

Os 5 níveis de **Maturidade**

Veja em qual sua empresa **se enquadra**

Iniciante em análise

Decisões baseadas na intuição. Dados fragmentados, pouca governança e análises limitadas a relatórios básicos.

Análise localizada

Algumas áreas já usam dados, mas de forma isolada. Início de experimentos preditivos, sem integração entre sistemas.

Aspirações analíticas

Arquitetura de dados mais integrada. KPIs compartilhados e uso crescente de fontes internas e externas.

Empresa de análise

Cultura data-driven consolidada. Uso de machine learning supervisionado e dados como ativo estratégico.

Concorrente analítico

O auge da maturidade. IA integrada automatiza decisões em tempo real, transformando dados em vantagem competitiva.

Customer Satisfaction Score (CSAT)

Mensura o nível de satisfação do cliente para um aspecto específico de interação com a marca.

Net Promoter Score (NPS)

Mensura o nível de satisfação do cliente para um aspecto específico de interação com a marca.

Métricas e Roi com IA em CX

4 métricas que, quando usadas de forma complementar, ajudam a desenhar um **mapa da experiência do cliente**:

Customer Effort Score (CES)

Mensura o esforço que foi feito pelo cliente para interagir com a empresa.

Voz do Cliente (VoC)

Mensura insights acionáveis para melhorar experiências, por meio de coleta de dados de pesquisas, reviews e formulários.

Segmentação de **marketing x CX**

No CX, segmentar é entender como ele se comporta, em que contexto está e o que espera em cada momento.

Segmentação tradicional de marketing

Baseada em:

- Dados demográficos (idade, gênero, localização)
- Dados socioeconômicos (classe, cargo, setor)
- Dados históricos (frequência de compra, canal de origem)

Segmentação em CX

Combina diferentes camadas de dados para gerar interações mais inteligentes:

- Demográficos: quem é o cliente
- Comportamentais: o que ele faz ou demonstra querer
- Contextuais: onde e quando ele está interagindo

Playbook de Implementação

Como usar IA para melhorar a experiência do cliente quando os dados disponíveis estão longe do ideal?

Começar pequeno e focar em três passos fundamentais:

- 01 Organização e limpeza de dados**
Não adianta usar IA sem dados confiáveis, priorizar a coleta e organização de dados essenciais.
- 02 Uso de IA com o que já tem**
Mesmo com dados limitados, conseguimos usar IA para identificar padrões iniciais e gerar insights úteis.
- 03 Cultura de dados e melhoria contínua**
Investir na cultura de dados e envolver as equipes na conscientização da importância dos dados e evoluir gradualmente.

Gestão da Mudança e Cultura

5 dicas para fortalecer a **mentalidade data-driven** da sua equipe

Estruture a governança de dados

Defina políticas claras sobre coleta, uso e gestão das informações.

Garanta que todos tenham acesso fácil e compreensível às ferramentas e fontes de dados.

Democratize o acesso aos dados

Compartilhe propósito e valores

Mostre por que os dados são essenciais para decisões melhores e mais estratégicas.

Evidencie como a gestão de dados otimiza tempo, automatiza tarefas e aumenta a produtividade.

Mostre os benefícios na prática

Invista em tecnologia e capacitação

Adote ferramentas digitais e treine sua equipe para transformar dados em ação.