



## 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

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

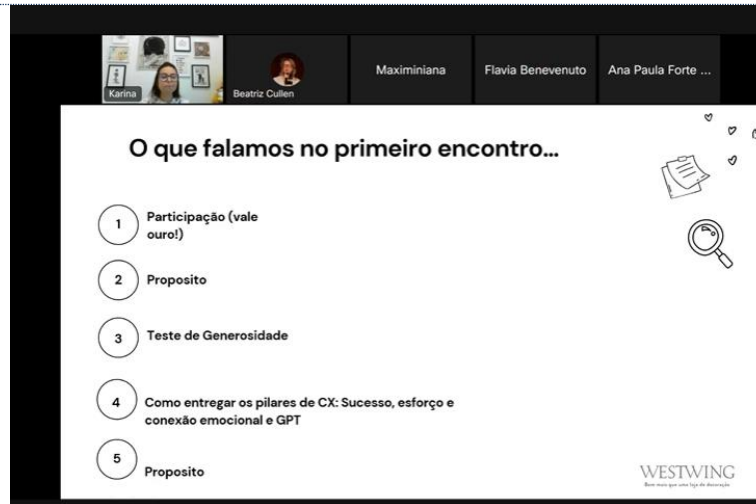
#### Programa:

- 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	Maximiana Correia	Líder de atendimento ao Consumidor	maximiana.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@hospitalsaocamilosp.org.br
Vivest	Maria Teresa Carneiro Ferreira	Gerente Executiva de Marketing e Relacionamento	maria.teresa.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	Supervisoria 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