

Trilhe novos caminhos

salesforce

A nova experiência do cliente está sempre acontecendo, em todos os canais digitais e em interações nas lojas físicas e on-line. O relacionamento de cada cliente com sua organização abre um caminho exclusivo para a fidelidade e o apoio à marca. Pode parecer complicado navegar pelo cenário em constante evolução da tecnologia e das expectativas do cliente, mas com algumas análises aliadas a jornadas integradas e imersivas promovidas pela Salesforce, você chegará ao seu destino rapidamente.

Conecte suas iniciativas de marketing a vendas e atendimento, aplicativos e comunidades para desenvolver uma experiência exclusiva com a marca. Faça a diferença na vida dos seus clientes nos momentos mais importantes e promova relacionamentos duradouros em todos os estágios do ciclo de vida do consumidor.

Confira a seguir quatro exemplos de jornadas rumo ao sucesso, tanto para a marca como para o cliente.

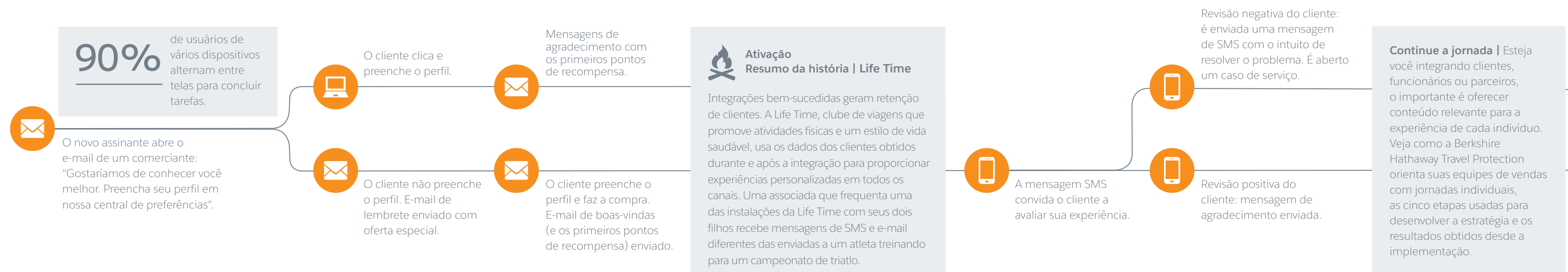
AQUISIÇÃO | Conquista de novos clientes

Há um antigo ditado que diz: "O primeiro passo é sempre o mais difícil". Mas não precisa ser assim. Para que os clientes em potencial escolham sua marca em vez da concorrência, basta planejar bem o trajeto. A primeira interação com sua marca estabelece o precedente para o relacionamento. Relevância e oportunidade são cruciais desde o início. Veja este caminho e entenda como pode começar uma jornada bem-sucedida de aquisição:



INTEGRAÇÃO | Comece com o pé direito

Após a primeira transação, os novos clientes já estarão muito interessados na sua marca. Mostre a eles que você está feliz com o início desse novo relacionamento. Reserve um momento para conhecê-los melhor, coletando dados úteis para permanecer relevante e lembrado. Informe novos contatos sobre outros serviços ou produtos que podem ser interessantes. Lembre-se de que a integração não se refere apenas aos clientes finais: é também muito importante para parceiros comerciais e funcionários. Seja qual for o seu público, tenha em mente as preferências dele e deixe que ele oriente o processo com suas ações. Confira aqui um exemplo desta jornada de integração:



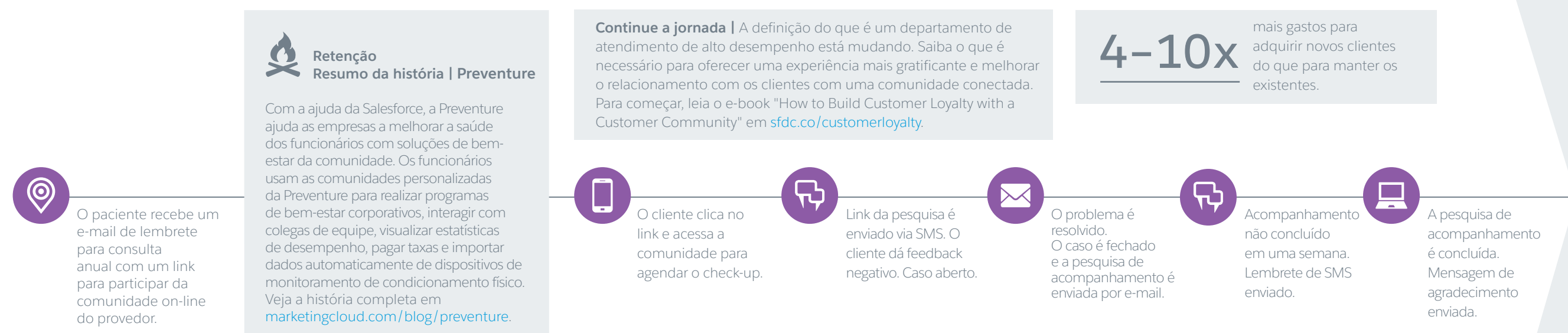
ENVOLVER | Encontrem juntos o melhor caminho a seguir

Como sua organização já sabe, cada cliente tem um conjunto exclusivo de preferências que determina como ele interage com a sua marca e se ele optará por manter essa interação. A parte mais difícil dessa jornada é manter o envolvimento durante experiências novas, antigas favoritas e nas mudanças de gostos e necessidades pessoais. Não deixe suas interações estagnarem e mantenha o relacionamento atualizado e interessante. À medida que o tempo passa, os dados que você tem sobre cada um dos seus clientes ficarão mais refinados. Aproveite essas informações para transmitir mensagens individuais personalizadas e manter o interesse de assinantes e compradores. Confira os destaques neste exemplo de jornada de engajamento:



RETENÇÃO | Reconquiste os clientes que desviarem do caminho

Tão importante quanto equilibrar o engajamento é reconhecer quando um consumidor dá indícios de que deseja abandonar o barco. Preste atenção ao comportamento dos seus clientes, determine onde eles perdem interesse e responda de forma apropriada. A forma como você lida com clientes desengajados pode ser, na verdade, a chave para conquistar promotores da marca. Mantenha suas listas de contatos organizadas e promova experiências cordiais aos consumidores que estão saindo, deixando as portas abertas para que retornem a qualquer momento. Aqui está uma jornada de retenção ideal, criada a partir do que poderia ter sido uma saída simples:



Deixe o cliente ser seu guia.

Tudo pronto para começar a mapear sua própria jornada do cliente? Inspire-se para trilhar novos caminhos com a série de webinars de jornada do cliente da Salesforce. Explore uma visão detalhada de planejamento e execução de suas jornadas ao longo do ciclo de vida do cliente.

Acesse marketingcloud.com/customer-journey-map-examples para saber mais.