Customer Strategies
Conference 2016

PRÉ-INSCRIÇÃO
35% DESCONTO
R$ 2.660
ATÉ 18/MARÇO

2ª EDIÇÃO

18 E 19 DE MAIO
HOTEL GOLDEN TULIP BELAS ARTES, SÃO PAULO

FAÇA BENCHMARKING COM CASES INOVADORES DE GESTÃO
DO ATENDIMENTO E RELACIONAMENTO COM O CLIENTE

>> Change Management para adaptação à multicanalidade.
>> Transformação do Call Center em Engagement Center.
>> Estratégias de fidelização.

REALIZAÇÃO:
next business media

APOIO:
ABRAREC
Associação Brasileira Das Relações Empresa Cliente

CASES DE DESTAQUE

COMO ALIAR ANALYTICS, TECNOLOGIA E CULTURA
Sami Foguel | *Vice-Presidente de Clientes*
AZUL LINHAS AÉREAS BRASILEIRAS

GESTÃO DA MUDANÇA PARA MELHORIA NO ATENDIMENTO
Celso Luiz Tonet | *Diretor de Operações de Atendimento e Call Center*
AMÉRICA MÓVIL – NET, CLARO E EMBRATEL

OPINIÃO DO CLIENTE E MELHORIA CONTÍNUA DOS SERVIÇOS
Daisy Souza Lacerda | *Diretora de Relacionamento com Clientes*
TAM

EXPERIÊNCIAS ÚNICAS PARA ESTREITAR RELACIONAMENTO
Flávio Gordiano | *Director of Loyalty*
ACCORHOTELS

PROJETO INOVADOR EM CUSTOMER EXPERIENCE
Claudia Wharton | *Diretora Central de Relacionamento com o Cliente*
GRUPO SEGURADOR BANCO DO BRASIL E MAPFRE

SUPORTE AO CLIENTE E FIDELIZAÇÃO
Sidnei Sorban | *Customer Service Head*
SONY

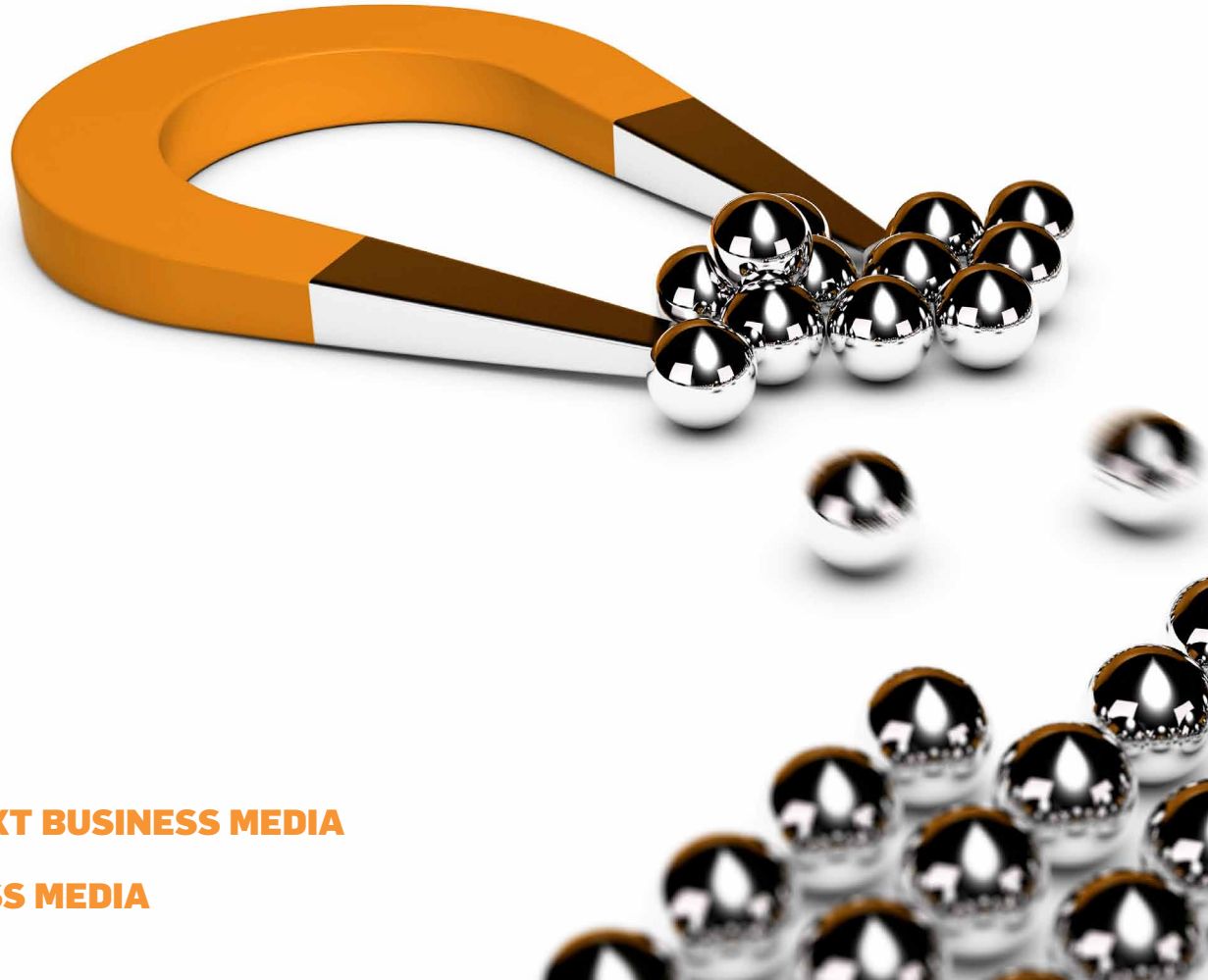
Customer Strategies
Conference 2016

2ª EDIÇÃO

18 E 19 DE MAIO
HOTEL GOLDEN TULIP BELAS ARTES, SÃO PAULO

O objetivo do CUSTOMER STRATEGIES CONFERENCE, realizado pela Next Business Media com o apoio da ABRAREC (Associação Brasileira das Relações Empresa Cliente), é apoiar os gestores que têm responsabilidade direta na melhoria da jornada do cliente. A programação apresenta uma abordagem estratégica e tática, com visão multidisciplinar e que transcende departamentos. Empresas de diversos segmentos e líderes de diferentes áreas debaterão, nos dois dias de congresso, cases e experiências na Gestão do Atendimento e Relacionamento com o Cliente. Os grandes temas do momento, como multicanalidade, fidelização por experiências, novas tecnologias de atendimento, serão tratados com uma visão prática de quem está liderando iniciativas de sucesso nas grandes empresas.

Conheça os detalhes da programação e participe!



Gustavo Mendes Nascimento | *Diretor de Conteúdo* | **NEXT BUSINESS MEDIA**

Romário Ferreira | *Gerente de Conteúdo* | **NEXT BUSINESS MEDIA**

CONHEÇA OS PALESTRANTES

Adriana Da Veiga Roberto Nieri | *Gerente Sênior de Canais Digitais e-Care* **| TELEFÔNICA VIVO**

Bianca Neves Do Amaral | *Payments & Loyalty- Marketing* **| RAÍZEN**

Celso Luiz Tonet | *Diretor de Operações de Atendimento e Call Center* **| AMÉRICA MÓVIL – NET, CLARO E EMBRATEL**

Claudia Wharton | *Diretora Central de Relacionamento* **| GRUPO SEGURADOR BANCO DO BRASIL E MAPFRE**

Daisy Souza Lacerda | *Diretora de Relacionamento com Clientes* **| TAM**

Daniel Schnaider | *Diretor* **| SCAI GROUP**

Dionisio Moreno | *Diretor Executivo* **| ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS RELAÇÕES EMPRESA CLIENTE (ABRAREC)**

Elizabeth Almeida | *Senior Manager Consumer Relantionship* **| THE COCA-COLA COMPANY**

Flávio Gordiano | *Director of Loyalty, CRM & Strategic Partnerships* **| ACCORHOTELS**

Gisele Garuzi | *Superintendente - Ouvidora* **| BRADESCO SEGUROS**

Izabel Eufrosino | *Gerente Sênior de Customer Care* **| WALMART**

Ladislau Batalha | *Customer Care and Telemarketing Specialist*

Lucas Raganhan | *Gerente de Relacionamento com o Cliente (CRM)* **| REDE DE HOTÉIS DEVILLE**

Maria Lucia Ettore Valle | *Superintendente - Ouvidora* **| SANTANDER**

Paulo Eduardo Fernandes Rossi | *Superintendente Executivo de Marketing* **| GRUPO SEGURADOR BANCO DO BRASIL E MAPFRE**

Ricardo Heidorn | *Diretor Regional Sul* **| ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS RELAÇÕES EMPRESA CLIENTE (ABRAREC)**

Sami Foguel | *Vice-Presidente de Clientes* **| AZUL LINHAS AÉREAS BRASILEIRAS**

Sidnei Sorban | *Customer Service Head* **| SONY**

Vitor Bech Vitaliano | *Gerente de Canais Digitais e-Care* **| TELEFÔNICA VIVO**

1º DIA

18 DE MAIO
QUARTA-FEIRA

8:30 CREDENCIAMENTO

8:50 ABERTURA PELA EQUIPE DA NEXT BUSINESS MEDIA

EIXO TEMÁTICO: CUSTOMER EXPERIENCE

9:00 **TENDÊNCIAS DE PERFIS E COMPORTAMENTOS DO CONSUMIDOR BRASILEIRO**

Entender tendências e mudanças do perfil do consumidor é ponto fundamental do relacionamento com o cliente. O objetivo desta palestra é apresentar, de forma didática, números demográficos e tendências de comportamentos que influenciam diretamente nas estratégias de customer experience.

- Tendências de comportamento do consumidor brasileiro para os próximos anos e como se adaptar a elas;
- Dados sobre o perfil do consumidor norte americano;
- A digitalização da vida e seus reflexos no consumo;
- Velocidade, tempo e espaço em customer experience;
- Semiótica do consumo na era digital;
- Big Data é uma nova linguagem?;
- A Internet das Coisas e a extensão do corpo humano.

Dionisio Moreno | *Diretor Executivo* | **ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS RELAÇÕES EMPRESA CLIENTE (ABRAREC)**

9:50 COFFEE BREAK

10:20 **COMO MELHORAR A EXPERIÊNCIA DO CLIENTE POR MEIO DE ANALYTICS, TECNOLOGIA E CULTURA**

Entenda as estratégias que a Azul vem adotando para gerar, cada vez mais, experiências positivas aos clientes.

- Como aliar analytics, tecnologia e cultura para melhorar o relacionamento com o cliente;
- O desafio de ser assertivo em customer experience.

Sami Foguel | *Vice-Presidente de Clientes* | **AZUL LINHAS AÉREAS BRASILEIRAS**

11:10 TELEFÔNICA VIVO: **EVOLUÇÃO DOS CANAIS DIGITAIS E A MELHORIA NA EXPERIÊNCIA DO AUTOATENDIMENTO**

Em mercado altamente competitivo, prover melhorias na experiência de atendimento é uma das principais formas de aumentar a satisfação e retenção dos clientes, e de melhorar a eficiência dos negócios.

- Atendimento via canais digitais: web e mobile;
- Melhoria da satisfação do cliente;
- Gestão do canal.

Adriana Da Veiga Roberto Nieri | *Gerente Sênior de Canais Digitais e-Care* | **TELEFÔNICA VIVO**

Vitor Bech Vitaliano | *Gerente de Canais Digitais e-Care* | **TELEFÔNICA VIVO**

12:00 ALMOÇO

14:00 **A APOSTA DA** SHELL **NA EXPERIÊNCIA DE PAGAMENTO COMO PILAR DA FIDELIZAÇÃO**

A Raízen, licenciada da marca Shell, aposta na fidelização de clientes por meio de experiências. Com essa visão, a empresa vem investindo em meios de pagamento, de automáticos a relacionais. Conheça detalhes do case e entenda como a companhia vem trabalhando para melhorar cada vez mais a experiência do cliente. Entre as novidades estão:

- Sem Parar no abastecimento;
- Pagamento com pontos de parceiros;
- Novidades para mobile.

Bianca Neves do Amaral | *Payments & Loyalty - Marketing* | **RAÍZEN**

14:40 CASE LE CLUB: **EXPERIÊNCIAS ÚNICAS PARA ESTREITAR O RELACIONAMENTO**

Presente em quase 100 países, a AccorHotels, por meio do seu programa de fidelidade, o Le Club, busca monitorar comportamentos e identificar clientes fiéis para poder retê-los. Uma das estratégias de engajamento é incorporar a tecnologia digital por toda a jornada do cliente, com o programa Welcome by Le Club Accorhotels. O serviço permite que os hóspedes

façam o check-in e o check-out online, por meio do site ou aplicativos móveis. Mais de 40% dos check-ins já são feitos por dispositivos móveis.

• Estratégias para estreitar o relacionamento com os clientes;

• Como a tecnologia está modificando o comportamento dos clientes de hotéis;

• Big data ganhando papel de cada vez mais destaque.

Flávio Gordiano | *Director of Loyalty, CRM & Strategic Partnerships* | **ACCORHOTELS**

EIXO TEMÁTICO: INOVAÇÃO

15:20 DETALHES E RESULTADOS DO PROJETO DE REDESENHO COMPLETO DA EXPERIÊNCIA DE COMPRA DE SEGUROS

O projeto Família Sempre Protegida, do Grupo Segurador Banco do Brasil e Mapfre, oferece ao cliente uma experiência inovadora de compra de seguros. A proposta é aproximar as pessoas da seguradora e tornar tangível o seguro por meio de embalagens com linguagem simples e visual, e pontos de venda acessíveis. Saiba como esse projeto mudou a foram da empresa de se relacionar com o seu cliente.

• Reinvenção em tempos de crise econômica;

• Projeto centrado no usuário e com base no design;

• Ainda em fase piloto, o projeto já retornou, em espaço na mídia nacional e internacional, o equivalente a sete vezes o investimento realizado com o projeto todo.

Claudia Pires Rodrigues Wharton | *Diretoria Central de Relacionamento* | **GRUPO SEGURADOR BANCO DO BRASIL E MAPFRE**

Paulo Eduardo Fernandes Rossi | *Superintendente Executivo de Marketing* | **GRUPO SEGURADOR BANCO DO BRASIL E MAPFRE**

16:10 COFFEE BREAK

16:40 AS INOVAÇÕES DA COCA-COLA NAS RELAÇÕES COM OS CLIENTES

Nos dois últimos anos, a Coca-Cola vem realizando mudanças internas para dar continuidade na melhoria do relacionamento com os clientes. A companhia tem procurado aprofundar seu entendimento nos detalhes da satisfação do cliente, seja positiva ou negativa. Para isso, investiu em inovação, que envolve processos, tecnologia e metodologia. Saiba quais foram as mudanças e como elas têm sido implantadas.

• Gente cuidando de gente é o que baliza o relacionamento com o consumidor;

• Conhecer cada vez mais o consumidor e atenção às mudanças de mercado e tendências;

• Fortalecer a relação com consumidor intensificando o amor à marca.

Elizabeth Almeida | *Senior Manager Consumer Relantionship* | **THE COCA-COLA COMPANY**

17:20 A IMPORTÂNCIA DA VOZ DO CLIENTE NO RELACIONAMENTO

Entenda como a TAM tem trabalhado para conhecer e ouvir melhor seus clientes a fim de aprimorar os serviços prestados. A voz do cliente tem impulsionado cada vez mais a melhora contínua dos processos internos.

Daisy Souza Lacerda | *Diretora de Relacionamento com Clientes* | **TAM**

18:00 FIM DO PRIMEIRO DIA

2º DIA

19 DE MAIO
QUINTA-FEIRA

8:30 CREDENCIAMENTO

EIXO TEMÁTICO: ATENDIMENTO

9:00 SONY: **DEDICAÇÃO NO ATENDIMENTO PARA GERAR FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES**

A Sony busca reter clientes proporcionando a melhor experiência possível nos diferentes momentos de atendimento ao cliente:

- Atendimento Balcão;
- Atendimento Centralizado;
- Atendimento Domiciliar;
- Web Support;
- Mídias Sociais;
- Atendimento de Call Center.

O Suporte ao Cliente da companhia tem a missão de melhorar a experiência de uso do produto, e consequentemente garantir a fidelização do cliente. Como resultado, a empresa tem NPS (Net Promoter Score), que mede o grau de satisfação e fidelidade dos consumidores, superior a 60%. Entenda como a Sony se dedica em cada etapa de atendimento para atingir os resultados esperados.

Sidnei Sorban | *Customer Service Head* | **SONY**
Vanessa Aparecida | *Contact Center* | **SONY**

9:50 COFFEE BREAK

10:20 **GESTÃO DA MUDANÇA PARA MELHORIA NO ATENDIMENTO**

Para obter êxito em toda a jornada do cliente, é preciso ter uma equipe de relacionamento engajada. Para isso, melhorias como mudanças na contratação e na relação entre contratante e contratada na área de atendimento ao cliente podem ser necessárias. Entenda como a América Móvil, proprietária das empresas Net, Claro e Embratel, implantou essas melhorias e gerencia sua relação com as contratadas.

- Gerenciamento de mudanças em processos, tecnologia e capital humano;
- Relação contratual saudável para os dois lados: contratante e contratada;
- O que fazer para a contratada ser mais eficiente no atendimento.

Celso Luiz Tonet | *Diretor de Operações de Atendimento e Call Center* | **AMÉRICA MÓVIL – NET, CLARO E EMBRATEL**

11:10 DEBATE: **UMA NOVA FORMA DE ATENDER CLIENTES**

As formas e os canais de atendimento ao cliente vêm mudando nos últimos anos. A multicanalidade tem obrigado as empresas a se reorganizarem, principalmente no setor de Call Center. Neste painel, executivos do setor debatem as principais questões relacionadas ao tema.

- Call Center do futuro: Transformação das centrais de atendimento em centrais de engajamento;
- Como a tecnologia pode ajudar a reduzir custos no atendimento ao cliente;
- Os desafios impostos pela multicanalidade e como superá-los;
- Reputação: Como cuidar da imagem das empresas nas mídias sociais.

Celso Luiz Tonet | *Diretor de Operações de Atendimento e Call Center* | **AMÉRICA MÓVIL – NET, CLARO, EMBRATEL**
Ladislau Batalha | *Customer Care and Telemarketing Specialist*
Ricardo Heidorn | *Diretor Regional Sul* | **ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS RELAÇÕES EMPRESA CLIENTE (ABRAREC)**

12:00 ALMOÇO

14:00 **GESTÃO DO** SAC **EM TEMPOS DE CRISE**

Algumas empresas, pressionadas a reduzir custos, são obrigadas a mexer na estrutura do Serviço de Atendimento ao Cliente (SAC), demitindo funcionários, reduzindo investimentos em novos equipamentos, softwares e treinamentos. Isso impacta diretamente na qualidade do serviço prestado e na reputação, credibilidade e marca da empresa. Entenda como gerenciar o SAC em períodos de crise.

- Cases: como outras empresas estão adequando seu SAC aos momentos de crise;

• Gestão de riscos no processo de mudança do SAC;

• Como transformar o SAC de centro de custos para centro de resultados.

Daniel Schnaider | *Diretor* | **SCAI GROUP**

14:40 AS ESTRATÉGIAS DO WALMART PARA MELHORAR O ENGAJAMENTO NO RELACIONAMENTO COM O CLIENTE

O Walmart vem implantando mudanças para acompanhar as tendências na relação de consumo e no perfil do cliente cada vez mais exigente. Entre as atualizações estão: implantação da corrente de relacionamento CRM e mobile; engajamento de líderes; capacitação do Código de Defesa do Consumidor e plataforma de atendimento rede social; entre outros aspectos. Entenda os detalhes das ações, que envolvem treinamentos e atualizações periódicas, e seus resultados.

• Estratégias para melhorar o atendimento e a fidelização de clientes internos e externos;

• Atendimento multicanal;

• Treinamento CDC e engajamento de líderes.

Izabel Eufrosino | *Gerente Sênior de Customer Care* | **WALMART**

EIXO TEMÁTICO: SATISFAÇÃO DO CLIENTE

15:20 O MONITORAMENTO DA REPUTAÇÃO ONLINE EM DIVERSOS MEIOS

A Central de Relacionamento com o Cliente da Rede de Hotéis Deville tem trabalhado de forma intensiva no monitoramento das opiniões de seus clientes. A empresa responde todas as avaliações de diferentes meios: pesquisas pós-hospedagem, pós-eventos, avaliações em rede sociais e em portais de reclamações, entre outros. Saiba como a empresa monitora, responde e mede os impactos da reputação em vendas, recompras etc.

• A importância das pesquisas de satisfação com os clientes;

• Como monitorar a reputação on-line em diversos meios;

• A questão da reputação online no setor de serviços.

Lucas Raganhan | *Gerente de Relacionamento com o Cliente (CRM)* | **REDE DE HOTÉIS DEVILLE**

16:00 COFFEE BREAK

16:30 CASE SANTANDER: A IMPORTÂNCIA DA VOZ DO CLIENTE

O Santander entende que o trabalho de uma ouvidoria deve ir além de apenas resolver reclamações. Para o banco, é fundamental saber transformar uma reclamação em oportunidades de negócio, por meio do aprimoramento de produtos e serviços. A Ouvidoria do Santander tem trabalhado em estratégias para aumentar a fidelização de clientes a partir dos problemas por eles relatados. Saiba como o banco tem feito isso.

• Ampliação da visão do relacionamento dos clientes, com ênfase em aspectos não visíveis;

• Posicionamento institucional: Governança e cultura;

• Consolidação nas melhores posições no Ranking de Reclamações do Banco Central, em 2015;

• Balanço: Frentes de atuação e resultados alcançados.

Maria Lucia Ettore Valle | *Superintendente - Ouvidora* | **SANTANDER**

17:10 DEBATE: COMO MENSURAR A SATISFAÇÃO DOS CLIENTES

A empresa que monitora sistematicamente a satisfação de seus consumidores possui informações ricas e atualizadas, e pode melhorar cada vez mais os seus processos. Confira, neste painel:

• Como ser assertivo nas pesquisas de satisfação;

• Como transformar em conhecimento as informações de banco de dados, Call Center, programas de fidelidade e questionários pós-venda;

• Visão interdepartamental: a importância da Ouvidoria e do Pós-Venda em prol da satisfação do cliente.

Gisele Garuzi | *Superintendente – Ouvidora* | **BRADESCO SEGUROS**
Maria Lucia Ettore Valle | *Superintendente – Ouvidora* | **SANTANDER**
Lucas Raganhan | *Gerente de Relacionamento com o Cliente (CRM)* | **REDE DE HOTÉIS DEVILLE**

18:00 FIM DO CONGRESSO

AMBIENTE PROPÍCIO PARA NEGÓCIOS!

Com um público composto por executivos de marketing e da área de Relacionamento com o Cliente das maiores empresas brasileiras, o Customer Strategies Conference oferece uma plataforma ideal para geração de negócios para sua empresa, seja geração de leads, visibilidade de marca, aceleração de pipeline ou estreitamento de relacionamento. Podemos construir a quatro mãos uma participação customizada para proporcionar acesso aos mais importantes e influentes executivos de Relacionamento com o Cliente do mercado brasileiro. Se sua empresa tem interesse em estar posicionada e em contato com a audiência do EVENTO MAIS COMPLETO SOBRE GESTÃO DO RELACIONAMENTO COM O CLIENTE, entre em contato conosco:

Daniel Cardoso
(11) 2078-3630 Ext. 9027
daniel.cardoso@nextbm.com.br

Investimento:

	pré-Inscrição ATÉ 18/MARÇO	ATÉ 04/ABRIL	ATÉ 15/ABRIL	ATÉ 29/ABRIL	APÓS 29/ABRIL
PLATINUM #2 DIAS	**2.660** *35% desconto*	**3.082** *25% desconto*	**3.494** *15% desconto*	**3.778** *8% desconto*	**4.111**
GOLD #1 DIA		**2.776** *15% desconto*	**2.937** *10% desconto*	**3.266**	**3.266**

DESCONTOS ESPECIAIS PARA EQUIPES:

10% de desconto: 3 a 4 incrições.
15% de desconto: 5 a 7 incrições.
20% de desconto: 8 ou + incrições.

Local:

CENTRAL DE ATENDIMENTO:
(11) 3173-4415
info.csc@nextbm.com.br
www.customerstrategies.com.br

Hotel Golden Tulip Belas Artes
Rua Frei Caneca, 1199
São Paulo (SP)
+ 11 2627-6300

next business media

A NEXT é uma companhia privada que reúne os principais executivos de diferentes segmentos de mercado para troca de informações estratégicas, experiências, conhecimento, networking, geração de insights e desenvolvimento de negócios, contribuindo para que seus clientes obtenham vantagem competitiva perante seus competidores no mercado. **www.nextbm.com.br**