

Por Denise Coelho

Muito se fala em *customer experience* (CX), conceito e área que olha para todos os pontos de contato das pessoas clientes. Ou seja, desde a primeira busca por produtos e serviços no site de uma empresa ao pós-venda, por exemplo. Muitas linhas se entrelaçam para que seja construída uma trama segura e forte para suportar a relação de clientes e marcas. Em outras palavras: uma empresa que olha para o *customer success*, atendimento, UX e *employee experience* está olhando para variados pontos que ajudam a CX ser ainda melhor. Todas essas frentes contribuem para que clientes tenham uma boa jornada em suas experiências com determinada empresa e, caso uma delas não esteja bem implementada, os resultados podem ficar aquém do esperado.

Em um cenário empresarial cada vez mais competitivo, a relação entre a satisfação das pessoas que compõem uma empresa e a experiência de quem contrata produtos e serviços ganha uma importância fundamental. Afinal, são as pessoas que compõem a força de trabalho que, por meio de suas interações com o público externo, constroem a percepção que os clientes têm sobre a companhia. Nesse contexto, oferecer benefícios adequados e relevantes não é apenas uma questão de bem-estar e aumento do poder de compra, mas uma estratégia para contribuir para a satisfação, o engajamento e, consequentemente, a qualidade do serviço prestado, ajudando as empresas a atingirem seus objetivos e garantir uma boa experiência.

De acordo com uma pesquisa realizada recentemente pela Ticket com quase mil pessoas trabalhadoras, 48% delas consideram alta a relevância dos benefícios na decisão para se manter ou mudar de emprego. Isso pode ser explicado por outro dado: segundo levantamento da consultoria SoluCX, 57% consideram os benefícios muito importantes para a economia familiar.

Proporcionar vantagens que vão além do salário demonstra o compromisso das empresas com o bem-estar de suas pessoas. E, por sua vez, pessoas satisfeitas geram produtividade! Pesquisa da Harvard Business Review revelou que quem está satisfeito é 31% mais

O poder dos benefícios na experiência de colaboradores e clientes

produtivo, 85% mais eficiente e 300% mais inovador. Que companhia não quer isso?! Afinal, tais indicadores, muito provavelmente, refletem-se em resultados positivos nas interações com clientes. Quem está satisfeito se dedica mais, o que resulta em uma *customer experience* superior.

E, por sua vez, pessoas clientes satisfeitas são mais propensas a contratarem os serviços novamente e a recomendar a empresa a outras pessoas, aumentando a base de clientes e ampliando os resultados financeiros. Consequentemente, esta tem mais recursos para investir em benefícios e melhorias contínuas. A melhor maneira de pensar em quem está do lado de fora de uma organização é apoiar antes quem está dentro dela, dando subsídios que impulsionam o bem-estar e o alto desempenho.

Denise Coelho é Diretora de Marketing da Ticket, marca de vale-refeição e vale-alimentação da Edenred Brasil.

Sobre a Ticket

Pioneira na criação do vale-refeição e vale-alimentação no Brasil, a Ticket é protagonista na transformação digital do setor ao oferecer soluções inovadoras e de acordo com a legislação vigente. A marca possui benefícios tradicionais e flexíveis nos segmentos de alimentação, refeição, transporte, cultura, incentivos, recompensas, antecipação salarial, bem-estar, educação e home office, que atendem mais de 7 milhões de empregados beneficiados, 130 mil empresas clientes e 620 mil comerciantes credenciados.

A Ticket foi a primeira a estar presente nos principais aplicativos de delivery de refeições e alimentos do Brasil e investe continuamente na criação de produtos e ferramentas para apoiar seus públicos, a exemplo da implementação da plataforma Ticket Vantagens, que oferece descontos com *cashbacks* para quem usa seus benefícios.

A Ticket é uma marca da Edenred, plataforma global e digital de serviços de meios de

O poder dos benefícios na experiência de colaboradores e clientes

pagamento que atua como companheira de todas as horas para os trabalhadores, empresas e comerciantes. Líder em seu segmento, conecta 60 milhões de usuários, 2 milhões de estabelecimentos e aproximadamente 1 milhão de empresas clientes, em 45 países.