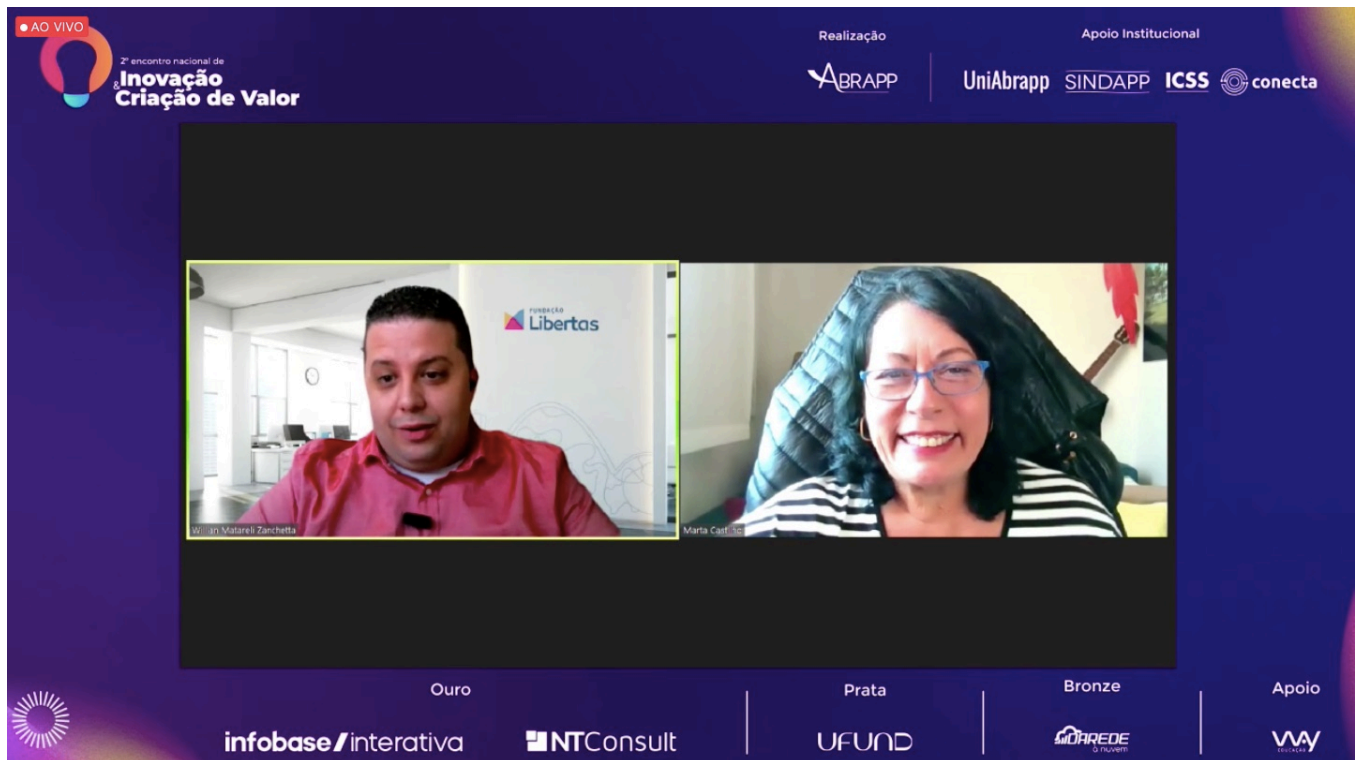


Por Débora Soares



Como criar uma cultura com o cliente no centro e o papel das lideranças em conectar as pessoas em torno do propósito de transformação das entidades fechadas de previdência complementar foram assuntos dos Talks 12 e 13, respectivamente, que encerraram o 2º Encontro de Inovação & Criação de Valor, na última quinta-feira (30/06).

Apresentando o tema “Como criar uma cultura centralizada no cliente”, o Talk 12 trouxe um dos ‘cases’ de marketing e relacionamento mais bem-sucedidos do mercado financeiro. Guilherme Kolberg, Sócio e Head da área de Customer Experience e Marketing Research do Grupo XP, mostrou os conceitos e práticas que fizeram a instituição financeira se tornar uma das referências do mercado na relação com os clientes.

A XP nasceu como uma empresa pequena de educação financeira e investimentos do Sul do país. Mesmo com o crescimento exponencial alcançado nos últimos anos, a instituição não deixou de seguir uma de suas práticas básicas, que sempre foi o de manter a proximidade com seus clientes. “ Não foque nos seus competidores, mas foque nos seus clientes”, disse Kolberg, como um dos princípios fundamentais da organização.

O profissional explicou que o princípio pode parecer simples de entender, mas não tão fácil de ser aplicado, ainda mais quando se trata de uma empresa que alcançou forte crescimento em período relativamente pequeno de tempo. “É fácil falar, mas não é fácil fazer”, disse. Então, ele explicou que a chave para colocar o conceito na prática é a construção dos mecanismos adequados para isso.

Uma das ferramentas desenvolvidas pela XP é a escuta do cliente com o método ‘voice of the customer’ – VOC. O Sócio do Grupo XP disse que quando o cliente percebe que a empresa quer escutá-lo, ele tem a tendência de participar mais, dar sua opinião através de pesquisas e outros canais. Ele explicou que os clientes estão falando a todo momento, e que é preciso recolher suas opiniões para subsidiar a tomada de decisões.

A metodologia utilizada neste caso, é o NPS, que se baseia em uma pesquisa de fidelidade. Kolberg destacou que não importa tanto o método utilizado, mas que se tenha uma sistemática e que possa resultar em uma métrica que pode ser analisada e comparada ao longo do tempo. E além de escutar e atender os clientes, isso apenas não basta, porque é necessário atuar na resolução dos problemas. E o profissional apontou que para isso, é necessário descobrir a raiz do problema para que ele possa ser solucionado coletivamente.

Poder de escolha - Guilherme Kolberg explicou também que os clientes ganharam forte empoderamento nos últimos anos com o desenvolvimento das tecnologias digitais e redes sociais. “Temos hoje um cliente com maior poder de escolha com o mundo digital. Ele tem poder de influência, pois pode ir para as redes sociais. Qualquer pisada na bola tem maior efeito negativo hoje que há vinte anos”, explicou. Os consumidores atuais estão acostumados a dar nota para tudo e fica muito mais fácil migrar de um serviço para outro.

Ele revelou ainda que vale mais atuar sobre os clientes ‘promotores’ que nos ‘detratores’. “Um cliente cliente promotor vale de 3 a 9 vezes mais que um cliente detrator”, disse. Isso ocorre devido à capacidade que os promotores têm de recomendar os serviços e produtos que lhe satisfazem. E para promover o atendimento e resolução dos problemas, nada melhor que um trabalho em equipe adequado. Kolberg explicou que o crescimento e bom funcionamento de uma empresa não deve depender de um ou outro profissional, mas sim da atuação conjunta de diversas áreas.

Conexões humanas para transformar - Encerrando o evento, o Talk 13 contou com a palestra “Conexões Humanas Transformando o Amanhã”, ministrada por Marta Andrade Castilho, Psicóloga, Coaching e CEO da M.Castilho Liderança e Desenvolvimento. O último painel foi moderado por Willian Matareli Zanchetta, Coordenador da Comissão Técnica Leste de Estratégias e Criação de Valor da Abrapp.

Zanchetta lembrou que ao longo do Encontro falou-se da ressignificação do mundo pós-pandemia, passando por transformação digital, cliente no centro, inovação em ouvidoria e diversos temas técnicos para que os profissionais possam, de fato, transformar as entidades fechadas de previdência complementar. “Entendemos que para que possamos chegar a esse patamar de transformação a receita já foi dada, mas há um personagem principal que são as pessoas”.

Em sua palestra, Marta Castilho destacou que as conexões entre os seres humanos possibilitam que as mentes e ideias diferentes cheguem mais longe e interajam de uma forma absolutamente criativa. “São as conexões que transformam e fortalecem, nós humanos, em nossas comunidades”.

Propósito e liderança - A psicóloga destacou ainda a importância do propósito de cada indivíduo e seu alinhamento como os objetivos da comunidade, para que este possa assumir seu papel de contribuição para o sucesso do grupo.

Marta observou que os profissionais das EFPCs sabem que precisam ter foco no cliente, o olhar voltado para o participante – o que foi muito debatido no Encontro. Contudo, se não houver essa clareza por parte da liderança, atuando e engajando a equipe para isso, a transformação não acontecerá.

“Há o papel de maestro, da liderança, de mostrar o nosso propósito, unir as pessoas em torno desse propósito e mantê-las engajadas. E mostrar que cada um tem a sua responsabilidade no conjunto total. É um exercício contínuo”, ressaltou Marta.

Confira as demais matérias sobre o Encontro:

- [Inovação e Criação de Valor: Transformação das entidades não é mais escolha, mas necessidade](#)
- [Guia de Transformação Digital e o Metaverso foram alguns dos temas apresentados nos Talks 1 e 2 do encontro](#)

Legismap Roncarati

Inovação e Criação de Valor: Case da XP sobre cultura centrada no cliente e palestra sobre o papel da liderança nas conexões humanas encerram Encontro

- **É preciso centralizar a análise dos dados em uma única ferramenta**
- **Especialistas debatem o Open Finance, os Meios de Pagamento e as oportunidades para as EFPC**
- **Web 3.0 e inovação em Ouvidoria são temas de talks do Encontro**
- **Os riscos de danos à reputação são debatidos por especialistas**
- **Casos bem-sucedidos e pesquisa com patrocinadores foram apresentados em Talks 8 e 9**
- **Especialista em educação abordou o futuro através da longevidade**
- **Dirigentes apresentam 'cases' e superação de desafios para crescer com a Previdência dos Servidores Públicos**

O 2º Encontro de Inovação & Criação de Valor aconteceu nos dias 28, 29 e 30 de junho. Foi uma realização da Abrapp, com o apoio institucional de UniAbrapp, Sindapp, ICSS e Conecta. O evento conta com o patrocínio ouro da Infobase e da NTConsult; patrocínio prata da uFund; patrocínio bronze por Darede; e apoio da Way Educação.

Fonte: [Abrapp em Foco](#), em 01.07.2022.