Como organizar um setor de sucesso do cliente

Investir no sucesso do cliente é um caminho certo para o crescimento do próprio negócio. Afinal, essa é uma excelente ferramenta para satisfação desse cliente e para mantê-lo com a sua marca.

Outro bom motivo para você apostar no sucesso do cliente está na geração de receita. Isso porque, a maior parte da receita de relacionamento com um cliente acontece no pós-venda.

Para alguns especialistas, o setor de sucesso do cliente bem estruturado e que funciona de maneira eficaz é uma das iniciativas mais importantes em todos os tipos de empreendimentos nos dias atuais.

Alguns profissionais acreditam, inclusive, que o setor de sucesso do cliente é o que faz a diferença entre um negócio que está despencando e o outro que comemora um crescimento

acelerado.

Mas o que é sucesso do cliente?

Sucesso do cliente, ou Customer Success (CS), é um setor da empresa focado em garantir que todas as pessoas que adquirem o seu produto/serviço tenham os resultados desejados ao usá-lo.

No entanto, sucesso do cliente não se limita a ser apenas um setor. É mais: é também uma forma de pensar que deve permear todas as ações da empresa.

Isso significa que cada funcionário deve atuar sempre com o pensamento no sucesso do cliente.

Como montar uma área de sucesso do cliente na sua empresa

Certamente, você já entendeu a importância dessa área não apenas para o crescimento do seu negócio, mas também para sobrevivência dele.

Mas, para garantir o sucesso do cliente no pós-venda, é imprescindível saber quando, por que, onde e como ele está usando o seu produto/serviço.

Assim, um setor eficaz demanda pessoas, tecnologia, monitoramento em tempo real do cliente, uso de métricas e processos focados em resultados.

Monte e treine a equipe

Sua empresa precisa ter gente para cuidar do pós-venda. Se não puder montar uma equipe especialmente para essa tarefa, comece com uma pessoa 100% dedicada ao sucesso do cliente.

Essa pessoa ou o seu time precisam ser treinadas para apoiar o cliente e transformar a experiência dele com a sua marca em algo realmente prazeroso.

É essencial que essa equipe seja proativa, conheça bem os seus produtos/serviços e tenha paciência e boa comunicação para interagir com o cliente, resolver as demandas e aproveitar ao máximo os feedbacks recebidos.

Você pode estar se perguntando qual o porte de empresa que deve implantar um sucesso do cliente? A resposta é: todos.

Equipes menores com funções distintas

Quando o setor de sucesso do cliente começar a se expandir, uma boa dica é dividir o time em pequenos grupos, como por exemplo, por função (consultoria, suporte, onboarding etc).

Isso é fundamental, uma vez que grupos menores são mais produtivos, fáceis de serem gerenciados e a comunicação entre os integrantes flui de forma rápida e eficaz.

Não existe um número certo de funcionários para cada célula dessa equipe. No entanto, lembre-se da “regra das duas pizzas”, do CEO da Amazon, Jeff Bezos. A ideia é: “nunca reúna

um número de pessoas em que duas pizzas não sejam suficientes para alimentar todo o grupo”.

A divisão de funções também é importante para evitar que todo mundo fique fazendo a mesma coisa, ao mesmo tempo. Além disso, a especialização dos funcionários pode gerar rapidez e eficácia no atendimento ao cliente.

Escolha o gerente certo para o seu time

O gerente ou diretor é a pessoa responsável para manter o time jogando junto e focado no sucesso do cliente. Algumas características fundamentais desse profissional são: ser sociável, empático, analítico e engajado. Deve saber planejar e ter visão estratégica.

Tenha metas e métricas

É essencial medir os resultados da sua empresa e dos seus clientes regularmente. Mas, como ocorre em todos os setores da organização, o sucesso do cliente também precisa trabalhar com metas. Elas podem ser vinculadas à taxa de cancelamento de

serviços ou à satisfação do cliente, por exemplo.

Atenção aos contratos

No momento de pagar por um produto ou serviço, é natural que o consumidor questione se realmente precisa estar colocando dinheiro nisso.

Uma equipe preparada pode mostrar para esse cliente as vantagens dessa aquisição, de maneira que ele se sinta confortável e confiante de que está fazendo a coisa certa.

Adquira um software de sucesso do cliente

00

Esse software deve conectar-se com outros softwares da empresa, inclusive, com o CRM. Assim, é possível monitorar as atividades do usuário com o produto e as entradas do CRM, mapeando as tendências, fornecendo estatísticas e previsões.

Outra vantagem do software é que ele permite às equipes de sucesso do cliente interações telefônicas, via email, bate-papo e até mesmo presenciais.

Aposte na solução

O seu software de sucesso do cliente deve ser de fato uma plataforma de solução, integrando tecnologia, marketing, vendas, serviços profissionais, treinamento e suporte em um produto de relacionamento para a era SaaS/Cloud.

Desenvolva uma estratégia de sucesso do cliente

O sucesso do cliente deve permear todos os aspectos do seu negócio. Levante todas as informações sobre o cliente, seus hábitos de compra, experiências com a sua marca, relacionando com a sua empresa etc.

Todos os dados levantados devem subsidiar as equipes do setor de sucesso do cliente em todas as suas ações.

Agora que você já sabe da importância de se investir no sucesso do cliente e tem as dicas de como fazer isso, é hora de dar a largada para o crescimento do seu negócio.

E nós temos uma sugestão de leitura para você:

Experiência Inesquecível para o Cliente – Kenneth Blanchard

Um excelente atendimento não significa apenas dar ao cliente o que ele quer. Você precisa criar uma experiência fantástica,

com consumidores felizes, a ponto de deixar os seus competidores para trás.

O resumo dessa obra está na plataforma 12MIN. E lá você encontra inúmeros outros títulos e autores famosos que vão ajudá-lo a impulsionar o seu negócio.

Boa leitura!