



Comunicação empresarial na era digital: que papel para as pessoas?

Judite Manso

Comunicação empresarial na era digital: que papel para as pessoas?



- A tecnologia veio transformar a forma com as empresa se relacionam com seus clientes e a forma como os clientes se relacionam com as empresas;
 - Múltiplos canais de comunicação: e-mail, página web, redes sociais, sms, telefone, etc;
 - Comunicação em tempo real;
 - Mudança do comportamento de compra;
-

Então e as pessoas?



- Os recursos humanos que as empresas tanto reclamam como o seu ativo mais valioso, continuarão, neste contexto, a ser o recurso mais valioso?
 - Terão elas alguma influência na decisão de compra do cliente com os recursos online de que dispõe?
-



■ O que sabemos?

Processo de Decisão de compra



- A teoria sobre o processo de decisão de compra mais aceite, de entre a maioria dos autores, é a de cinco etapas:
 1. Reconhecimento do problema;
 2. Procura de informações;
 3. Avaliação de alternativas;
 4. Decisão de compra e
 5. Comportamento pós-compra.

(KOTLER, KELLER, 2006; SOLOMON, 2001; BOONE, KURTZ, 2009; SHETH, MITTAL, NEWMAN, 2001).

Traditional model



No modelo tradicional, o consumidor só se deparava com a “verdade” sobre o produto depois de vê-lo na prateleira de uma loja e só conseguia obter as verdadeiras impressões sobre ele após a experiência de uso.



Com a massificação da
internet...

Sabemos que:



- Perto de metade da população mundial tem acesso à internet;
- Os utilizadores da internet chegarão aos três biliões em 2016;

Previsões da Euromonitor Internacional

- Em Portugal mais de 70% da População utiliza a Internet. E serão mais de 85% em 2020;

ACEPI/Netsonda | Barómetro do Comércio Eletrónico em Portugal | 4º Trimestre 2014

- Nos EUA, 70% das pessoas dizem que procuram reviews sobre o produto antes de fazerem a compra;

Google, e-book ZMOT



“When consumers hear about a product today, their first reaction is ‘Let me search online for it.’”

The new mental model



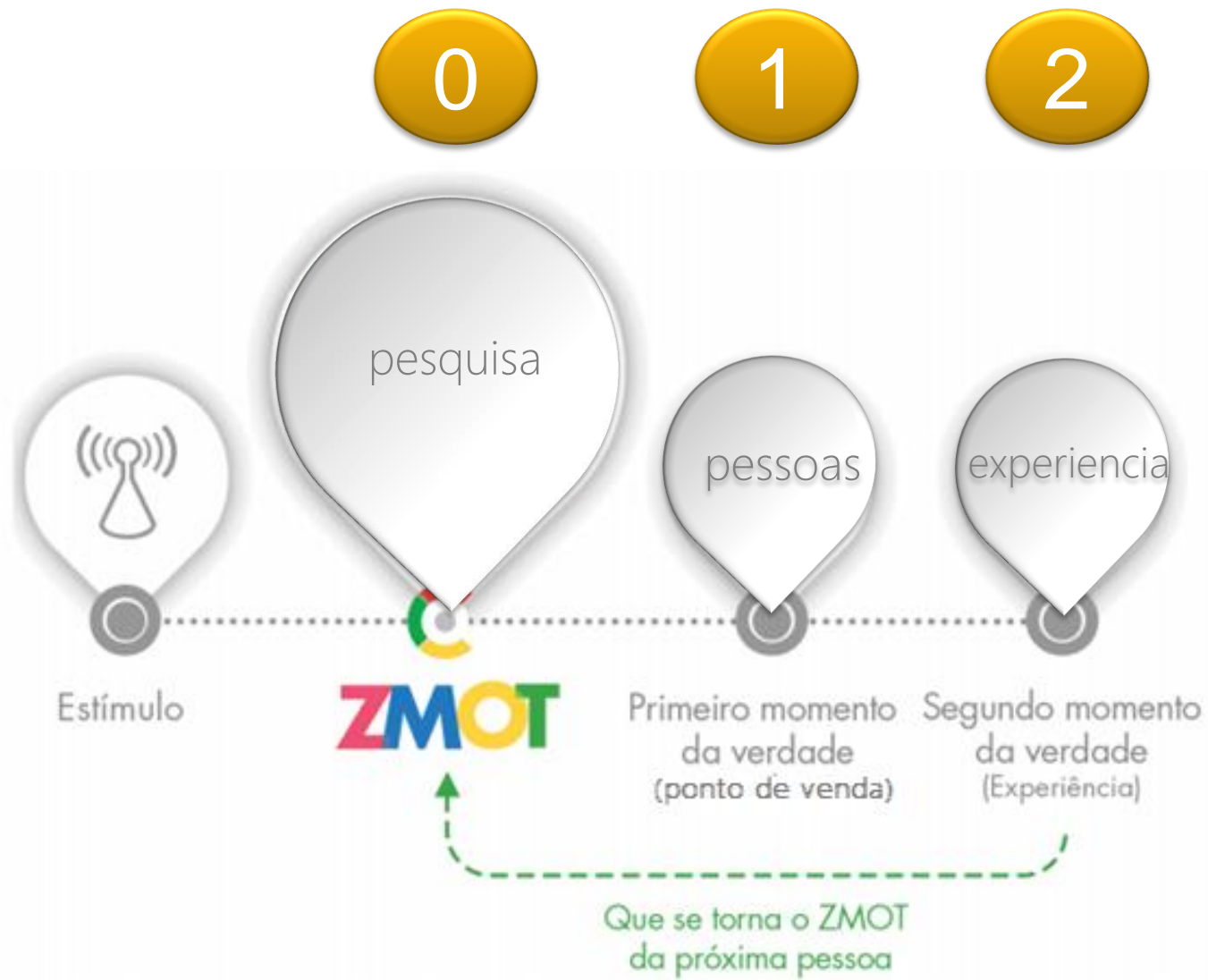
1. Procura on-line e avalia as opções;
2. Avalia as informações no(s) site(s) da(s) empresa(s) e compara;
3. Procura opiniões de terceiros (feedback de outros consumidores);
4. Escolhe a empresa e entra em contacto para esclarecer dúvidas;
5. Faz o pedido e recebe o produto/serviço;
6. Deixa a sua opinião online relativamente à sua experiência de compra.

The new mental model





Quais são os momentos da
verdade?





O papel das pessoas
mudou?



Sim!

Aumentou...



- a sua responsabilidade;
- grau de exigência;
- conhecimento;
- ...

... O seu Valor!



E existem evidências!



CERTIFICAÇÃO

www.lac.com.pt

+351 234 098 011

LAC

LÍDER NO ATENDIMENTO AO CLIENTE

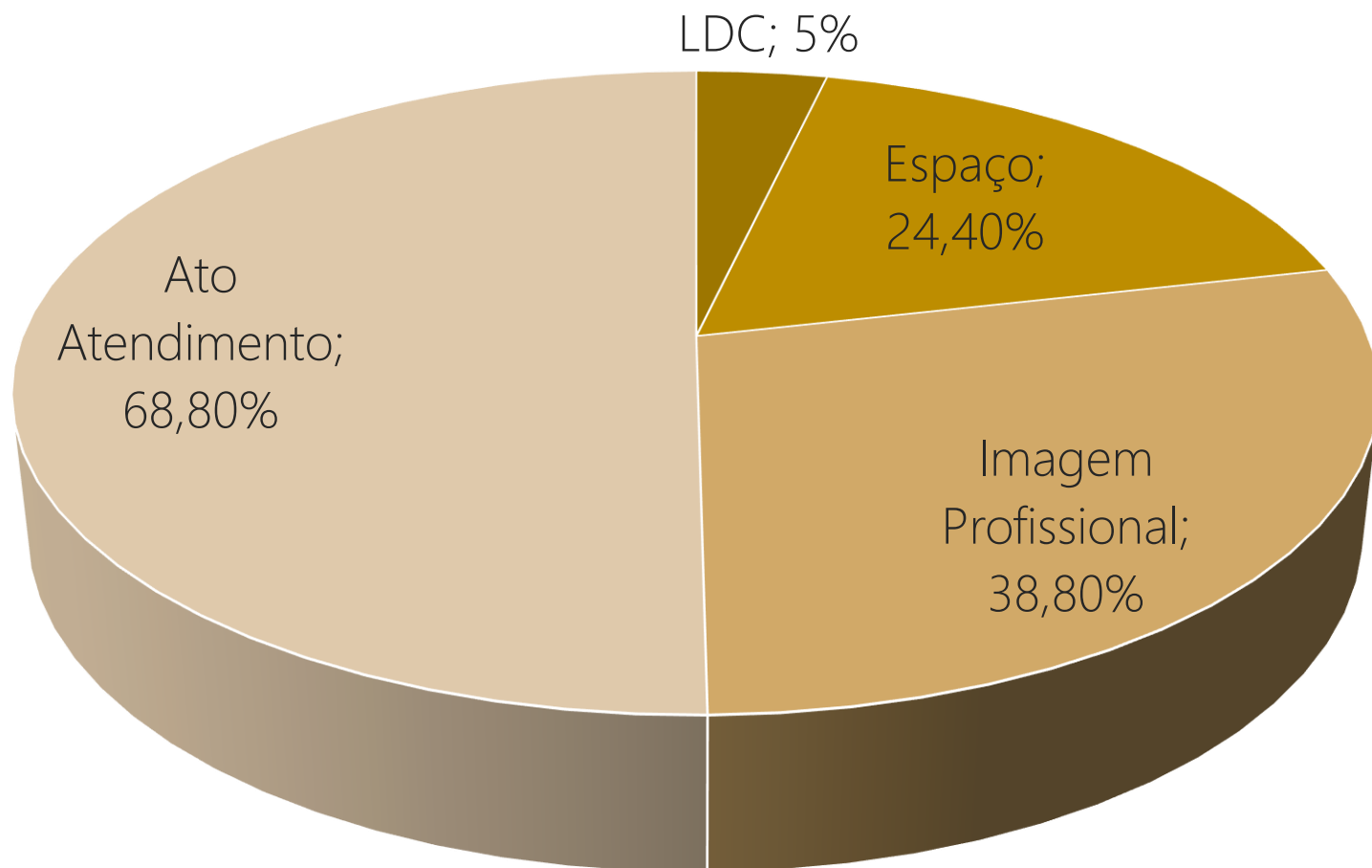
Avalia:



- Espaço físico
- O cumprimento da LDC
- A imagem do profissional
- Ato do Atendimento



O LAC – Líder no Atendimento ao Cliente





O que fazer?

Algumas pistas...

funcionário

empresa

Capacidade de resposta aos –
diferentes canais
Atualização de conteúdos –
Organização e método –

- Conhecimento do produto;
- Empáticos;
- Disponíveis;
- Aprendizagem constante;
- ...

- Capacidade de
gestão de crise
Uma experiencia negativa,
pode positivo!



Estímulo

0

1

2

Desenhar processos simples, flexíveis –
Produzir conteúdos interessantes –
Formar, treinar e acompanhar as –
PESSOAS

- Processos flexíveis e ágeis
- Formar e treinar
- Avaliar e controlar e Valorizar
- Medir e mudar

- As PESSOAS continuam a ser um capital, cada vez mais valioso, nas empresas;
- Influenciam a decisão de compra e podem ser um fator diferenciador!



Muito Obrigada

Judite Manso

juditemanso@ua.pt

☎ 91 959 12 13 | 927 99 22 42
