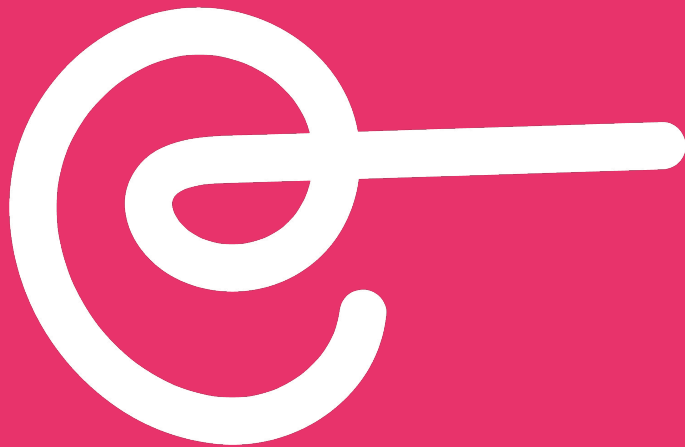


CENTRAL



customer success



1. O que é isso?



Customer Success (CS) ou sucesso do cliente é uma estratégia que surgiu com as empresas de Software as a Service (SaaS) para manter seus clientes **por mais tempo** e, assim, reter **mais receita**. A partir desta mentalidade é que surge um movimento para tentar mudar a ideia de todo o **pós-venda**.



“Sucesso do Cliente é quando seus clientes alcançam os **resultados** desejados através das **interações** com a sua empresa”



Lincoln Murphy



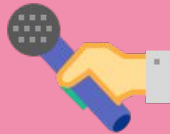
DEFINA SUCESSO

“O que significa ter sucesso com a nossa empresa para você?”



1. Faça um funil para entrevistas

- ICP (Ideal Customer Profiler)
- Persona x ICP



2. Fase qualitativa

- Selecionar clientes
- Entrevistas – Presencial ou online; Perguntas abertas



DEFINA SUCESSO



3. Formas de sucesso

- Agrupe as infos
- Defina as formas de sucesso dadas



4. Fase quantitativa

- Validação
- Pesquisa - Espaço amostral maior



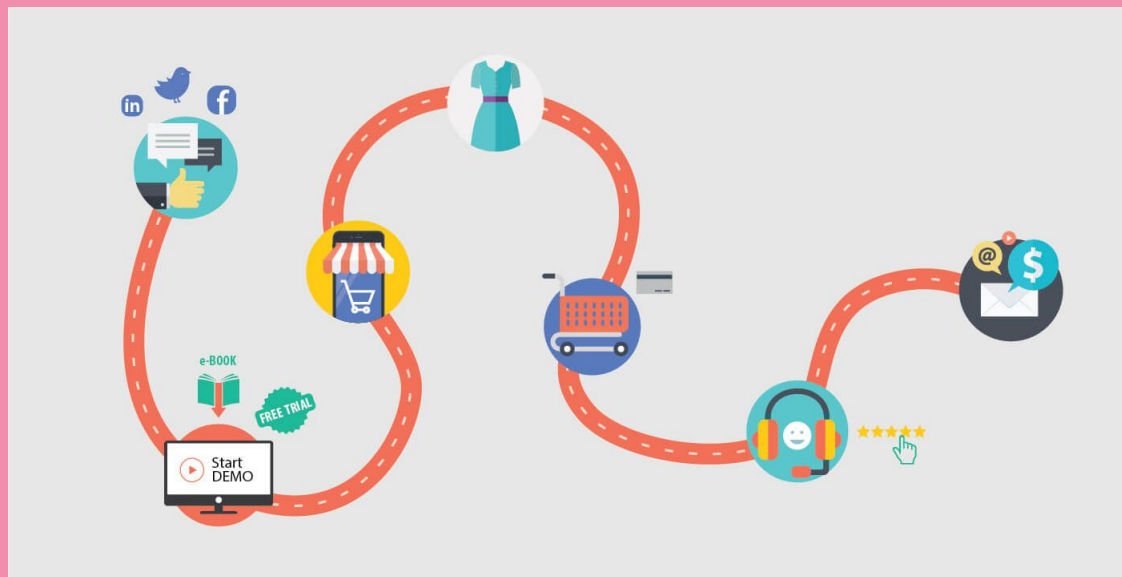
E depois do Mapa de Sucesso?

Você já é capaz de pensar em outros passos da jornada!

- Onboarding
- Success Milestones
- KPIs
- Conteúdo



+ TOUCH POINTS



PRIORIZE O CS

Para sair do papel, é preciso
PRIORIZAR

Você irá deixar de entender seu
cliente e procurar parcerias? Ou
testar novos produtos?

Para que o CS seja, de fato,
implementado, a resposta é **NÃO!**



MEÇA O CS

1. Churn → Como calcular e reduzir?

- Cancelamento de serviços
- Experiência completa
 - Mau atendimento
 - Atrasos
 - Cobranças erradas



MEÇA O CS

2. NPS (Net Promoter Score)



CELEBRE O CS

A maioria das EJs possui um ritual ou alguma forma de comemorar quando atingem suas metas ou vendem mais um projeto

Para o CS, precisa acontecer o mesmo!

Crie uma forma de comemorar o sucesso de seus clientes e gere a ideia de que esse processo é dever de toda a empresa!



PARA PENSAR E PÔR EM PRÁTICA

PRODUTO

1. Qual função vai realmente ajudar nossos clientes a atingirem seus objetivos, usando a solução que estamos oferecendo?

VENDAS

1. Quais tipos de clientes tendem a se adequar à nossa solução?
2. Quais clientes nos abandonarão facilmente ou rapidamente?

MARKETING

1. Qual discurso/forma de abordagem se alinha e não se alinha com o sucesso e valor que entregamos?





GUSTAVO RODRIGUES

Coordenador de Desenvolvimento
gustavo.rodrigues@nucleocentral.com.br

MILLENA LOUREIRO

Coordenadora de Formação Empreendedora
milena.loureiro@nucleocentral.com.br

 nucleocentral.com.br

 /núcleocentral

 @nucleocentral