O diferencial competitivo e a transformação silenciosa da Jornada do Cliente

Em uma era caracterizada pela rápida digitalização, a experiência se tornou o diferencial competitivo definitivo para as empresas. Portanto, para trazer uma maior aproximação entre cliente e serviço, nasceu a Total Experience (TX), trazendo a união da Experiência do Cliente (CX), Experiência do Usuário (UX) e Experiência do Funcionário (EX), fazendo com tudo esteja perfeitamente interligado.

Ou seja, a TX não é apenas um conceito teórico, mas uma prática emergente que está silenciosamente transformando as expectativas e as realidades do engajamento no ecossistema empresarial. Enquanto a digitalização é de vital importância, a Total Experience a transcende para encapsular todos os pontos de contato. Ela representa uma sinergia onde a tecnologia e as interações humanas se cruzam, resultando em uma experiência mais rica e envolvente.

Há algum tempo, a necessidade de fazer com que o usuário se sinta bem dentro do aplicativo ou site se tornou ponto de interesse e investimento das empresas. Agora, o ponto de maior engajamento no setor é fazer com que o funcionário também se sinta bem e unido com o cliente, fazendo o momento de ambos ser melhor.

Segundo Lincoln Pinto, Head de vendas da GWCloud, *"a TX considera que a experiência do cliente e do funcionário são inseparáveis. Funcionários engajados e capacitados são fundamentais para oferecer uma experiência de cliente excepcional"*.

A empresas líderes em seus setores já utilizam essa prática para integrar feedback em tempo real, adaptar-se dinamicamente às necessidades dos clientes e impulsionar a inovação interna. De certa forma, ela funciona como um organismo vivo, dentro do institucional, evoluindo após cada nova interação.

Entretanto, sua implementação traz desafios, especialmente em termos de integração de dados e privacidade. Soluções inovadoras estão emergindo, centradas em alavancar a tecnologia enquanto se aderem rigorosamente aos princípios éticos e regulamentações legais, porém, ainda é um caminho a ser mais explorado e instigado a mais melhorias.

Mesmo assim, as expectativas em cima da TX são altas, visando uma noção de necessidade

de sua existência no contato entre serviço e cliente. Não haverá diferencial entre a empresa ter ou não a TX, mas, sim, em como ela vai funcionar. Para Lincoln, *"elas serão avaliadas com base em sua capacidade de oferecer uma experiência totalmente integrada, que deleite em todos os pontos de contato"*.



Portanto, o avanço dessa nova prática não será linear. Como funciona através das interações, haverão momentos de mais desafio e aprendizagem. A empresa que apostar nessa ferramenta para o futuro terá seus obstáculos, mas poderá contar com as novas oportunidades que ela oferece.

Vale lembrar que, como as possibilidades são infinitas, quando se fala de interação com o cliente, as chances de crescimento de uma empresa, principalmente em sua imagem perante o consumidor, são enormes. Por mais que seja nova e tenha seu percurso a percorrer para se tornar algo corriqueiro, a experiência de lidar com ela desde seu início pode trazer benefícios a longo prazo, sendo de grande valor para quem pensa no bem estar interno e externo de seu negócio.