

alloyal

8 tendências do futuro da experiência do cliente



Nos últimos anos, muitas empresas enfrentaram desafios na economia e isso impactou em mudanças no cenário da experiência do cliente. Com os rápidos avanços em tecnologia, comportamento do consumidor e expectativas, **as empresas precisam se adaptar para ficar à frente da concorrência.**

Agora a experiência do cliente é mais importante do que nunca, e as empresas que a priorizam têm mais chances de sucesso. Nos próximos anos, ela continuará a evoluir, impulsionada por **inovações tecnológicas e mudanças de expectativas.** Então, quais serão as principais tendências dos consumidores?





Hiper Personalização





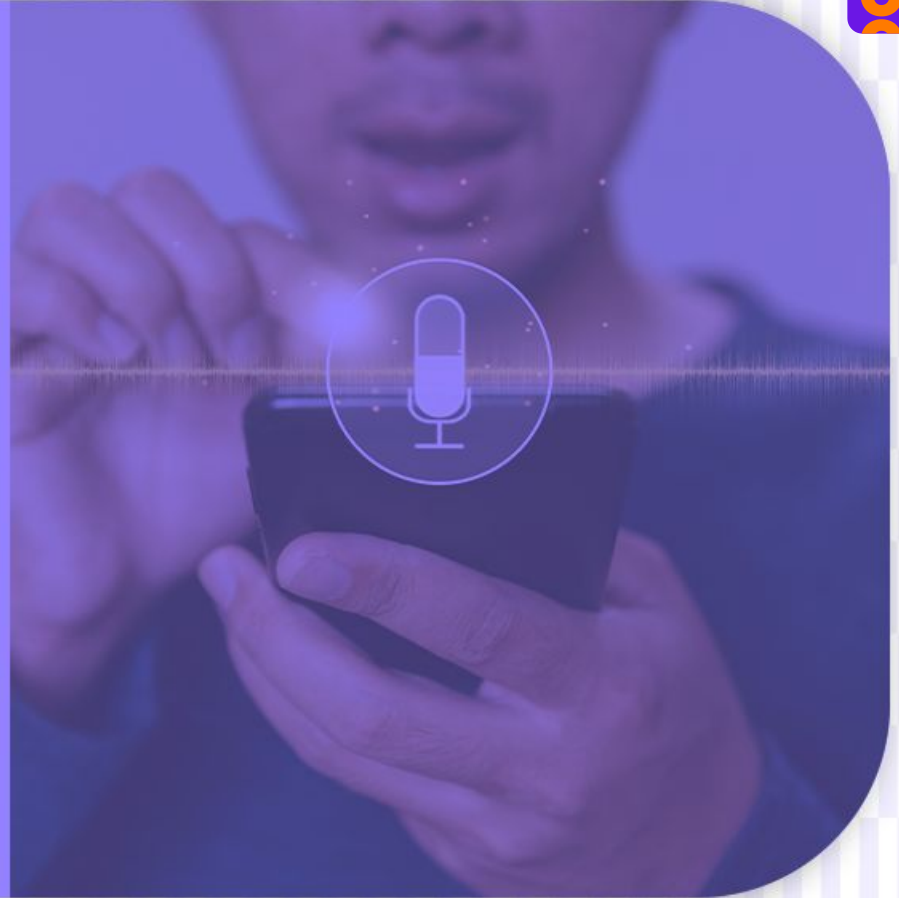
Você já sentiu que as redes sociais leram seu pensamento ao enviar um post patrocinado? Como se uma loja ou serviço fosse criado especialmente para você? Isso é a hiper personalização e ela tem sido uma palavra da moda na experiência do cliente há algum tempo. Mas neste momento, ela se tornará uma parte essencial de qualquer empresa que queira se manter competitiva.

Com tantos dados disponíveis sobre os consumidores, as empresas precisarão usá-los para criar experiências personalizadas que atendam às preferências e comportamentos individuais. Isso pode incluir recomendações personalizadas de produtos, mensagens de marketing personalizadas e interações personalizadas de atendimento ao cliente. Com a ajuda da inteligência artificial e do aprendizado de máquina, as empresas poderão fornecer experiências hiper personalizadas que aumentam a satisfação e a fidelidade do cliente.

A chave será encontrar o equilíbrio certo entre personalização e privacidade. Isso ocorre porque os clientes se tornam mais conscientes das preocupações com a privacidade dos dados, por isso é importante acompanhar as exigências de LGPD.



Assistência por Voz



As interfaces baseadas em voz, como a Alexa da Amazon e o Google Assistant, já são populares nas residências, mas nos próximos anos elas se tornarão mais comuns também nas empresas.

Os clientes poderão interagir com as empresas usando comandos de voz, seja solicitando produtos, solicitando suporte ou procurando informações. Isso exigirá que **as empresas invistam em tecnologias habilitadas por voz, novos atendentes e criem conteúdo otimizado para pesquisa por voz.**





Integração de Realidade Virtual e Aumentada





A realidade aumentada tem o potencial de revolucionar a forma como os clientes interagem com produtos e serviços. Em um futuro próximo, veremos mais empresas a usando para **criar experiências imersivas que permitam aos clientes experimentar produtos antes de comprar, visualizar produtos em seu próprio espaço e interagir com produtos de novas maneiras.**

Isso pode incluir testes virtuais de roupas e maquiagem, tours virtuais de propriedades imobiliárias e demonstrações virtuais de produtos. Ela exigirá que as empresas invistam em novas tecnologias e criem conteúdo otimizado para essas novas experiências.



Experiências Omni Channel



À medida que os clientes interagem com as empresas por meio de vários canais, torna-se cada vez mais importante que elas forneçam uma experiência omnichannel que integre perfeitamente todos os pontos de contato, seja na loja, online, nas redes sociais ou por telefone.

Isso exigirá que as empresas criem experiências consistentes em todos os canais, com o mesmo posicionamento, marca, mensagens e nível de serviço. Também exigirá que invistam em tecnologias que lhes permitam rastrear as interações com os clientes nos canais, para que possam oferecer experiências personalizadas com base nesses dados.





Sustentabilidade



Os clientes estão se tornando mais conscientes das questões sociais e ambientais. Cada vez mais, as empresas que demonstrarem seu compromisso com a responsabilidade social e ambiental terão uma vantagem sobre seus concorrentes.

A sustentabilidade se tornará uma consideração importante para os clientes no futuro. As empresas precisarão levar essa frente a sério e criar experiências que reflitam esse compromisso.

Isso pode incluir embalagens sustentáveis, opções de entrega neutras em carbono e linhas de produtos feitas de materiais sustentáveis. **Em outras palavras, os clientes esperam que as empresas reduzam o desperdício, usem materiais ecologicamente corretos e priorizem a responsabilidade social.**





Inclusão e diversidade





Consumidores, incluindo os mais jovens, estão prestando atenção se as empresas reconhecem a raça, etnia, sexualidade e outras diferenças entre seus clientes. Pensando nisso, **invista em estratégias que evidenciam a diversidade.**

Um estudo de 2021 da Deloitte concluiu que 57% dos consumidores eram mais leais a marcas que se comprometeram a lidar com as desigualdades sociais.



Experiência e eficiência



Mais da metade dos consumidores citou uma equipe amigável e experiente como o fator mais importante na criação de uma boa experiência em lojas, relata o Retail Dive.

Apesar de muitas empresas terem reduzido o número de funcionários, os consumidores não reduziram suas expectativas e pessoas prestativas ainda impactam muito a experiência.

Portanto, **se uma empresa não consegue atender a quantidade, deve buscar a qualidade, por meio da satisfação do funcionário.** Investir em treinamentos, programas de benefícios e bem-estar está atrelado a um bom resultado.





Programas de lealdade





Uma grande tendência é agregar valor ao serviço usando programas de lealdade. O uso crescente de ofertas e descontos de estabelecimentos terceiros é uma ótima maneira de oferecer uma variedade de recompensas atraentes e flexíveis que mantêm os clientes atuais satisfeitos e também incentiva novos membros.



Diferencial competitivo, fidelização e mais vendas: tenha tudo isso com um programa de fidelidade.

As pessoas querem mais que produtos e serviços: elas buscam experiências com as marcas. Veja a relação com seus clientes se tornar mais valiosa e impulse o sucesso do seu negócio.

- Ofereça centenas de descontos todos os dias em milhares de lojas online.
- Seus clientes ainda recebem cashback.
- Tenha liberdade para cadastrar parceiros próprios tanto físicos quanto online.
- Conte com nosso time de sucesso do cliente para acompanhar o seu projeto.
- Acompanhe o comportamento dos seus clientes em um dashboard.

Já ajudamos centenas de empresas a fidelizar seus clientes

Converse com um consultor e entenda como a Alloyal pode te ajudar.

