

EXPERIÊNCIAS DE CLIENTE NO RETALHO

A experiência do cliente no retalho tem a ver com a sua percepção de como é tratado pelas marcas que consome. Essa percepção afeta comportamentos que podem levá-lo, ou não, à fidelização com aquela marca.

Quanto mais suave e unificada for a jornada, melhor será a experiência do cliente.

- 1 Os clientes entram na loja ou no site
- 2 Passam pelo processo de compra e facturação
- 3 Até à entrega e pós-venda

86% DOS COMPRADORES estão dispostos a pagar mais para ter uma melhor experiência. *(Walker Study)*

17% dos clientes estão dispostos a pagar mais para obter um excelente serviço. *(American Express)*

57% dos clientes preferem fazer compras online

31% dos clientes preferem visitar a loja física

12% dos clientes utilizam os dois meios *(Bizfeel - 2019)*

72% dos clientes partilham uma experiência positiva com 6 ou mais pessoas.



Por outro lado, **13%** partilham uma experiência negativa com 15 ou mais pessoas. *(Esteban Kolsky)*



58% dos clientes preferem fazer compras online pela capacidade de comprar 24x7. *(KPMG - 2017)*

AS LOJAS OMNICAL ESTÃO NO TOPO DO SECTOR e atraem **90%** dos clientes que utilizam pelo menos três aplicações por dia para interagir com a marca. *(Think with Google)*



EMPRESAS COM ESTRATÉGIAS OMNICAL DE RELACIONAMENTO COM CLIENTES crescem mais **10%** anualmente e **25%** em vendas

49% dos clientes faz compras por impulso depois de receber uma experiência mais personalizada. *(Segment)*



Até 2020 **85%** das interações serão geridas por Inteligência Artificial, e 2/3 dos projectos customer experience usarão TI. *(Gartner)*

67% das empresas estão satisfeitas com os seus investimentos em chatbots no retalho *(Intercom - 2019)*

57% dos clientes estão dispostos a partilhar os seus dados pessoais

52% em troca de recomendações de produtos que vão de encontro às suas necessidades

53% em troca de experiências personalizadas *(Salesforce)*

Empresas que utilizam mecanismos inteligentes **DE PERSONALIZAÇÃO** para identificar a intenção do cliente **AUMENTARÃO OS LUCROS ATÉ**

15%. *(Gartner)*



As empresas que criam vínculos emocionais com os seus clientes têm maiores taxas de retenção em comparação com aquelas que não o fazem. *(IBM / Ogilvy)*

Com vínculo emocional **84%**
Sem vínculo emocional **30%**

QUER ADICIONAR UM CONTACT CENTER AO SEU CARRINHO DE COMPRAS?

NÓS PODEMOS AJUDAR!

SAIBA COMO