CUSTOMER EXPERIENCE TRENDS

2020

REALIZAÇÃO

opinionbox octadesk

APOIADORES

rockcontent Conta Azul

ÍNDICE

Introdução 03

Metodologia 04

Perfil das amostras 05

Objetivos da pesquisa 08

Atendimento ao cliente 09

Tempo de resposta 12

Comunicação humanizada X automatizada 14

Conclusão 18

Sobre nós 20

INTRODUÇÃO

A experiência do cliente tem sido uma preocupação constante das empresas dos mais diversos ramos de atividade. Não é à toa, já que experiências negativas podem arruinar um negócio, enquanto as experiências positivas podem fidelizar clientes e conquistar evangelistas para a sua marca.

Foi pensando na importância da experiência do cliente que nasceu o CX Trends, um estudo completo sobre customer experience que chega à sua terceira edição em novo formato. A partir de duas pesquisas, o Opinion Box e a Octadesk realizaram este relatório detalhado sobre o tema.

Este material é destinado a empresas que se preocupam com a experiência do cliente e querem construir estratégias de marketing, vendas, atendimento e customer success baseadas no consumidor.

Boa leitura!

METODOLOGIA

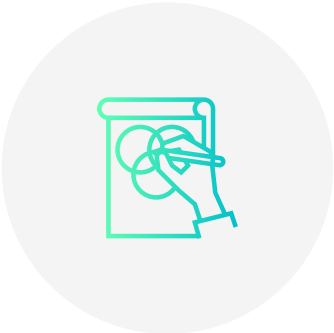
A pesquisa CX Trends 2020 foi realizada pelo Opinion Box em parceria com a Octadesk utilizando o Painel de Respondentes do Opinion Box.

Foram realizadas duas pesquisas distintas: uma com consumidores de todas as classes sociais e regiões do Brasil, e outra com funcionários de pequenas e médias empresas (de 10 a 99 funcionários). Ao todo, foram realizadas 2.862 entrevistas.

NOVEMBRO DE 2019
Briefing e planejamento da pesquisa

DEZEMBRO DE 2019
Criação dos questionários B2B e B2C

JANEIRO DE 2020
Coleta dos dados e análise dos resultados



FEVEREIRO DE 2020
Produção do relatório

PERFIL DOS ENTREVISTADOS

CONSUMIDORES
1.092 entrevistas com consumidores de todo o país.*

**margem de erro: 3,0 p.p.*

SEXO

Feminino

50%

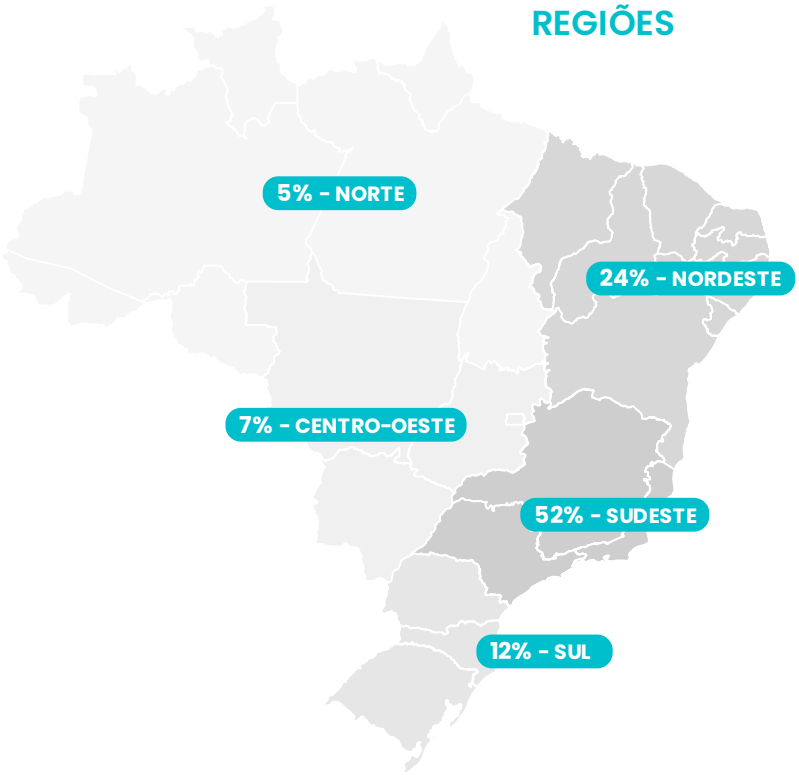
Masculino

49%

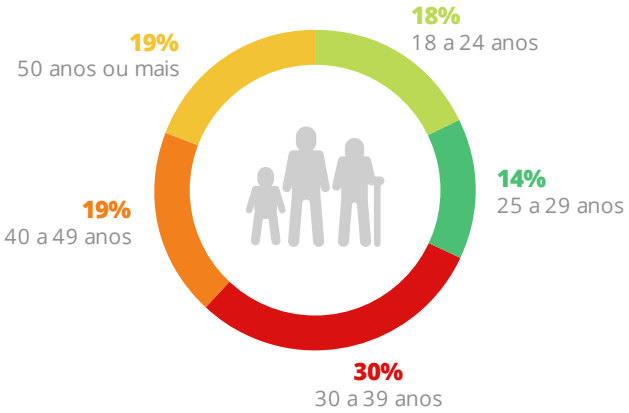
Outros

1%

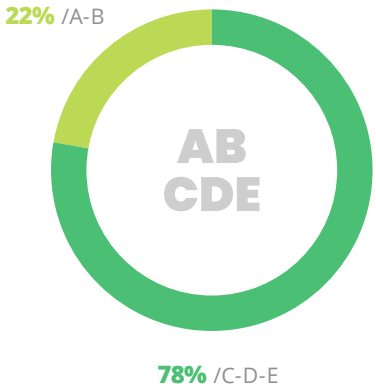
REGIÕES



IDADE



CLASSE



PERFIL DOS ENTREVISTADOS

EMPRESAS
1.770 entrevistas com profissionais de empresas PME de todo o país.

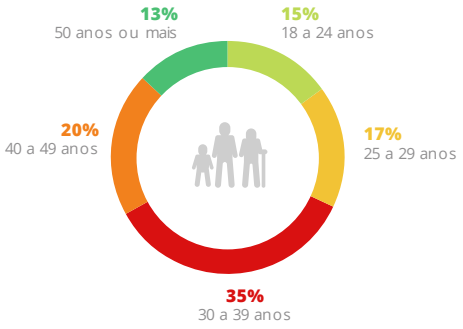
**margem de erro 2,3 p.p.*

SEXO

Feminino **48%**

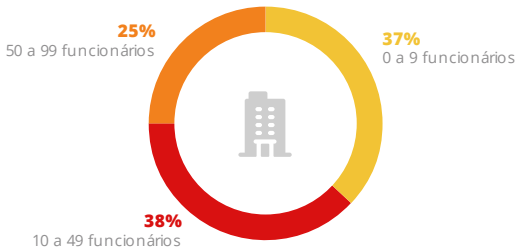
Masculino **52%**

IDADE

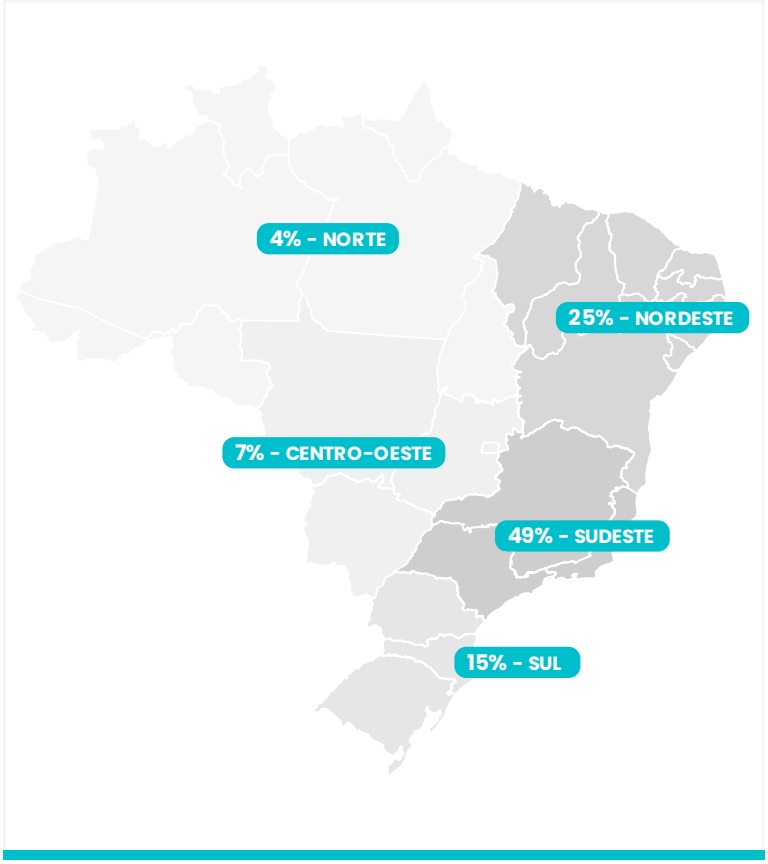


RENDA

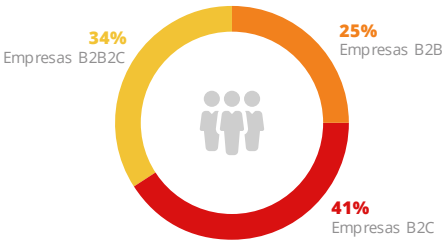
PERFIL DAS EMPRESAS



REGIÕES

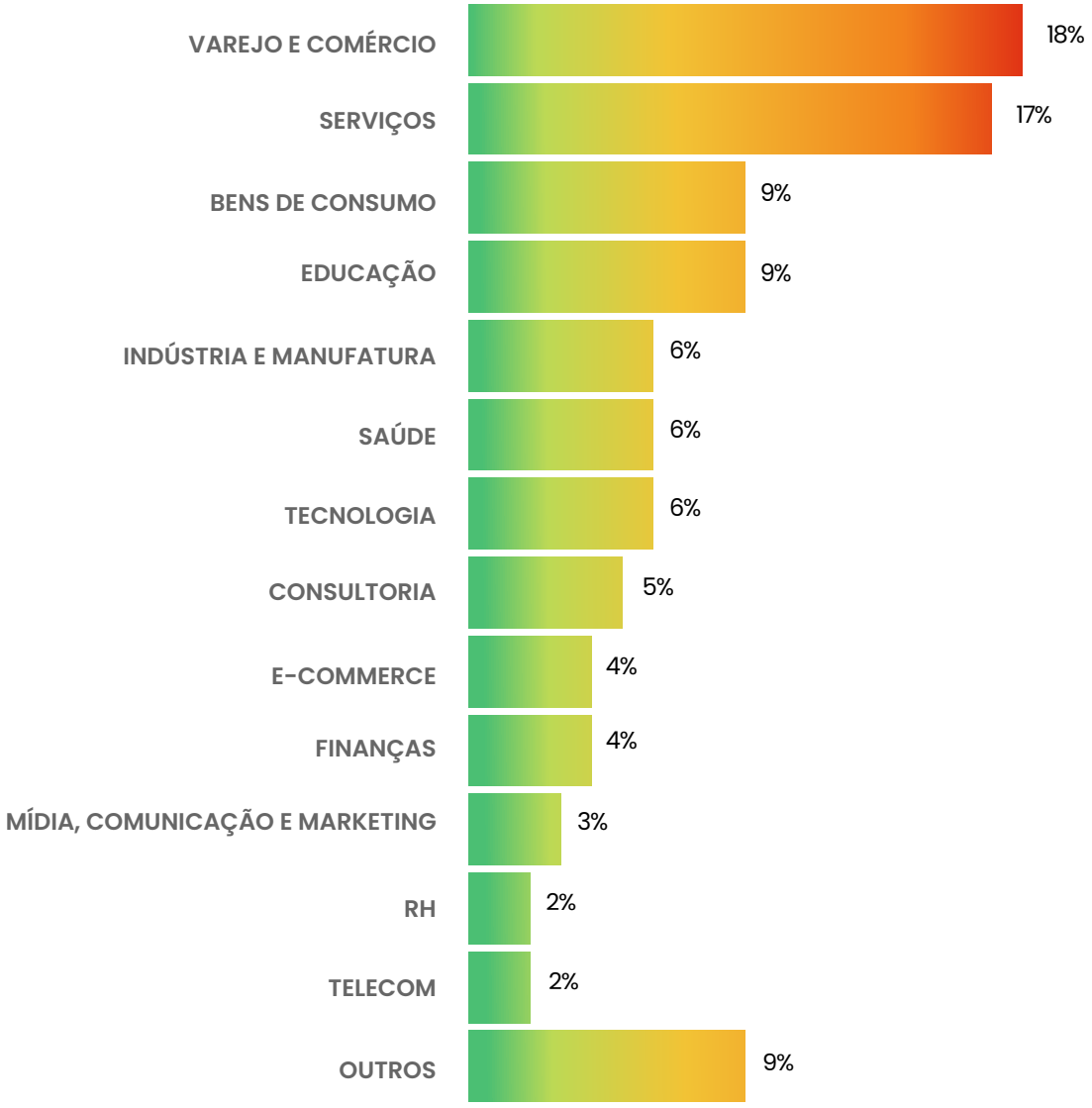


TIPO DE PÚBLICO



PERFIL DOS ENTREVISTADOS

SEGMENTO



OBJETIVOS DA PESQUISA

A experiência do cliente é um tema que vem ganhando relevância a todo momento. Por isso, a Octadesk e o Opinion Box se juntaram para construir a edição 2020 da maior pesquisa sobre customer experience do Brasil. Nosso objetivo principal é oferecer um material completo e detalhado para quem quer oferecer uma experiência incrível para o seu consumidor.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar como os consumidores avaliam a eficiência do atendimento ao cliente das empresas em geral;
- Comparar a visão dos consumidores com a visão das próprias empresas; Mapear quais os canais de contato mais utilizados pelas empresas e quais deles são os de preferência do consumidor;
- Avaliar a expectativa dos consumidores em relação ao tempo de resposta no atendimento pré e pós-vendas;
- Entender como as empresas autoavaliam a agilidade dos seus atendimentos;
- Identificar a percepção dos consumidores em relação ao atendimento automatizado;
- Medir a utilização do atendimento automatizado pelas empresas;
- Descobrir a percepção dos benefícios do atendimento automatizado pelas empresas;
- Apontar ações e estratégias para as empresas melhorarem a eficiência e a qualidade da experiência do cliente.

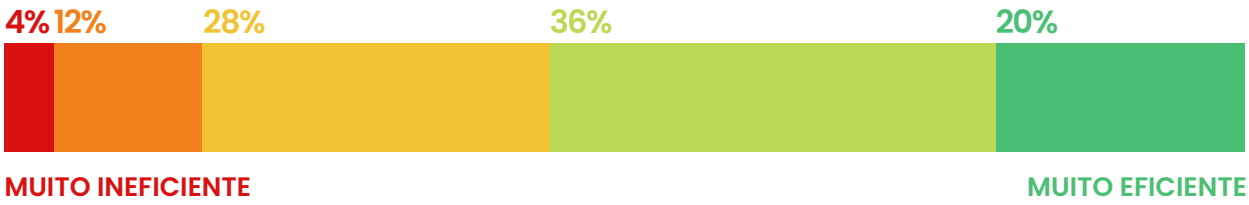
ATENDIMENTO AO CLIENTE

Oferecer um bom atendimento ao cliente pode ser o diferencial que coloca muitas empresas à frente dos seus concorrentes. Isso porque o consumidor contemporâneo é mais exigente, consciente de seus direitos e valoriza a experiência que ele tem com uma marca.

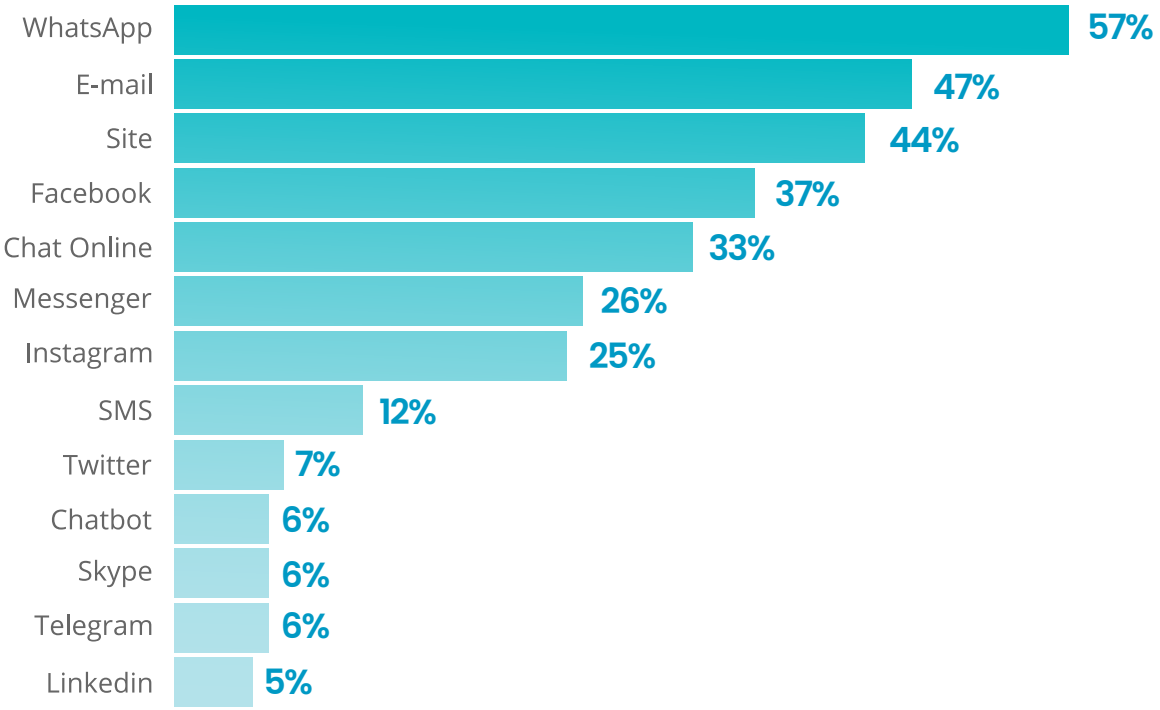
Mas será que as empresas estão conseguindo oferecer um atendimento satisfatório? Veja a seguir.

CONSUMIDORES

Quão eficientes você considera que as empresas são para responder solicitações de clientes?



Quais canais de comunicação online você utiliza para falar com as empresas durante o processo de compras?



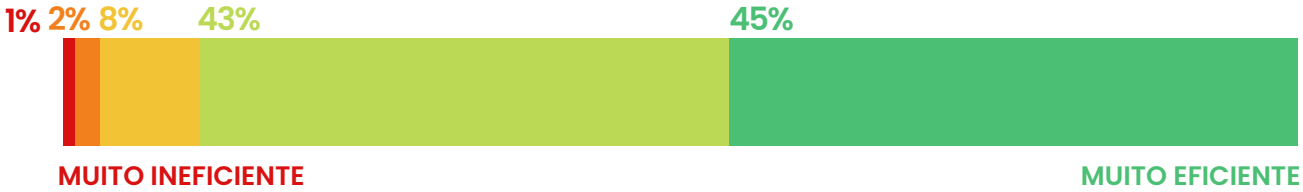
Na edição anterior, 54% dos consumidores tinham o telefone como o canal preferido para se comunicar com as empresas, 48% preferiam o WhatsApp e apenas 47% deles usavam o e-mail para essa finalidade.

Nesta edição, a tendência dos consumidores utilizarem o WhatsApp se confirmou. 57% citaram o WhatsApp como seu canal preferido para conversar com as empresas, 47% indicaram preferir o e-mail e 44% citaram o próprio site da empresa.

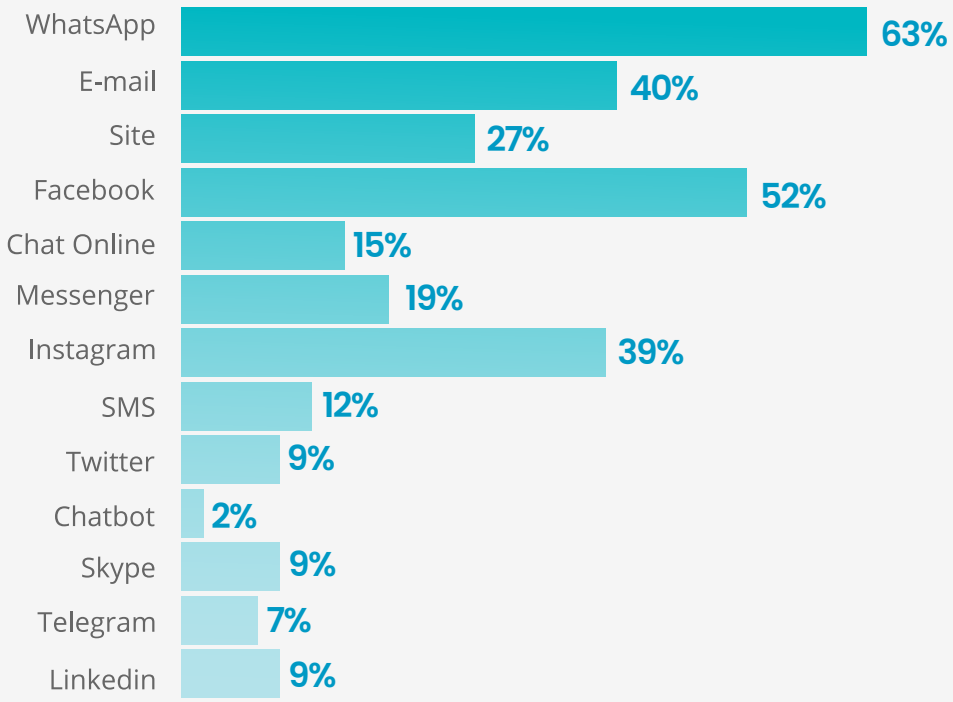
Os números mostram claramente como o comportamento do consumidor mudou. O telefone não se tornou obsoleto, mas os consumidores estão priorizando outros meios mais rápidos de comunicação.

EMPRESAS

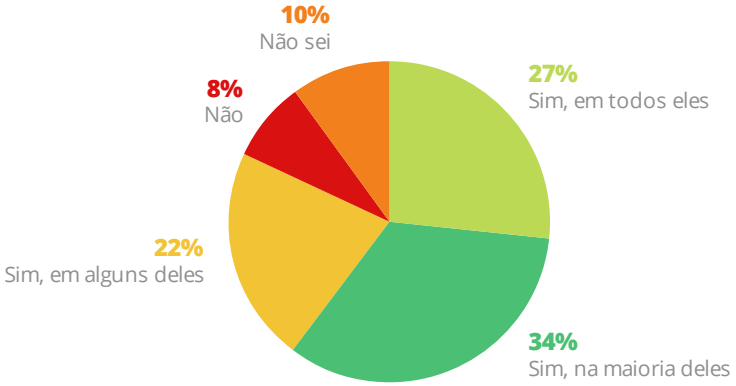
Quão eficiente você considera que a sua empresa é para responder às solicitações dos clientes?



Quais canais de comunicação online você utiliza para vender?



Sua empresa está nos canais preferidos pelos seus clientes?



Na edição anterior do CX Trends, 93% das empresas usavam o telefone como o canal preferido para se comunicar com os consumidores. 92% deles também utilizavam o e-mail e apenas 66% utilizavam o WhatsApp para fins comerciais.

Nesta edição, o cenário mudou: o WhatsApp ficou em primeiro lugar, com 63%. Logo em seguida vem o Facebook, com 52%, seguido pelo e-mail, com apenas 40%.

Os resultados mostram que as empresas estão atentas às mudanças no comportamento dos consumidores, por isso, estão marcando presença nos canais onde eles preferem estar.

A pesquisa evidencia que **88% das empresas** acreditam que oferecem um atendimento eficiente ou muito eficiente para os seus clientes. Por outro lado, apenas 56% dos consumidores avaliam o atendimento das empresas como eficiente ou muito eficiente, sendo que 16% o consideram ineficiente ou muito ineficiente.

Isso mostra como as empresas, de modo geral, ainda precisam melhorar a qualidade do atendimento para atender às expectativas do seu público.

Com relação aos canais de comunicação online, os preferidos pelos consumidores para falar com as marcas são WhatsApp, e-mail e website. 63% das empresas utilizam o WhatsApp para conversar com seu público, e 4 em cada 10 utilizam o email. Mas apenas 27% utilizam um website para atender ao público.

Manter um site no ar atualizado e com bom atendimento envolve um custo relativamente baixo, porém muitas pequenas e médias empresas ainda não priorizam investir nesse canal. No entanto, os dados da pesquisa mostram a importância de ter um site da sua empresa. Por isso, pode ser um bom investimento para alavancar seu negócio.

TEMPO DE RESPOSTA

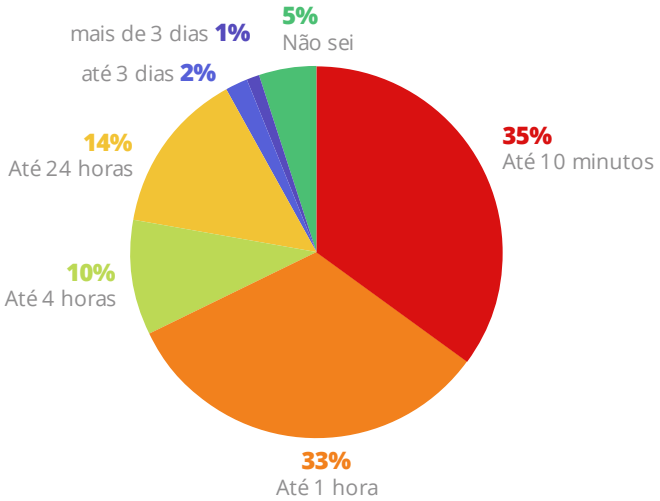
Um dos fatores que mais pode influenciar a experiência do cliente é o tempo de resposta. Todos nós também somos consumidores e sabemos como é desagradável precisar de uma informação ou ter um problema e não obter resposta.

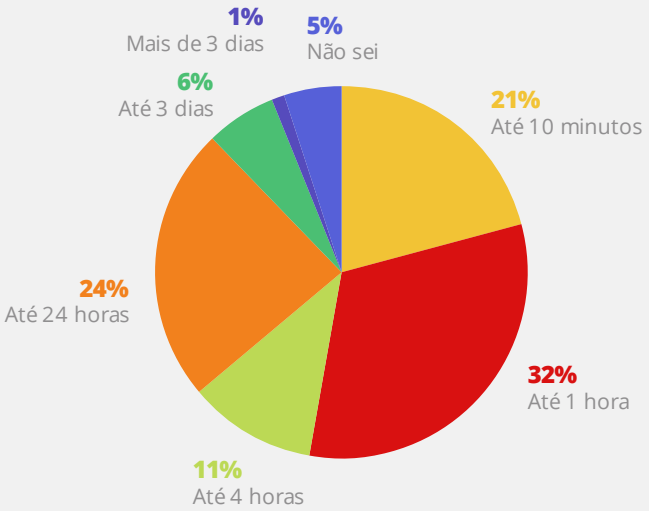
Empresas ágeis no atendimento diminuem a ansiedade do consumidor e, com isso, reduzem o atrito no atendimento. Velocidade de resposta também demonstra preocupação e atenção com as necessidades do cliente, sejam elas quais forem.

Vamos ver a seguir o que os consumidores e as empresas pensam sobre esse assunto.

CONSUMIDORES

Durante a etapa de vendas, qual o tempo de resposta da empresa ideal?

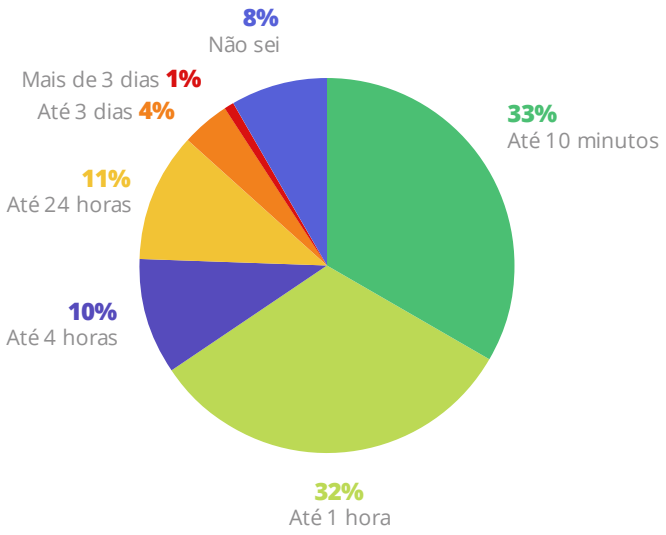


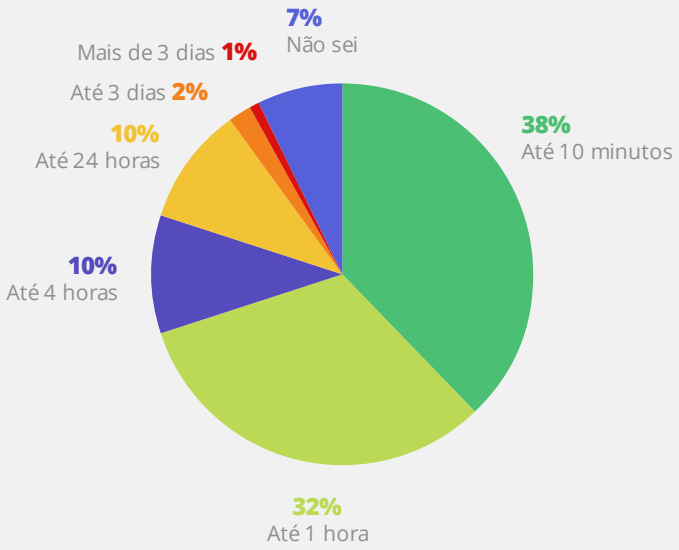


Qual o tempo de resposta máximo aceitável no pós-vendas?

EMPRESAS

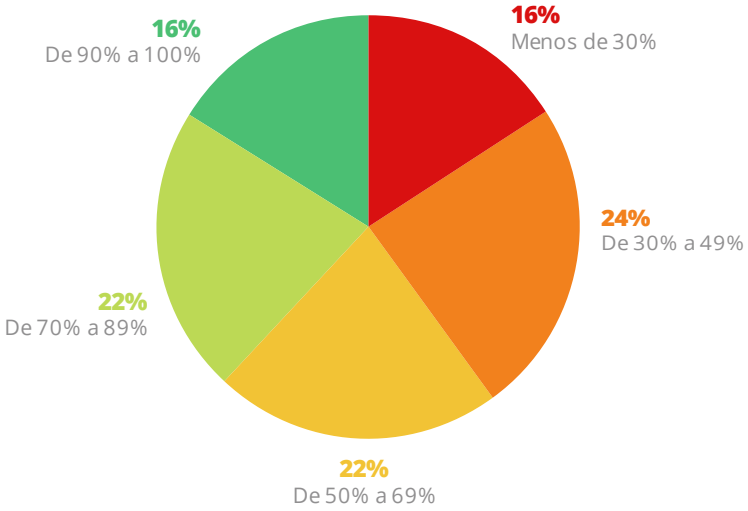
Qual o tempo médio de resposta da sua empresa após o primeiro contato de um possível cliente?





Qual o tempo médio de resposta da sua empresa com um atual cliente?

Quantos contatos comerciais sua empresa consegue responder em um tempo aceitável para o cliente?



Tanto os consumidores quanto as empresas enxergam a importância de um atendimento veloz, seja no pré ou no pós-vendas. 35% dos consumidores estão dispostos a esperar apenas 10 minutos para ser atendido antes de uma venda e 33% consideram que uma hora seja o tempo máximo ideal de espera. As empresas concordam e 33% afirmam que atendem um possível cliente em até 10 minutos e 32% dizem que atendem em até 1 hora.

No pós-vendas, 38% atendem em até 10 minutos e 32% atendem em até 1 hora. É curioso que, apesar das empresas tentarem ser mais eficientes no pós-vendas, os consumidores parecem ser mais tolerantes após ter fechado a compra, já que 53% esperam ser atendidos em menos de uma hora.

40% das empresas afirmam que apenas metade dos atendimentos são respondidos em um prazo aceitável para o cliente, e apenas 16% consideram que 90% a 100% dos atendimentos são realizados em uma velocidade aceitável. Isso mostra a necessidade em melhorar os processos e a eficiência nos canais de comunicação.

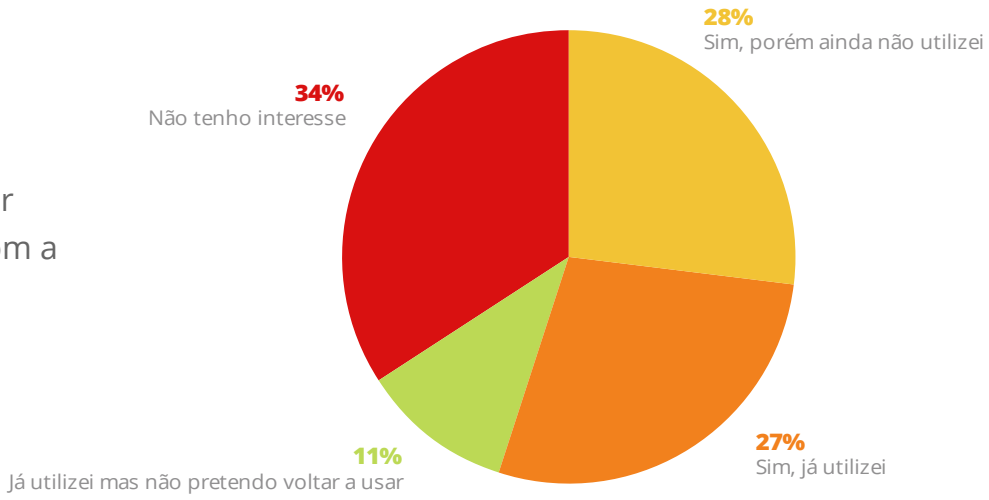
COMUNICAÇÃO HUMANIZADA X AUTOMATIZADA

Os bots já estão entre nós. Muitas empresas têm apostado na comunicação via robôs para dar agilidade ao atendimento e melhorar a velocidade de resposta. Mas como os consumidores enxergam essa tendência? Eles percebem a diferença entre ser atendido por um bot e por um humano?

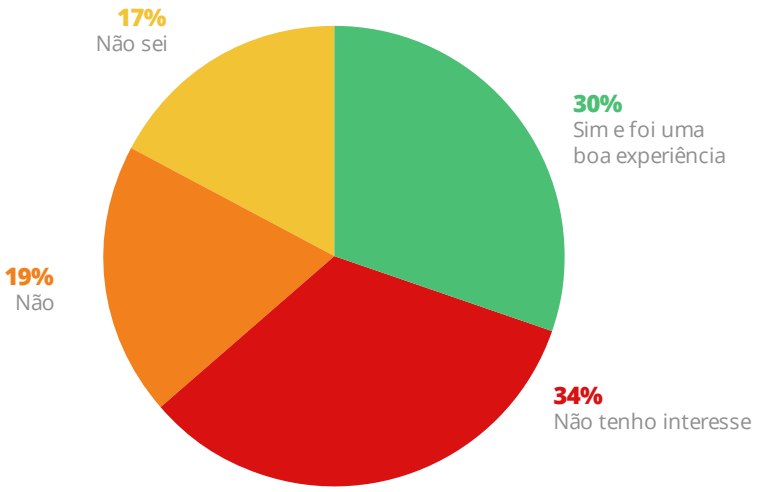
Vamos ver os resultados e entender como o mercado e os consumidores avaliam a comunicação automatizada.

CONSUMIDORES

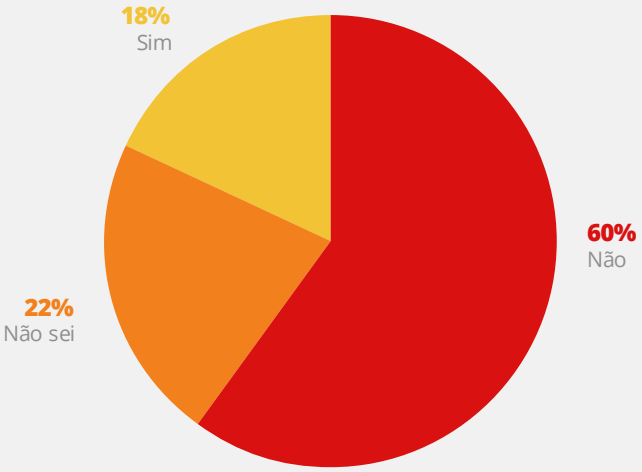
Tem interesse em realizar transações comerciais com a ajuda de um robô?



Já foi atendido por um robô?

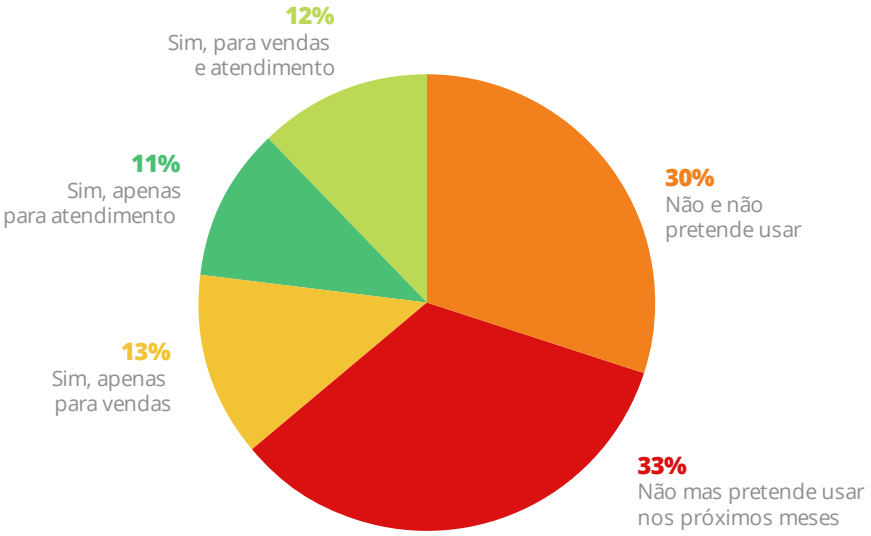


Acha que o atendimento por robô pode ser melhor que o humano?

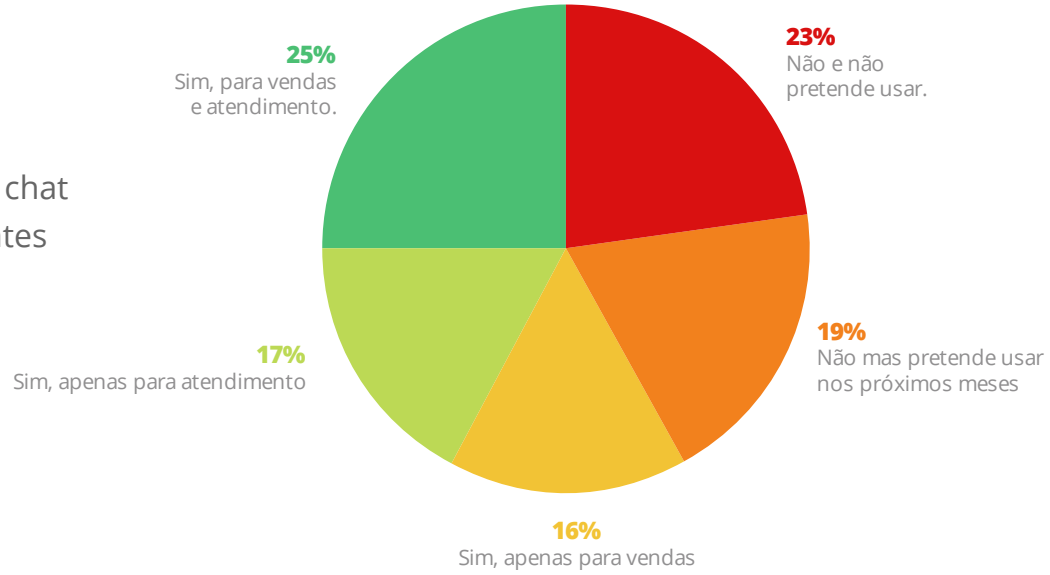


EMPRESAS

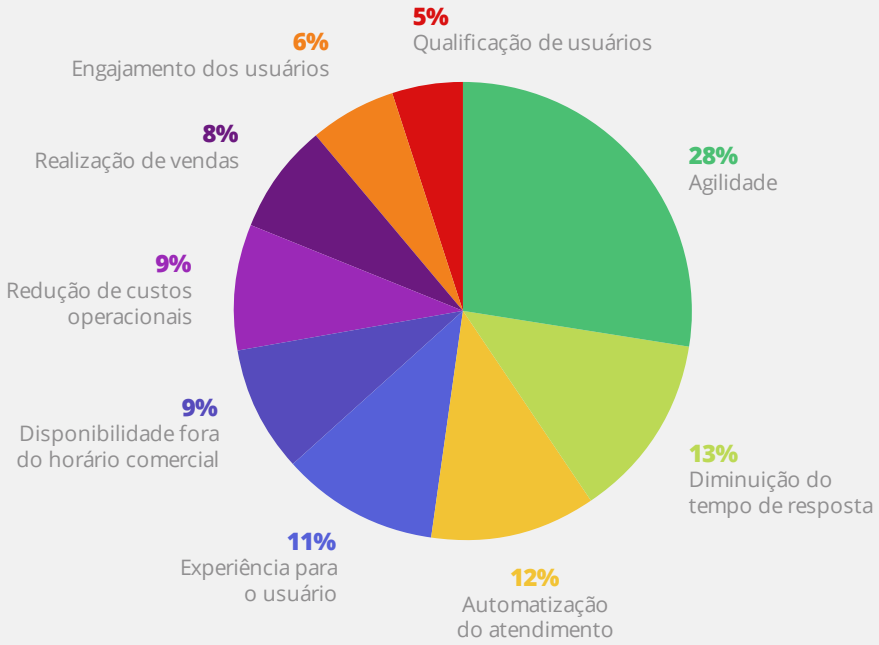
Sua empresa utiliza chatbots na comunicação com o cliente?



Sua empresa utiliza chat online com atendentes humanos?



Qual o principal benefício que notou com chatbots?



55% dos consumidores gostariam da ajuda dos robôs para realizar transações comerciais. No entanto, 11% já utilizaram e não gostaram da experiência e por isso não pretendem voltar a usar.

Com relação ao atendimento, 3 em cada 10 entrevistados já foram atendidos por um robô e gostaram. 33% não tiveram uma boa experiência e, curiosamente, 17% não sabem dizer se já foram ou não atendidos por um robô.

60% dos entrevistados acham que o atendimento feito por robôs não tem como ser melhor do que aquele realizado por humanos, e apenas 18% acham que pode ser melhor.

E as empresas? 36% delas já utilizam bots na sua comunicação e 34% pretende começar a usar nos próximos meses. Entre os que já utilizaram, os principais benefícios apontados são agilidade (28%) e diminuição do tempo de resposta (13%).

É importante, no entanto, que as empresas tenham em mente os receios dos consumidores, pois de nada vai adiantar ser mais ágil e rápido se o consumidor não se sentir bem atendido.

CONCLUSÃO

Muitas empresas estão preocupadas com a experiência do cliente, mas ao pensar em como otimizar seu atendimento e serviço, acabam deixando de lado exatamente o foco no cliente.

É por isso que um estudo como este que está em suas mãos é tão importante. Ele mostra exatamente o que o consumidor pensa, e onde o pensamento das empresas e dos clientes convergem e divergem.

Vamos retomar os principais destaques do CX Trends 2020:

Atendimento ao cliente

88% das empresas acreditam que oferecem um atendimento eficiente ou muito eficiente para os seus clientes. Mas apenas 56% dos consumidores avaliam o atendimento das empresas como eficiente ou muito eficiente.

WhatsApp e e-mail, respectivamente, são os canais de atendimento online preferidos, tanto pelos consumidores quanto pelas empresas.

44% dos consumidores querem conversar com as empresas através de um site, mas apenas 27% das empresas utilizam o site como canal de comunicação online.

Tempo de resposta

35% dos consumidores estão dispostos a esperar apenas 10 minutos para serem atendidos por uma empresa que pretendem comprar.

33% das empresas concordam e dizem que atendem seus possíveis clientes em até 10 minutos.

No pós-vendas, os consumidores são mais tolerantes e apenas 21% estão dispostos a esperar apenas 10 minutos. Ainda assim, 38% das empresas afirmam que os atendem em menos de 10 minutos.

Mesmo assim, 40% das empresas afirmam que apenas metade dos atendimentos são respondidos em um prazo aceitável para o cliente.

Atendimento humanizado x atendimento automatizado

55% dos consumidores gostariam da ajuda dos robôs para realizar transações comerciais. 11% já utilizaram e não pretendem voltar a usar.

3 em cada 10 entrevistados já foram atendidos por um robô e gostaram. 33% não tiveram uma boa experiência.

17% não sabem dizer se já foram ou não atendidos por um robô.

36% delas já utilizam bots na sua comunicação e 34% pretende começar a usar nos próximos meses. Entre os que já utilizaram, os principais benefícios apontados são agilidade (28%) e diminuição do tempo de resposta (13%).

SOBRE NÓS

REALIZADORES

opinion box

O Opinion Box desenvolve soluções digitais inovadoras para pesquisa de mercado e customer experience.

Ao combinar o know-how do time de especialistas com as nossas plataformas exclusivas, entendemos o comportamento e os desejos dos consumidores com agilidade e a um preço acessível.

Assim, ajudamos empresas a tomar decisões mais inteligentes, baseadas em dados e não em achismos.

octadesk

Reunimos os principais canais de vendas e atendimento em um único sistema, onde você pode organizar, gerenciar e analisar as conversas com os seus clientes.

Marketing, vendas, suporte e atendimento. Todas as áreas responsáveis pela comunicação com seu cliente visualizam e respondem as conversas no mesmo lugar. As informações ficam centralizadas e a experiência com ele muito mais personalizada.

SOBRE NÓS

APOIADORES

rockcontent

A Rock Content é a maior empresa de Marketing de Conteúdo do mundo. E nós não apenas ensinamos e vendemos Marketing de Conteúdo, mas construímos nossa empresa com ele.

Conta Azul

Conta Azul é uma empresa de software brasileira que desenvolve e vende uma plataforma de gestão de negócios, inteiramente em nuvem, para micro e pequenas empresas, com uma extensão para escritórios contábeis.

Uma plataforma que conecta a pequena empresa com sua contabilidade. Conectamos ainda com bancos, governo e outros aplicativos para que o dono do negócio tenha em só lugar aquilo que ele precisa.

E, então, os resultados que mostramos estão de acordo ou contrariaram a visão que você tinha a respeito do atendimento nas empresas brasileiras?

Se você gostou desse material e acredita que ele vai motivar e ajudar mais pessoas, compartilhe!

www.cxtrends.com.br

Até logo menos!