

# Os campeões de CX compartilham seus segredos

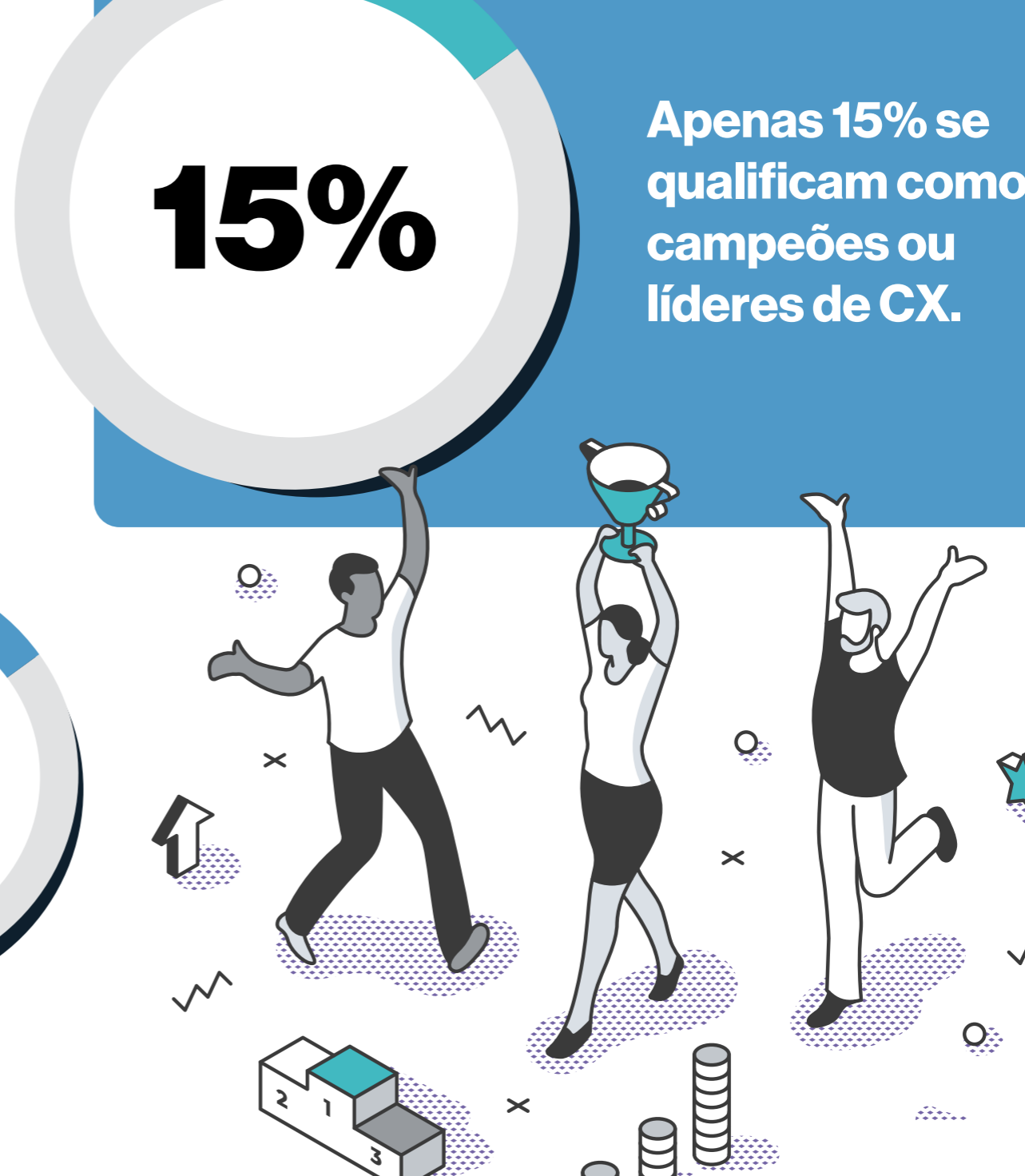
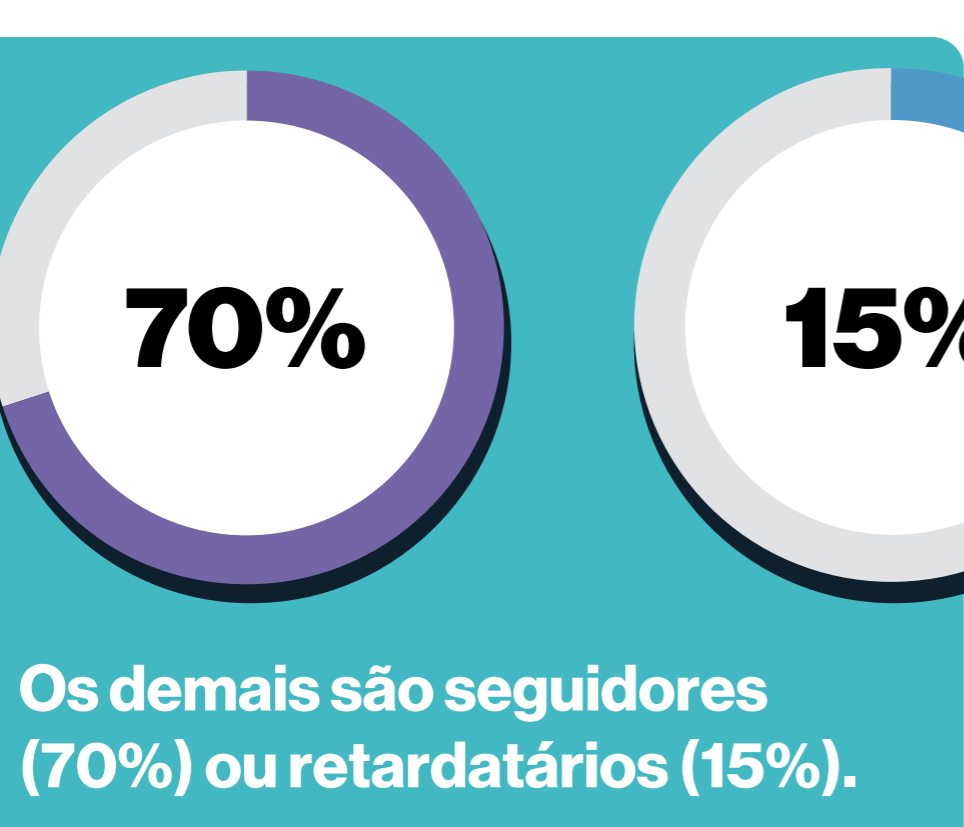
## CX: Panorama geral

1

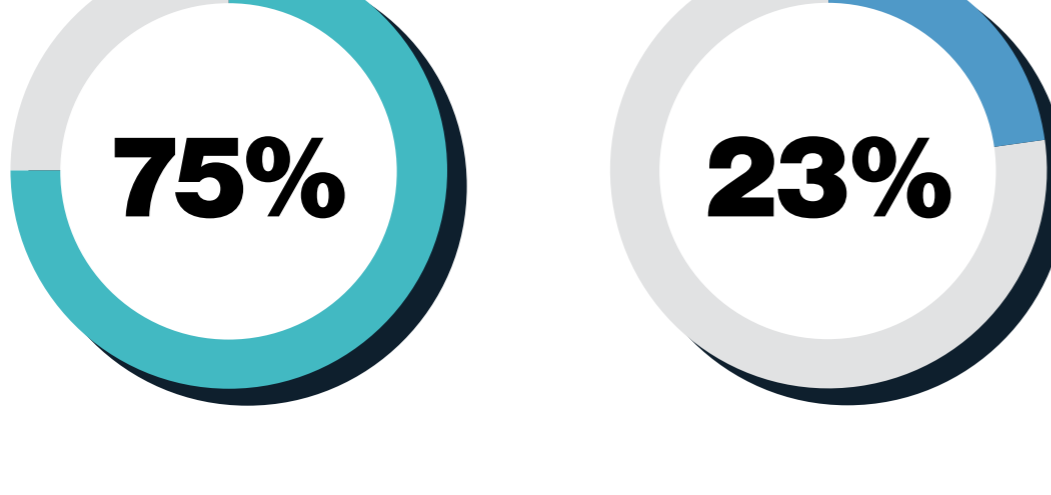
Fizemos um levantamento com mais de **2.600 líderes corporativos de todo o mundo**, envolvidos ou familiarizados com a abordagem de CX em suas empresas. A seguir, apresentamos um panorama do que aprendemos sobre as tendências, desafios e prioridades relacionados à experiência do cliente.

### Empresas com CX exemplar continuam sendo uma raridade.

Desenvolvemos uma curva de maturidade de CX baseada nas respostas dos participantes sobre as atividades de CX em suas organizações e os investimentos tecnológicos relacionados. **Os resultados:**



### Três fatores diferenciam os campeões CX dos demais.

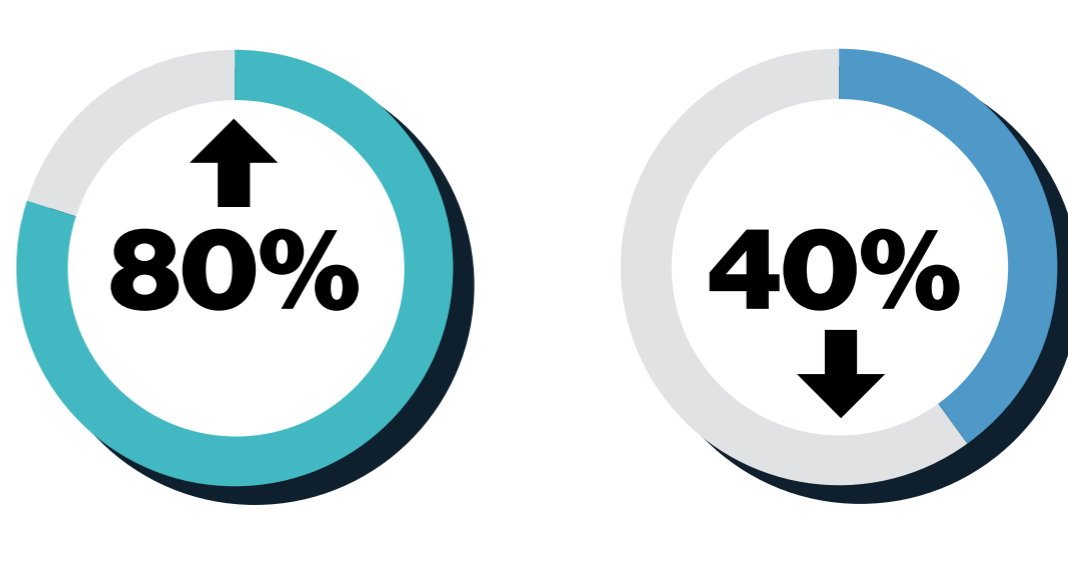


**1. Eles sabem que ter uma estratégia de CX é essencial não apenas para a experiência do cliente, mas também para esforços maiores de transformação digital. Aliás:**

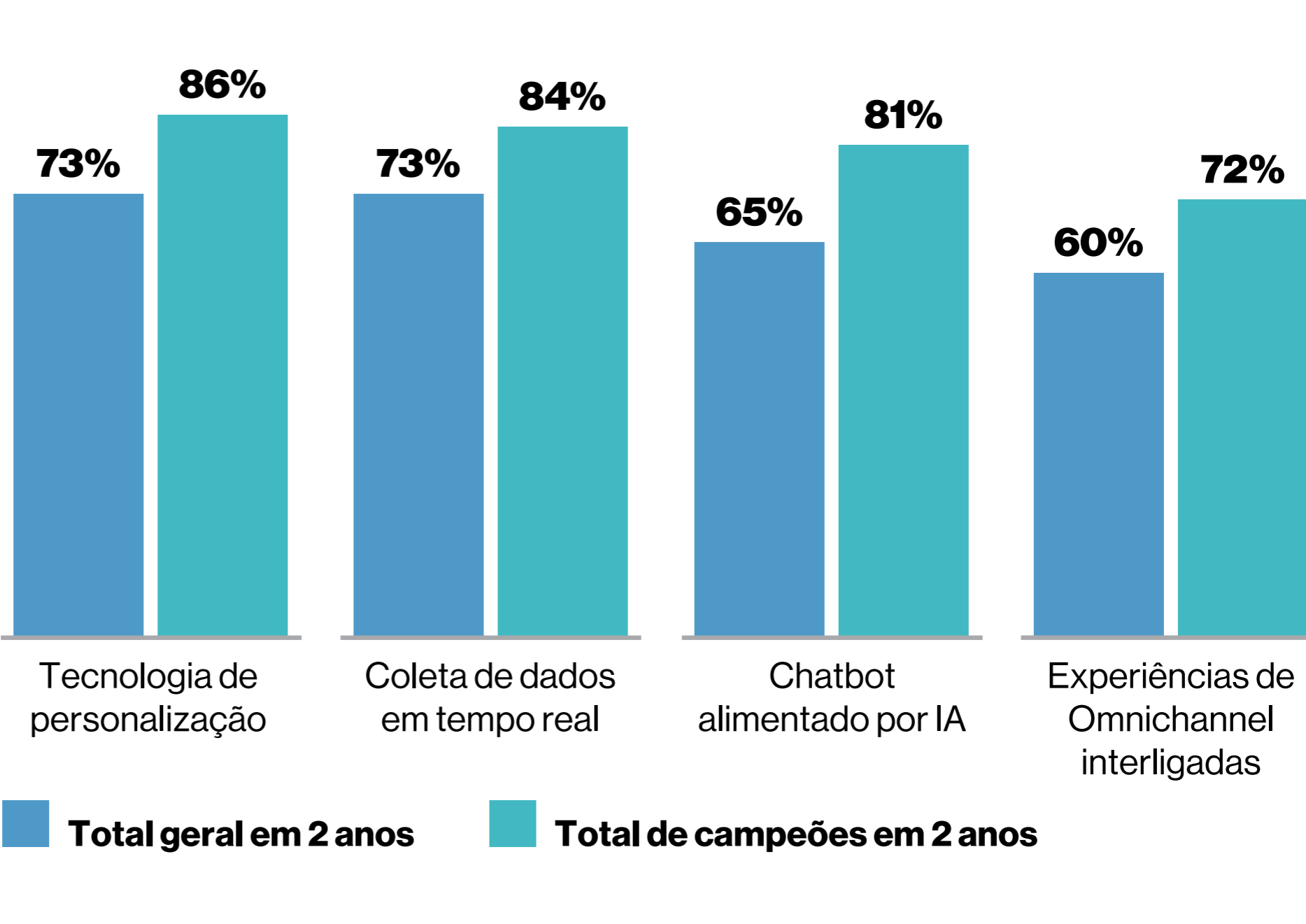
• Cerca de 75% dos campeões dizem que suas estratégias de CX são elementos críticos nas estratégias digitais de sua organização. Entre os retardatários, apenas 23%.

### 2. Eles usam analytics e AI com sofisticação. Inclusive:

• Mais de 80% dos campeões de CX já utilizam analytics de forma significativa na inteira jornada do cliente, desde pesquisa até adoção e engajamento contínuo. Entre os retardatários, menos de 40%.



• Os campeões têm maior probabilidade de expandir o uso de ferramentas "inteligentes" para CX em curto prazo. Por exemplo:



### 3. Eles operacionalizam a CX em toda a organização com equipes multifuncionais. Atualmente:

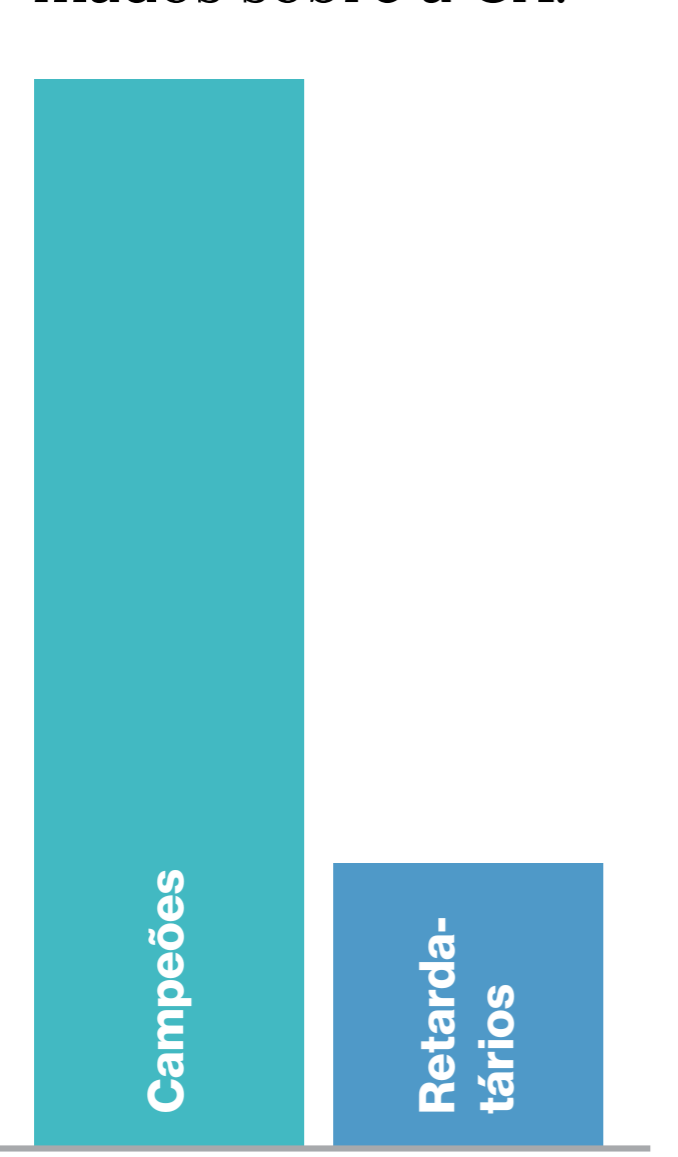
• 93% dos campeões de CX já contam com essas equipes ou esperam contar em breve.



## CX: Comunicação, Colaboração, e executivos C-Suite

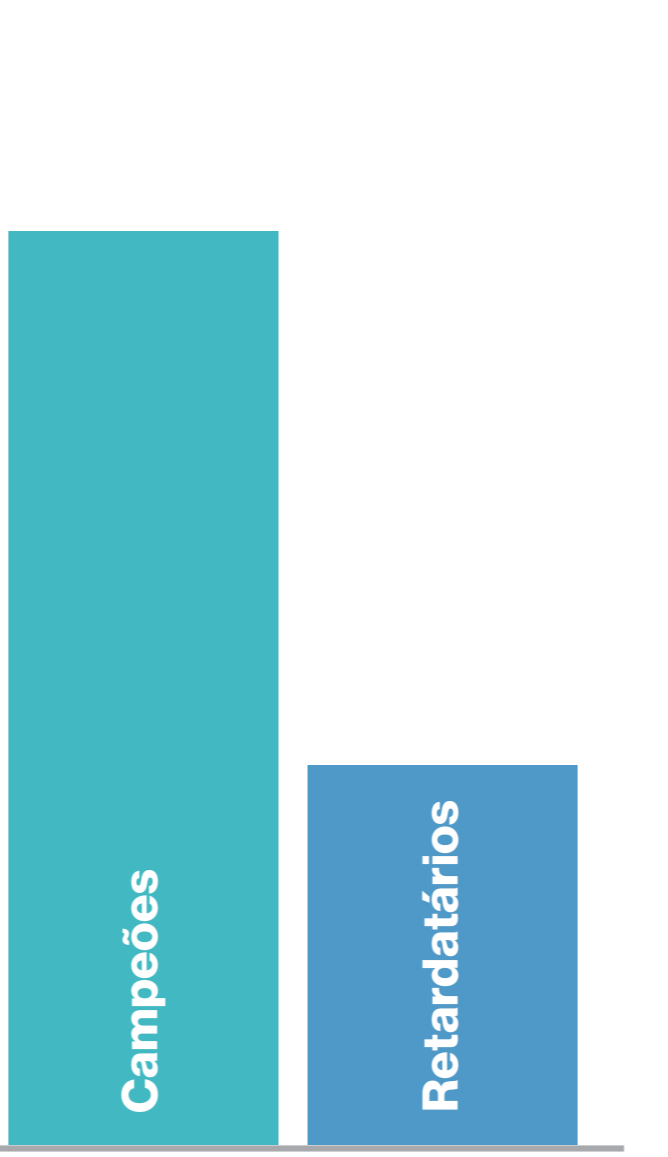
2

Os campeões mantêm todos os funcionários envolvidos e informados sobre a CX.



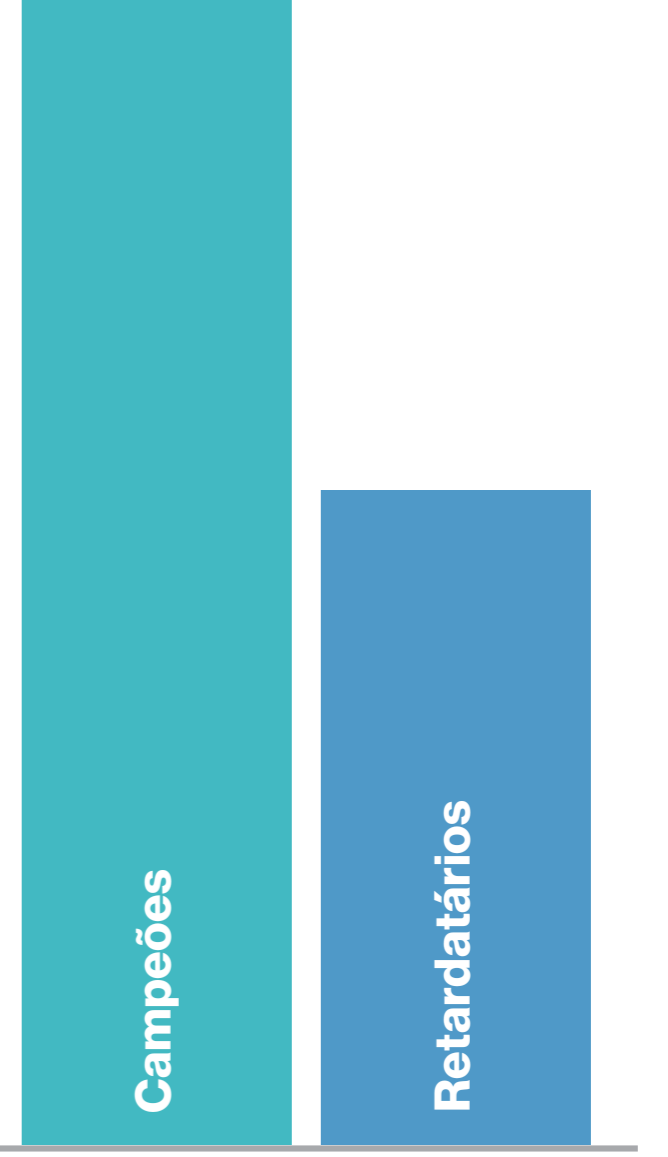
**Por exemplo:** 70% dos campeões têm fluxos de trabalho devidamente documentados para as áreas e cargos envolvidos em CX. Entre os retardatários, só cerca de 24%.

Os campeões enfatizam colaboração.



**Por exemplo:** Quase 60% dos campeões utilizam bastante software e plataformas de colaboração para a gestão de CX. Entre os retardatários, menos de 25%.

Os campeões engajam executivos C-Suite.



**Por exemplo:** Mais de 75% dos campeões dizem que os executivos C-Suite de sua organização estão "muito" ou "extremamente" envolvidos com a CX. Entre os retardatários, apenas 43%.

## Além da CX

3

### Os campeões de CX incorporam tanto a experiência do cliente quanto o atendimento ao cliente.

67% dos entrevistados em geral (e 61% dos campeões) dizem que muitos em suas respectivas organizações acreditam que a CX e o atendimento ao cliente sejam a mesma coisa. Mas percebemos que os campeões entendem as diferenças entre os dois. Mais do que isso, eles têm maior probabilidade de adotar uma abordagem estratégica para garantir que a CX e o atendimento ao cliente se complementem.



### Os campeões de CX respeitam a ética e a privacidade.

Eles sabem que os clientes estão cada vez mais preocupados em saber exatamente como as empresas usam - e protegem - suas informações pessoais.

A grande maioria - **88%** - dos campeões entrevistados já tem planos de ética de dados em vigor ou planeja implementá-los em breve. Ou seja, 20% a mais do que os entrevistados em geral.



## Juntando tudo

4

Apenas 15% das empresas entrevistadas - nossos campeões de CX - entregam uma CX exemplar e obtêm um ROI impressionante, que são, naturalmente, ambos cruciais para impulsionar a transformação digital.

### As organizações que quiserem se juntar a eles devem:



- Incorporar a CX em suas estratégias digitais gerais.
- Envolver executivos C-Suite em suas iniciativas de CX.
- Agilizar operações que proporcionam experiências mais rápidas e dinâmicas.
- Montar equipes multifuncionais, equipando-as com fluxos de trabalho claros e plataformas de software de colaboração.
- Aplicar os insights obtidos com Analytics e AI para o aperfeiçoamento contínuo da CX.
- Adotar uma abordagem complementar para a CX e o atendimento ao cliente.
- Incorporar ética de dados em todos os aspectos da CX.

Leia o relatório completo em [sas.com/cx-champions](https://sas.com/cx-champions) para mais resultados sobre o nosso estudo de tendências e prioridades de CX

Para conhecer melhor as soluções SAS para marketing e capacidades de CDP, visite: [sas.com/ci](https://sas.com/ci).