



Ata da Reunião Grupo de Experiência do Cliente (Ano 2023)

Data: 14/04/2023

Horário: 9h00 às 10h30 (on line)

Elaborado por: Fernanda Braz (IBHE)

Revisado por: Beatriz Cullen - IBHE

Participantes Presentes

Hospital São Camilo	Ana Paula de Arruda Forte	Grupo Pardini	Janete Rosa dos Santos
IBHE	Beatriz Cullen	Camil Alimentos	Joyce da Silva
A.C. Camargo	Cintia Amorim	Panasonic	Juliana Gregório
Hospital Albert Einstein	Davi Rhormems Veloso Guim	Westwing	Karina Girardi
Hospital E. Vasconcelos	Emanuel Bezerra de Medeiros	Panasonic	Mara Cardoso
IBHE	Fernanda Braz	Care Plus	Marcus Gonçalves Tomé
Grupo Fleury	Flavia Sousa Benevenuto	Sabin	Maria Alice Escalante Lima
Icatu Seguros	Geovana Ramalho	Cyrela	Mariete Silva
Cyrela	Graziele Nascimento	Camil Alimentos	Maximiniana Correia
Grupo Pardini	Irani Mota Pereira	Sabin	Nadia Wandila Martins Nogueira
Mary Kay	Isabelle Siqueira	A.C. Camargo	Silvia Voulliéme

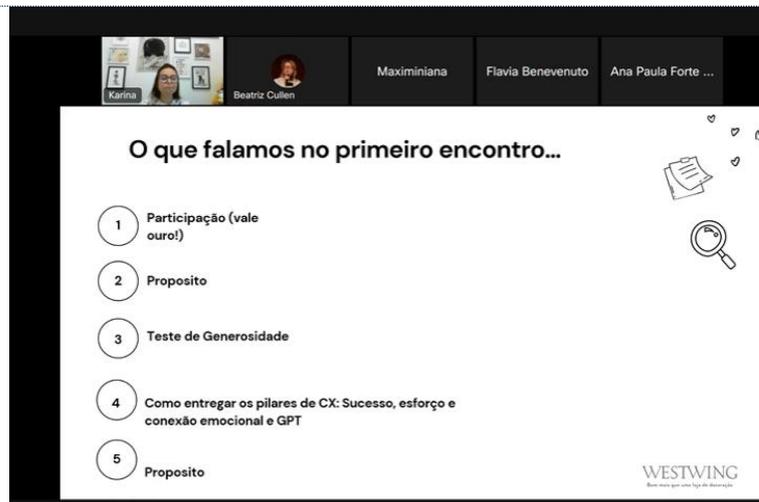
Programa:

- Continuação da apresentação sobre: Como entregar os pilares de CX: Sucesso, esforço e conexão emocional – Apresentação Karina Girardi (Westwing)
- Discussão com o Grupo e definição dos Mini Grupos para trabalhos posteriores

Coordenadora do Grupo – **Karina Girardi** (Head de Experiência do Cliente na Westwing)

Pontos Discutidos:

- ✓ Beatriz (IBHE) cumprimentou a todos e pediu para os novos participantes, que estavam participando pela primeira vez, se apresentarem: Flávia, do Grupo Fleury.
- ✓ Beatriz (IBHE) passou a palavra para o Karina (Westwing), Coordenadora do Grupo.
- ✓ Karina (Westwing) Diretora de Experiência do Cliente, começou dizendo que aprende muito nos encontros, que todos os encontros são trocas maravilhosas de experiências. Ela se apresentou novamente e falou um pouco sobre a Westwing. Convidou a todos para conhecerem o site da loja.
- ✓ Karina (Westwing) fez um review do encontro passado.



1- Participação vale ouro! – Por compartilhar, por aprender e comentou sobre a ação de final de ano, que será feita com as pessoas que mais participaram e contribuíram.

2 – Propósito – Como empresa de CX, o que temos de propósito com o nosso cliente.

3 – Teste de Generosidade – para trabalhar com CX de fato, precisamos sempre se colocar em uma posição de generosidade, mas também de vulnerabilidade que é o que fara com que iremos para o caminho certo.

4 – Como entregar os pilares de CX: Sucesso, esforço e conexão emocional e GPT -Escolhemos 2 temas para falar esse ano:

1- **Sucesso, esforço e conexão emocional** – Que diz respeito totalmente aos 6 pilares de CX, para podemos falar o que representa CX de verdade, mesmo tendo uma conexão emocional com o nosso cliente.

2 – **Inteligência artificial** (GPT) – vamos trocar experiências com várias empresas e trazer profissionais para compartilhar este tema, como estão fazendo, quais os ganhos e quais as incertezas que ainda temos. Já há IAI nas operações, mas com as mudanças de comportamentos e das exigências dos nossos clientes, precisamos estar alinhados com o que o mercado está buscando. É um assunto que iremos explorar bastante ao decorrer do ano.

✓ Karina (Westwing) comentou que a GPT é o assunto do momento, mas que não podemos perder e nossa essência que é: Atendimento Humanizado; Estratégia Omnichannel; Personalização do Atendimento; Big Data e Analytics; Atendimento Instantâneo; Customer Care (help desk) e Autoatendimento.

✓ Karina (Westwing) trouxe para vocês uma pesquisa recente mostrandos que escolhemos os assuntos certos para discutir esse ano, onde no topo temos “Departamento de Experiência do Cliente”; Inteligência Artificial junto com acompanhamento de dados; Personalização; Mapa da Jornada; Chatbot; Comunicador de Clientes e por fim, Segmentação de Clientes e Auto Atendimento;

✓ Karina (Westwing) disse que são assuntos que fazem todo o sentido, mas trouxe um dado que considera muito importante, e vem acompanhando o mercado e os comentários são: - “o GPT veio para tirar o meu emprego.” “Otimize o seu time e reduza 70% da sua demanda.”

- ✓ Karina (Westwing) acredita que temos um mercado muito sensacionalista e de muita moda, principalmente no Brasil, mas antes vamos entender e estudar, para não implementar algo que não seja tão bom para a equipe.
- ✓ Karina (Westwing) lembrou os 06 Pilares: Integridade; Resolução; Expectativas; Tempo e Esforço; Personalização; Empatia.
- ✓ Karina (Westwing) acredita que todos trabalham em cima deles, é isso que faz a base da pirâmide estar pronta para tenhamos um time de CX entregando os melhores resultados e experiências para os nossos clientes.
- ✓ Karina (Westwing) então ele começa com a parte da Integridade; Resolução; Expectativas; Tempo e Esforço; Personalização; Empatia.
- ✓ Karina (Westwing) comentou sobre Tempo e Esforço. O CES que é uma métrica muito importante, mas que pouquíssimas empresas usam hoje. Porque é um risco grande você usar, tem o lado bom e o lado do desafio porque tem empresas que não estão preparadas para trabalhar na pós coleta desse indicador. Tempo e esforço são coisas que os nossos clientes exigem muito para que a experiência seja perfeita.



- ✓ Integridade – é o que faz a nossa marca ser desejada pelo cliente.



- ✓ Expectativa – Atender a expectativa, melhorar a cada atendimento e fazer melhor do que as pessoas esperam.

Resolução

Ativar a capacidade de resolução dos problemas de maneira urgente e eficaz. Admitir o erro, escutar de fato as reclamações dos clientes, saber como pedir desculpas e fornecer as melhores soluções fazem parte do caminho de resolver os problemas da melhor maneira possível.

Essa é uma oportunidade de recolocar o cliente no centro da estratégia e encontrar maneiras de encantá-lo, por meio de uma resolução de problemas sincera e ágil.

WESTWING

- ✓ Resolução – Como trazer a dor do cliente, sem que ele perceba que aquilo era uma dor, pois quando eu entrego a resolução, ele nem percebe de fato que aquilo era um problema.

Tempo e Esforço

A sua empresa deve diminuir ao máximo as etapas e burocracias necessárias para o cliente conseguir o que deseja, seja um atendimento, resolver uma dúvida ou comprar o produto.

O cliente deve sempre investir o mínimo de tempo e esforço possível para conseguir o que precisa, evitando assim uma experiência frustrante. Simplicidade é a palavra-chave desse pilar.

WESTWING

- ✓ Tempo e Esforço – Entregar a eficiência com o mínimo de esforço possível. Ela complementou dando exemplos de como é trabalhada algumas situações na sua empresa.

Personalização

Quando a Noom lançou o Noom Mood, o aplicativo de gerenciamento de estresse teve um começo instável. Para entender como colocar o aplicativo de volta nos trilhos, a Noom resolveu analisar 600 tickets de problemas de processo e produto, bem como o sentimento do cliente. Com os insights dessa análise, a Noom lançou uma campanha de educação do cliente que melhorou o sentimento do cliente e impulsionou o posicionamento do aplicativo no mercado.

WESTWING

- ✓ Personalização – Trouxe o Exemplo da empresa “Noom Mood”, onde tiveram 600 tickets de problemas de processo e produto.

- ✓ Karina (Westwing) perguntou ao Grupo se somos, de fato, responsáveis por tudo?
- ✓ Mara (Panasonic) respondeu que não, nós só somos responsáveis para contar à empresa o que o cliente está falando de nós.
- ✓ Karina (Westwing) complementou dizendo que precisamos colaborar e fazer a nossa parte muito bem feita e que a personalização é responsabilidade compartilhada entre todos da empresa, ela faz toda a diferença para o que o cliente espera. Ela fez uma conexão com EMPATIA.



- ✓ Karina (Westwing) falou sobre a Empatia, as empresas estão trabalhando com o mapa de sentimento, e isso é muito legal.
- ✓ Davi (H.Einstein) fez um comentário sobre empatia, ele contou que no hospital temos uma frase que usamos que é a seguinte frase: "Não é com a gente, mas é." Desta forma, antecipamos o processo e não ficamos mandando o paciente ficar procurando o setor responsável.
- ✓ Karina (Westwing) fez uma dinâmica com todos, para que fosse relacionado os 6 (seis) Pilares: Integridade; Resolução; Expectativas; Tempo e Esforço; Personalização; Empatia.
- ✓ Beatriz (IBHE) fez uma colocação sobre pesquisas muito rápidas, o quanto elas podem impactar no resultado e o quanto as respostas se cruzam e podem ser complementares.
- ✓ Karina (Westwing) diz que as pesquisas variam de acordo com quem vai responder e como está sendo o seu dia, pois se a pessoa não estiver em um dia bom, pode dar o falso negativo. O que vai fazer a diferença é como você vai tratar esses dados e como vai considerar esses dados.
- ✓ Karina (Westwing) trouxe um pouco de coímo pretende trabalhar com os temas entre os participantes.
- ✓ Beatriz (IBHE) reforçou que este material será colocado no Grupo no Whatsapp, assim todos podem colaborar através de seu Mini Grupo. Lembrou que não é necessário ter slide bonito, muito menos algum tipo de material a ser compartilhado a que a apresentação pode ser falada apenas, desde haja um alinhamento prévio com todos os participantes de seu Mini Grupo sobre o tema proposto.
- ✓ Silvia (AC Camargo) sugeriu que seu Mini Grupo apresentem o tema sobre Empatia e Compaixão, eles fizeram um trabalho muito forte em 2022, inclusive foi feito um congresso interno sobre o tema.
- ✓ Silvia (AC Camargo) disse que acredita que ela e a Cíntia irão contribuir mais. Fizemos uma abordagem super interessante na área da saúde, falando sobre Burnout, empatia e compaixão para profissionais de saúde. Acredito que o que temos será bastante produtivo para o grupo.

✓ Karina (Westwing) respondeu que sim, sem problemas.



✓ Karina (Westwing) preparou algumas perguntas para ficarem como direcionamento para as discussões, mas que todos precisam pensar de forma abrangente, sobre o que eu posso trazer de experiencia que seja bom para implementar dentro dos times de CX.

GRUPO 1 - Tema: INTEGRIDADE			
Direcionamento: Qual é a relação entre: falta de inovação, engajamento e alto desempenho?			
EMPRESA	NOME	CARGO	E-MAIL
Brasilseg	Tatiane Maria Almeida Silva	Coordenadora de Qualidade e Processos	tamarsilva@brasilseg.com.br
Camil Alimentos	Joyce da Silva	Líder de Relacionamento Digital	joyce.silva@camil.com.br
Camil Alimentos	Maximiniana Correia	Líder de atendimento ao Consumidor	maximiniana.correia@camil.com.br
Canon Brasil	Aline Granadier	Analista de E-commerce	agranadier@cusa.canon.com
Canon Brasil	Kleber Luiz Ramos Simongini	Analista de Atendimento	ksimongini@cusa.canon.com
Care Plus	Rui Pereira	Gerente de Experiência do Cliente	rlpereira@careplus.com.br
Care Plus	Marcus Gonçalves Tomé	Coordenador de Experiência do Cliente	mtome@careplus.com.br
Hospital Oswaldo Cruz	Fátima S F Gerolin	Diretora Executiva Assistencial	fatima@haoc.com.br
Hospital Oswaldo Cruz	João Paulo Santana	Coordenador de Atendimento	Joao.santana@haoc.com.br

Grupo 1: Tema Integridade:

Qual é a relação entre: falta de inovação, engajamento e alto desempenho?

É muito importante, tem a ver com cultura e valores. Temos muitas coisas dentro da integridade que faz o nosso time estar engajado. Não é apenas a tecnologia e a cultura da nossa empresa, e mesmo a empresa não tenha tudo isso, como eu faço o time pensar de forma diferente e eles atuarem de forma diferente. A inovação ela não está só na tecnologia ou em ferramentas, ela está na ideia, criatividade e na execução, e com o engajamento é a mesma coisa. Quando estamos implementando valores, princípios, cultura, e às vezes até uma cultura interna, é preciso ter vários combinados internos, e a base deles é a confiança e a expectativa.

GRUPO 2 - Tema: RESOLUÇÃO

Direcionamento: Erros não intencionais: CX atual alimenta emoções negativas do consumidor? Como evitar que isso aconteça? O porquê manter um time engajado contribui para melhor execução dos 6 pilares? Como implementar boas práticas de engajamento com os times, como prepará-los?

EMPRESA	NOME	CARGO	E-MAIL
Cyrela	Graziela Nascimento	Analista de Relacionamento	graziele.nascimento@cyrela.com.br
Cyrela	Mariete Silva	Analista de Relacionamento	mariete.silva@cyrela.com.br
Danone	Ingrid Silva	Coordenadora de Qualidade	ingrid.silva@danone.com
Danone	Nathalia Silva	Gerente de Qualidade	nathalia.silva@danone.com
Dasa	Antonio Roberto de Sousa Filho	Gerente de Atendimento	antonio.filho@dasa.com.br
Dasa	Debora Vieira Granjeiro	Superintendente de Experiência do Cliente	debora.granjeiro@dasa.com.br
Hospital Ed. Vasconcelos	Emanuel Bezerra de Medeiros	Analista de Ouvidoria PI	emanuel.medeiros@hev.com.br
Hospital Ed. Vasconcelos	Ivonete Sai	Coordenadora de Hotelaria	ivonete.sai@hev.com.br
Sabin	Maria Alice Escalante Lima	Gerente da Qualidade e sustentabilidade	maria.escalante@sabin.com.br
Sabin	Nadia Wandila Martins Nogueira	Coordenadora do atendimento	nadia@sabin.com.br

Grupo 2: Tema Resolução

- Erros não intencionais: CX atual alimentando emoções negativas do consumidor?
- Como evitar que isso aconteça?
- O porquê manter um time engajado contribui para melhor execução dos 6 pilares?
- Como implementar boas práticas de engajamento com os times, como prepará-los?

Problemas super críticos para resolver.

GRUPO 3 - Tema: EXPECTATIVA E TEMPO

Direcionamento: Trago uma provocação: Não basta apenas atender as expectativas, é necessário superá-las e a melhor maneira de fazer isso é entendendo o que seu cliente espera de sua empresa e alinhando o seu time para entregar isso. Como fazer isso, quais iniciativas, ferramentas que podemos implementar no nosso dia a dia para a melhor satisfação?

EMPRESA	NOME	CARGO	E-MAIL
Mastercard	Tatiane Dias Rodrigues	Customer Care & Operations Manager	tatianedias_rodrigues@hotmail.com; tatiane.Rodrigues@mastercard.com
Oncoclinicas (ME)	Alessandra Suzano Cleto	Gerente de Experiência do Cliente	suzano.alessandra@gmail.com
Sompo Seguros	Flavia Barbosa Conceição	Coordenadora Experiência do Cliente e Gestão Corporativa	fbarbosa@sompo.com.br
Sompo Seguros	Saulo Souza da Cruz	Suplente	saulosc@sompo.com.br
Hospital São Camilo	Ana Paula de Arruda Forte	Coordenadora SAC	ana.forte@hospitalsocamilosp.org.br
Vivest	Maria Teresa Carneiro Ferreira	Gerente Executiva de Marketing e Relacionamento	mariateresa.carneiro@vivest.com.br
Vivest	Simone Cardoso Mendes	Coordenadora de Relacionamento com o Cliente	simone.cardoso@vivest.com.br
Grupo Fleury	Flavia Sousa Benevenuto	Coordenadora de Ouvidoria	flavia.benevenuto@grupofleury.com.br

Grupo 3 - Tema Expectativa e Tempo

- Trago uma provocação: Não basta apenas atender as expectativas, é necessário superá-las e a melhor maneira de fazer isso é entendendo o que seu cliente espera de sua empresa e alinhando o seu time para entregar isso.
- Como fazer isso, quais iniciativas, ferramentas que podemos implementar no nosso dia a dia para a melhor satisfação?

Essa é uma provocação, mas não fiquem só presos nessa provocação, vocês podem trazer várias outras iniciativas e pontos que achem interessantes discutir aqui, isso é apenas uma direção, para que possam começar.

GRUPO 4 - Tema: EMPATIA

Direcionamento: Por que Empatia é diferente de Simpatia? Quais ações podemos implementar em nossas equipes para reforçarmos a cultura da empatia? Rastrear e finalmente aproveitar as emoções dos clientes contribui para experiências mais felizes, como fazer isso?

EMPRESA	NOME	CARGO	E-MAIL
Philips	Janaina Barão de Souza Passos	Analista Jornada Consumidor	partner.janaina.barao@philips.com
Philips	Yasmin Ferreira Teixeira da Silva	Estagiária	yasmin.silva@philips.com
Mapfre Seguros	Jonathan Leme Martins Ferreira	Analista de Atendimento pleno	jlmartins@mapfre.com.br
Mapfre Seguros	Kelly Cristina Araujo	Analista de Atendimento sênior	kcaraujo@mapfre.com.br
Mary Kay	Denise Gomes	Analista de Qualidade de Atendimento	denise.gomes@mkcorp.com
Mary Kay	Isabelle Siqueira	Assistente de Qualidade de Atendimento	isabelle.siqueira2@mkcorp.com
Tratho	Luciana Thomaz	Consultora de Vendas	luciana@tratho.com.br
Grupo Pardini	Irani Mota Pereira	Analista Experiência do Cliente	irani.pereira@grupopardini.com.br
Grupo Pardini	Janete Rosa dos Santos	Coordenadora Experiência do Cliente	janete.santos@grupopardini.com.br
A.C. Camargo Cancer Center	Cintia Amorim	Supervisora de Experiência do Paciente	cintia.amorim@accamargo.org.br
A.C. Camargo Cancer Center	Silvia Voulliéme	Gerente de Experiência do Paciente	silvia.voullieme@accamargo.org.br

Grupo 4- Tema Empatia

- Por que Empatia é diferente de Simpatia? Quais ações podemos implementar em nossas equipes para reforçarmos a cultura da empatia?

- Rastrear e finalmente aproveitar as emoções dos clientes contribui para experiências mais felizes, como fazer isso?

Falamos bastante de como aproveitamos os dados hoje, o que temos de indicadores, atendimento, para que possamos transformar isso na melhor experiência.

GRUPO 5 - Tema: PERSONALIZAÇÃO

Direcionamento: Como e de que formas empresas podem aproveitar as emoções dos clientes para que possam construir relacionamentos fortes e personalizados que sustentam a CX imersiva?

EMPRESA	NOME	CARGO	E-MAIL
Hospital Albert Einstein	Maria Luisa Dias da Silva	Assistente Administrativa II	maria.diass@einstein.br
Hospital Albert Einstein	Davi Rhormems Veloso Guim	Assistente Administrativo I	davi.veloso@einstein.br
Icatu Seguros	Kamilla Gallan	Coordenadora Experiência do Cliente	kgalan@icatusseguros.com.br
Icatu Seguros	Geovana Ramalho	Gerente de Suporte ao Cliente	gramalho@icatusseguros.com.br
Seguros Unimed	Roberta Gonçalves Silva	Supervisora de Atendimento	roberta.goncalves@segurosunimed.com.br
Hcor (MP)	Marina Carielo	Coordenadora de Hospitalidade	marina_carielo@hotmail.com
Silvia Pereira (MP)	Silvia Pereira	Mediadora	silviargpereira@gmail.com
Panasonic	Mara Cardoso	Gerente CX	cardoso.mara@br.panasonic.com
Panasonic	Juliana Gregório	Monitora de Qualidade	gregorio.juliana@br.panasonic.com

Grupo 5 - Tema Personalização

- Como e de que formas empresas podem aproveitar as emoções dos clientes para que possam construir relacionamentos fortes e personalizados que sustentam a CX mais imersiva?

- O que eu quis trazer aqui são dicas, que vão contribuir com vocês no material, mas que é só uma direção. O que vocês vão trazer aqui é: uma definição, boas práticas, o que eu já fiz, podem dividir em subs-classificações de como vocês querem apresentar, porque é importante ter isso dentro de uma empresa. A forma como irão trazer aqui, vocês irão definir entre vocês.

✓ Karina (Westwing) ressaltou que se tiverem dúvidas de como trazer o conteúdo, ela pode ajudar a na linha lógica das definições. Assim ficou:

- O que ficou de lição de casa, é que iremos apresentar as nossas conclusões.

- Vamos mandar os grupos, as definições de temas, e quais grupos irão se apresentar na próxima reunião;

- Sugestão: 30 min de apresentação por Grupo, sendo que dois deles irão se apresentar no próximo encontro, assim conseguimos abrir uma discussão.

- ✓ Karina (Westwing) disse que está no Grupo Exp. do Cliente IBHE no Whatsapp, mas podem chamá-la no privado ou mandar e-mail: Karina.girardi@gmail.com.
- ✓ Beatriz (IBHE) se prontificou a montar os Mini Grupos no Whatsapp, para que as pessoas possam se conectar o quanto antes e que não deixem as discussões para a última semana.
- ✓ Davi (H. Einstein) disse que ficou feliz com seu tema. Ele acredita que será bem produtivo, pois são coisas que eles aplicam bastante no atendimento do Hospital, tanto a questão da empatia, quanto da personalização do atendimento. Isso já vem instruído pela Gerência e pelo modelo de atendimento do Hospital, para que cada atendente se coloque no lugar do paciente e que busque personalizar da melhor forma possível para que o problema seja resolvido. E assim deixamos marcada a experiência dele no atendimento.
- ✓ Karina (Westwing) agradeceu a todos dizendo o quanto estava feliz com a reunião de hoje.
- ✓ Maria Alice (Sabin) agradeceu também e elogiou a apresentação da Karina (Westwing).
- ✓ Beatriz (IBHE) finalizou dizendo que quer marcar um encontro presencial no IBHE em Junho, quando a Karina estará no Brasil.

Próxima reunião: 12/MAI

Horário: 09H00 às 10h30