidades:
- Faça seus clientes saberem que a inovação ou melhoria partiu do seu feedback.
- Comunique em primeira mão os clientes que participaram com suas sugestões e críticas e, em seguida, todos os demais clientes.

Proatividade para fidelização do cliente

Ter um processo de resposta rápido ao feedback dos clientes é muito importante, mas que tal ganar de correr atrás do prejuízo e dar um passo adiante, sendo proativo na fidelização para conquistar mais retornos positivos? Veja como:

O cliente: você precisa conhecer seu cliente, entender suas necessidades e desejos e como seu produto ou serviço pode agradá-lo e resolver seu problema.

A comunicação: não trate os clientes do mesmo jeito. Ao compreender os perfis de seus clientes, você irá impactar cada um deles com uma estratégia de venda mais assertiva.

A experiência: você precisa fazer o cliente se sentir importante e proporcionar uma experiência única com seu produto, serviço e atendimento desde o primeiro contato com a sua marca e durante todas as demais interações.

O valor agregado: ao agregar valor intangível à marca, dificilmente seu cliente a trocará por uma concorrência mais barata.

O tempo: o cliente tem o seu tempo para fazer uma compra, da pesquisa e experimentação, até a tomada de decisão. É preciso acompanhá-lo nesse processo, com informações e um atendimento de acordo com a etapa que o cliente se encontre na jornada de compras.

A palavra: confiança e credibilidade são a chave. Então prometeu um desconto, preço mais baixo, entrega gratuita, cumprir Educar e esclarecer o cliente sobre a sua oferta, para que ele saiba exatamente o que está comprando também é importante para não gerar falsas expectativas.

A entrega e o pós-vendas: o cliente pode passar por diferentes áreas depois da compra, como atendimento, produção, faturamento. Por isso é importante manter o discurso de todas as equipes alinhado.

A opinião: lembra do feedback? Pergunte ao seu cliente sobre a utilização do produto, o nível de satisfação, peça sugestões de melhorias. Com isso, a experiência de compra será elevada.

Um cliente que passa cinco anos fiel à sua empresa, gastando em média 100 reais por mês, tem um valor maior que um cliente que faz uma única compra de 1.500 reais e nunca mais volta. O primeiro tem um LTV de 6 mil reais.

Conhecer para fidelizar e vender mais

Fidelizar o cliente exige dedicação constante e muito conhecimento a respeito das necessidades e interesses da base de clientes. A fidelização não acontece durante uma campanha ou evento. É no dia a dia que se constroem os relacionamentos. E de novo a tecnologia é a grande aliada das empresas nesse processo. Um exemplo de ferramenta é o Customer Relationship Management (CRM). Mais do que uma solução tecnológica, o CRM é uma estratégia de negócio com foco no cliente.

- **Saber em que momento o cliente decide comprar de sua empresa**
- **Quais são os produtos e serviços de interesse**
- **Qual a melhor data para uma compra ou até agendamento de reuniões**
- **Gerar relatórios de desempenho e desenvolvimento do relacionamento**
- **Identificar e separar os clientes por perfis (personas)**
- **O que dificulta ou viabiliza o processo de compra**
- **Fazer o acompanhamento do funil de vendas, com a evolução de cada negócio**
- **Gerir equipe, prazos, metas e resultados**

Pare e pense:
será que você está usando todas as possibilidades e ferramentas para aprimorar seus resultados? Ao criar uma cultura de excelência no atendimento, por meio de feedback e fidelização dos clientes, amparada por soluções tecnológicas de automação e de gestão, sua empresa vai vender mais e melhor.

Recapitulando:

- Crie uma cultura de feedback na sua empresa
- Fidelize seu cliente
- Invista em ferramentas adequadas para gestão de atendimento e vendas

BONS NEGÓCIOS PARA VOCÊ!