

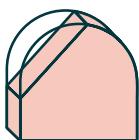
TENDÊNCIAS DA EXPERIÊNCIA DO CLIENTE 2021: INSIGHTS DE SETOR

Varejo

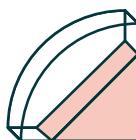
As empresas varejistas enfrentaram uma volatilidade extrema este ano, uma evidência das mudanças vertiginosas na maneira como os clientes fazem compras, como os funcionários trabalham e, em última análise, como as empresas fazem negócios.



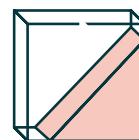
No terceiro relatório anual de Tendências da experiência do cliente da Zendesk, as empresas varejistas relataram mudanças importantes na forma como trabalham:



84%
implementaram novas ferramentas ou processos



44%
gerenciam equipes remotas



37%
tiveram que demitir funcionários

É muita coisa de uma só vez. E as empresas varejistas estão lidando com tudo isso enquanto veem um aumento de 38% em engajamento do cliente, mais do que em qualquer outro setor pesquisado. Não surpreende que 68% dos agentes dizem se sentir sobrecarregados.

Em momentos como agora, é difícil atender às expectativas dos clientes. O relatório deste ano revela cinco tendências que estão ajudando os líderes em experiência do cliente a estabelecer um padrão elevado.

TENDÊNCIA 01

A experiência do cliente em destaque

Neste ano, a experiência do cliente aconteceu principalmente on-line, com as empresas varejistas facilitando coletas sem contato e processos de devolução, entre outros. Mas enquanto as interações presenciais diminuíram, a importância de oferecer interações significativas com o cliente não mudou.



69%
das empresas varejistas disseram que se preocuparam mais com a experiência do cliente neste ano do que no ano anterior.

No mundo on-line, isso significa oferecer ao cliente uma experiência consistente e personalizada em todos os canais.

As empresas do setor de varejo com os clientes mais satisfeitos têm 2,3 vezes mais probabilidade de terem investido em comunicação omnichannel.

TENDÊNCIA 02

Um mundo com mais conversas

Uma boa experiência do cliente requer ir aonde eles estão. Mas esse lugar muda — 64% dizem que experimentaram novos canais em 2020. A maioria das empresas varejistas se esforça para acompanhar o ritmo, com 74% delas declarando que buscaram novas maneiras de interagir com os clientes. Em geral, os clientes estão usando canais de troca de mensagem.

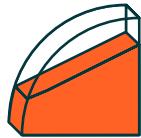
As empresas varejistas viram um aumento de 24% em solicitações de suporte feitas pelo WhatsApp, e 37% daquelas que adicionaram um novo canal recorreram a conversas por redes sociais. Interagir com clientes dessa forma está funcionando.

As empresas do setor de varejo com os melhores históricos em experiência do cliente têm 1,4 vez mais probabilidade de trocar mensagens com os clientes.

TENDÊNCIA 03

Ênfase em agilidade

A capacidade de se adaptar rapidamente é uma habilidade empresarial útil há muito tempo, mas sua relevância foi ainda maior em 2020.



65%

das empresas varejistas estão buscando melhorar a agilidade

usando agentes mistos, ferramentas de gestão do fluxo de trabalho e IA.

As empresas do setor de varejo com as métricas de desempenho em experiência do cliente mais altas têm 1,8 vez mais probabilidade de usar ferramentas de gestão do fluxo de trabalho.

TENDÊNCIA 04

O futuro do trabalho é agora

As empresas varejistas estão reavaliando como suas equipes de suporte atendem os clientes: 46% anunciaram planos formais de trabalho remoto para seus agentes. Mas apenas 47% dos agentes sentem que contam com as ferramentas certas, enquanto 51% dos gestores de experiência do cliente conseguem medir o sucesso na configuração atual.

Felizmente, 58% das equipes de suporte das empresas varejistas agora têm acesso a desenvolvedores, o que significa que podem personalizar suas soluções de suporte e ajudar as equipes a trabalhar de maneira mais inteligente.

De fato, as empresas do setor de varejo com tempo de resolução mais rápido e maior satisfação do cliente têm 1,5 vez mais probabilidade de contar com desenvolvedores.

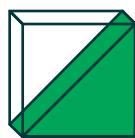
TENDÊNCIA 05

O ponto da virada digital

A mudança para o mundo digital demorou para acontecer, mas sua importância se intensificou este ano. As empresas varejistas que estavam realizando uma transição lenta agora têm maior urgência em acelerar seus cronogramas. Mas apenas algumas têm dinheiro para isso.

33% enfrentaram cortes no orçamento para experiência do cliente em 2020, enquanto 32% viram aumentos.

2021 parece mais promissor.



50%

esperam ter um orçamento maior para investir em tecnologia de experiência do cliente em 2021.

Para obter um panorama mais amplo do estado da experiência do cliente em 2021, [confira o relatório completo de Tendências da experiência do cliente.](#)