



Artigo: "A arte de encantar clientes: o que as cooperativas estão fazendo para vender mais?"

Uma frase erroneamente atribuída a Maya Angelou, uma grande poetisa e escritora, diz que "clientes podem esquecer o que você disse, mas nunca esquecerão o que você os fez sentir". Apesar da autoria controversa, essa colocação está mais em alta do que nunca. Encantar clientes vai além de um diferencial: é uma obrigação. Na verdade, as dúvidas sobre a autoria tornam a frase ainda mais potente! Com o aumento da competitividade, os consumidores vêm se tornando mais exigentes e seletivos do que nunca. Por isso, oferecer um serviço de qualidade pode não ser mais suficiente para fidelizar seu público-alvo: é preciso pensar também na experiência. Se engana quem pensa que esse conceito se limita às grandes corporações do entretenimento. Já faz um tempo que todos os segmentos demonstraram ter um enorme potencial para esse estilo de atendimento - e o cooperativismo vem se destacando nesse quesito. Descubra o motivo a seguir! **A arte de encantar clientes na prática** Quando usamos o termo "encantar clientes", quais nomes surgiram em sua mente? Provavelmente, gigantes como a

Apple e a Disney foram referências dessa arte em algum momento para você. E não é à toa: algumas companhias conseguiram ressignificar a relação entre usuários e marcas. Eis abaixo um exemplo da Apple. Para muitas pessoas, a compra online é fria e complexa. É comum que surjam dúvidas específicas que não são explicadas em um *e-commerce*, por mais bem construído que ele seja. Mas isso pode mudar. A Apple, marca referência em termos de inovação e tecnologia, mostrou mais uma vez que segue na vanguarda desse tema. A novidade é um sistema que permite criar diálogos em tempo real com especialistas da marca enquanto alguém acessa o *e-commerce* da *big tech*. Além de reinventar a forma como as compras online são feitas, a iniciativa também dá um show em termos de encantar clientes. Ela mostra como uma solução simples como vídeo chamadas, que já fazem parte da rotina, podem ser usadas por um bem maior. Acontece que as cooperativas brasileiras também apresentam bons exemplos! **Agência Mais coloca o cooperativismo no mapa das agências digitais.** Hoje em dia, dizem que "tudo está no digital". E na prática de encantar clientes, essa afirmativa é mais do que válida. O projeto Agência Mais é uma prova real disso, tendo surgido como uma resposta da Uniced União para os cerca de 5 mil cooperados que preferiam métodos digitais ao invés das agências físicas. Para que isso acontecesse, houve uma preparação de alto padrão que envolveu treinamentos, migração da carteira de agências físicas, centralização de chamadas telefônicas em casos de resolução imediata e muito mais. Isso tudo gerou uma economia significativa de orçamento e poupou um tempo valioso dos gerentes. Deu tudo certo: desde a sua implementação, a cooperativa de

crédito atendeu mais de 5000 cooperados e atingiu níveis de satisfação de 94%, um número impressionante. Além disso, a iniciativa também proporcionou a criação do livro "Feito à Mão", que foi publicado com intuito de ajudar outras cooperativas a traçarem jornadas similares com sucesso. Esse é só o começo, já que o foco agora é a ampliação do atendimento e a atração de um público jovem e que acolhe soluções inovadoras, ágeis e tecnológicas, criando uma cadeia positiva de contribuição. **Unimed Poços de Caldas utiliza pesquisas para melhorar o atendimento aos pacientes** Em Minas Gerais, a busca por encantar clientes por meio da inovação segue firme na Unimed Poços de Caldas. A cooperativa vem criando soluções para melhorar a segurança de pacientes dentro do ambiente hospitalar. Nesse caso, as parcerias foram essenciais. Junto à startup Safety4Me, a Unimed Poços de Caldas criou um aplicativo que permite que pacientes registrem suas percepções sobre os protocolos de segurança durante todo o atendimento. O método *Net Promoter Score* (NPS) foi usado para classificar e validar os dados coletados. Os resultados permitiram que a cooperativa percebesse eventuais pontos de melhoria e trouxe fluidez para a comunicação entre os lados envolvidos. **Do artificial ao humanizado: como a inteligência artificial está sendo usada para encantar clientes** Quando pensamos em inteligência artificial, dificilmente consideramos a possibilidade de encantar clientes com ela. Afinal, esse processo é visto muitas vezes como uma forma de automatizar o atendimento e agilizá-lo, o que é muito diferente da proposta do encantamento. No entanto, não precisa ser assim, já que diversas empresas já entenderam que o

avanço das IAs podem gerar diálogos mais genuínos e condizentes com o que o público demanda. Os atendentes virtuais, por exemplo, ganharam rostos, expressões e até formas específicas de comunicação. As interações humanizadas são capazes de responder até mesmo questões complexas, simulando emoções para acompanhar o usuário durante toda a jornada de contato com as cooperativas. **As lições da Disney para encantar os clientes** Vista como a pioneira da prática de encantar clientes, a Disney tem uma bibliografia ampla sobre o assunto. Idealizada por Walt Disney, a metodologia da marca envolve estratégias sofisticadas para deixar os consumidores com os olhos brilhando. Explicamos, então, os cinco elementos da metodologia Disney de encantar clientes - confira! **Segurança** Não adianta deixar os clientes impressionados com seu atendimento e, ao mesmo tempo, acabar colocando-os em perigo. Walt Disney apontava a segurança como prioridade número um, pois o fato de se sentir bem e ter confiança nas pessoas que te atendem é o primeiro passo para a satisfação. Siga as normas da sua área, crie protocolos e, principalmente, informe com clareza tudo o que é necessário para que as experiências que você proporciona sejam ainda mais especiais para as pessoas que confiam no seu serviço. **Cortesia** Educação, gentileza e cortesia são traços obrigatórios em qualquer atendimento, e você já deve saber disso. Mas o que você talvez não saiba é que a criação de uma atmosfera acolhedora depende de pequenas atitudes: sorrisos, cumprimentos e disponibilidade para ajudar são ótimos caminhos para encantar clientes. **Espetáculo** Não importa qual seja o seu segmento: sempre dá para criar um espetáculo no atendimento. No caso da Disney, a metodologia utilizada foi o conceito de uma peça teatral: todos os dias, os funcionários agem nos parques como se estivessem em um palco. Mas, na sua cooperativa, isso pode ser adaptado para a sua realidade.

Usos de narrativas, *storytelling* e treinamentos de atendimento podem ser bases para encantar clientes e promover experiências inesquecíveis. Aliás, o InovaCoop produziu um curso gratuito sobre *storytelling*! Clique aqui e confira! **Eficiência** Ter um diálogo divertido com uma marca é interessante, mas está longe de ser suficiente. A eficiência também é crucial para que os consumidores se sintam privilegiados. Aí vai mais um exemplo da Disney: com milhares de visitantes diariamente em seus parques, as filas eram frequente motivo de reclamação, a ponto de que algo precisava ser feito. A solução encontrada foi a otimização do uso dos brinquedos e a imersão nos temas ainda nas filas. Se você está esperando para curtir uma atração da Pequena Sereia, pode esperar em uma fila que simula o fundo do mar. **Inclusão** Dizem que é impossível agradar a gregos e troianos, mas a metodologia Disney de encantar clientes já provou que dá para chegar bem perto. Em tempos em que a inclusão está se tornando cada vez mais importante, pensar nos detalhes pode fazer a diferença. Imagine que você é uma criança surda e, ao encontrar a Minnie em um parque, consegue se comunicar com ela em libras. Ou que você vem de uma cultura em que o ato de apontar é ofensivo e, ao pedir orientações a um funcionário, ele te indica uma localização com as mãos abertas para evitar constrangimentos. Todos esses exemplos são reais e fazem parte da rotina dos parques da Disney. Mas a verdade é que você também pode tê-las em sua cooperativa, uma vez que entender as origens, o pensamento e as necessidades do seu público. **Conclusão: se você ficou encantado, tem muito mais para aprender!** Realmente, a arte de encantar clientes é um tema e tanto e pode oferecer muitos benefícios para as cooperativas. Se você tem curiosidade sobre como adaptá-lo à sua realidade, temos uma dica para você! **O curso online de design de serviços já está disponível. São 20 módulos totalmente imersivos com**

foco no consumidor e com estratégias que vão mostrar como a sua cooperativa pode encantar clientes. Aproveite e faça parte desse movimento! Fonte: InovaCoop



CECO reforça estratégias em reunião com o Banco Central

A Coordenação do Conselho Consultivo Nacional do Ramo Crédito (CECO) se reuniu, na sede do Sistema OCB, nesta terça-feira (14), para discutir temas que impactam o cooperativismo de crédito no Brasil. Entre os principais pontos da pauta, foi apresentada a pesquisa acerca do segmento, liderada pela Câmara Temática de Comunicação e Marketing e realizada pela TM20. O estudo explorou a visão dos brasileiros sobre as cooperativas em comparação aos bancos convencionais e apontou indicadores que ressaltam uma diferenciação notável em favor das cooperativas como responsabilidade social, atendimento acolhedor, participação nos resultados, taxas competitivas e solidez financeira. Além disso, foram apresentadas propostas de otimização do valor da marca, como por exemplo, explorar o conhecimento da categoria, a demonstração dos diferenciais, a responsabilidade social, a modernidade e as similaridades entre as coops de crédito e bancos tradicionais. Com base nos

resultados da pesquisa, Samara Araujo, gerente de Marketing e Comunicação do Sistema OCB e secretária da Câmara, apresentou um plano de ação para fortalecer as estratégias de comunicação e marketing do cooperativismo de crédito nos próximos dois anos. O ponto de partida será o desenvolvimento de iniciativas que possam ampliar o entendimento do público acerca do que são as cooperativas desse segmento. "A Câmara Temática se reuniu na Casa do Cooperativismo para pensar em soluções e estipular metas que possam aumentar o valor do cooperativismo de crédito", disse. A reunião do Conselho também recebeu representantes do Banco Central para discutir quais serão os próximos passos do processo de regulamentação da Lei Complementar 196/22. Durante o encontro, foram indicados pontos específicos, como a possibilidade de contratação de conselheiro independente, o processo de certificação de empregados de cooperativas de crédito, empréstimo compartilhado e participação societária em outras instituições. Os representantes do CECO solicitaram ainda a inclusão do tema da captação de recursos municipais por cooperativas de crédito e a possibilidade de destinação de sobras para a recomposição de fundos sistêmicos próprios no processo regulamentar. A expectativa é que esses pontos sejam levados para apreciação do Conselho Monetário Nacional (CMN) na reunião de dezembro. Fonte: SomosCooperativismo



Luiz Fux exalta poder do cooperativismo em Seminário Jurídico

"O cooperativismo exerce um dos mais importantes designios da Justiça Social. Ele é o sonho mais formoso da humanidade e sobrevive de duas regras básicas. A primeira é *Eu sou o que você é*, que representa o princípio da igualdade. E a segunda, a da velha máxima criada por Alexandre Dumas em os Três Mosqueteiros: *um por todos e todos por um*". A declaração foi feita nesta segunda-feira (13) pelo ministro do Supremo Tribunal Federal (STF), Luiz Fux, para ilustrar a importância do cooperativismo na jornada rumo à Justiça Social, durante palestra magna do IV Seminário Jurídico promovido pelo Sistema OCB. Fux abordou o tema *O papel do cooperativismo na promoção dos preceitos e valores constitucionais* e declarou estar "encantado com o movimento". Segundo ele, o cooperativismo representa a vitória da harmonia sobre o capitalismo individual. "As mudanças que temos assistido no mundo nos últimos anos mostram que o futuro dos negócios exige uma economia compartilhada com integridade e sustentabilidade. Ou seja, o futuro é da cooperação, de pessoas que se associam em busca de interesses comuns e, também, de suas comunidades", afirmou. Sobre os preceitos e valores constitucionais, o magistrado lembrou que um dos principais destaques do cooperativismo é sua gestão democrática. "Não há intervenção estatal. Então, se equipara à questão da liberdade, tanto de expressão, quanto de

pensamento. Além disso, as cooperativas não se interessam apenas pelo negócio. Há valorização da dignidade humana, geração de empregos e renda, o que também contribui para o desenvolvimento econômico do país. O STF poderia ser uma cooperativa". Fux ressaltou ainda os princípios cooperativistas da adesão voluntária, da educação e da informação. "Os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU) estão totalmente de acordo com os valores do cooperativismo. São Valores que contribuem para conjurar o risco Brasil e tornam o país mais respeitado mundo afora", completou. Fonte: SomosCooperativismo



Rio
Coop+

Rio
Coop+