

EXPERIÊNCIA DO CLIENTE 360 NA ERA DO DIGITAL E DA CONFIANÇA

Por Renato Cavion – HumanCentric.com.br



O novo cliente, o novo tempo

"Nunca o cliente teve tanto poder. E nunca as empresas estiveram tão expostas."

O novo cliente, o novo tempo

Vivemos um tempo em que o cliente é informado, impaciente, emocional e conectado. Ele quer **experiências imediatas, fluidas e humanas** — não apenas produtos.

📌 🎯 O cliente deixou de ser o fim do processo e passou a ser o **centro do ecossistema**.



A Revolução Silenciosa – O cliente protagonista

A jornada agora é **multicanal, emocional e não linear**. O cliente pode iniciar uma compra pelo celular, interagir no chat e finalizar na loja física.

 "O poder migrou do fornecedor para o cliente."



Consumidor Passivo

Recebia ofertas



Usuário Ativo

Busca e compara



Protagonista Digital

Controla a experiência

A Cultura da Instantaneidade

O tempo se tornou o ativo mais valioso. Plataformas como Amazon, WhatsApp e iFood criaram um cliente **impaciente e intolerante à lentidão**.

Mas a velocidade não basta — o cliente também busca **significado e confiança**.



A Cultura da Instantaneidade

📄 📍 *Conclusão:* o novo desafio é equilibrar **rapidez com propósito.**

Velocidade

Resposta imediata

Entrega rápida

Acesso instantâneo

Significado

Propósito claro

Valores compartilhados

Conexão emocional

Confiança

Transparência

Consistência

Autenticidade

A Evolução das Tecnologias

Inteligência artificial, realidade aumentada, sensores, IoT e metaverso remodelam nossa percepção do mundo.



A Evolução das Tecnologias

A tecnologia não é mais apenas suporte — ela **define a experiência**.
Mas o perigo está em se tornar **tecnocêntrico** e esquecer o humano.

"A tecnologia só tem valor quando amplia o humano."

A Evolução das Tecnologias

📌  *Conexão Human Centric*: a tecnologia é o meio; o humano é o propósito.



Inteligência Artificial

Personalização e previsão



Realidade Aumentada

Experiências imersivas



IoT e Sensores

Conexão inteligente



Metaverso

Novos ambientes digitais

A Evolução do Marketing (Kotler 1.0 → 6.0)



1.0 - Produto

Foco na funcionalidade



2.0 - Consumidor - Foco NO Cliente

Satisfação do cliente



3.0 - Valores

Propósito e impacto



4.0 - Conexão digital

Omnicanalidade



5.0 - Tecnologia inteligente

IA e automação



6.0 - Imersão total - Foco DO Cliente

Experiência sensorial



H2H Marketing - O marketing de humano para humano

H2H Marketing – O marketing de humano para humano

Entre o 5.0 e o 6.0, surge o **H2H Marketing**, de Kotler, Pförtsch e Sponholz. Ele representa o ponto de virada:

"O marketing não é B2B nem B2C. É **H2H – Human to Human.**"

Foco em empatia, autenticidade e confiança. Valor compartilhado com todos os stakeholders.

H2H Marketing – O marketing de humano para humano

 *Conexão Human Centric*: o mesmo princípio que fundamenta a **Era Pós-Digital**, onde o humano volta ao centro.



Empatia

Compreender profundamente



Autenticidade

Ser verdadeiro e transparente



Confiança

Construir relacionamentos duradouros

Marketing 6.0 – O futuro é imersivo

***O Marketing 6.0* amplia o H2H
para o ambiente digital e sensorial**

Marketing 6.0 – O futuro é imersivo

1

Experiências Multissensoriais

Visão, audição, tato, olfato e paladar integrados

2

Realidade Aumentada e Virtual

Ambientes imersivos e interativos

3


Dados e IA como Pontes Emocionais

Personalização profunda e empática

4

Fusão Físico-Digital

Experiência contínua e integrada

 *Síntese:* não é sobre tecnologia, mas sobre **vivências ampliadas pela tecnologia.**

A nova era

CX 360

Customer Experience 360

O CX 360

O **Customer Experience 360** é a tradução prática dessas evoluções. Ele propõe enxergar o cliente **em todas as suas dimensões**: emocional, racional, digital e social.

"CX 360 é o encontro entre empatia e inteligência digital." 

"*Na visão Human Centric*: o CX 360 representa o centro da nova organização — um ecossistema vivo, que aprende com o cliente".

O CX 360

Emocional
Sentimentos e conexões afetivas



Racional
Análise e tomada de decisão



Social
Influência e comunidade



Digital
Interações tecnológicas



O Cliente 360 – da compra à emoção

O cliente 360 é sensorial e híbrido. Ele compra, compara, comenta, indica e cancela – tudo em minutos.

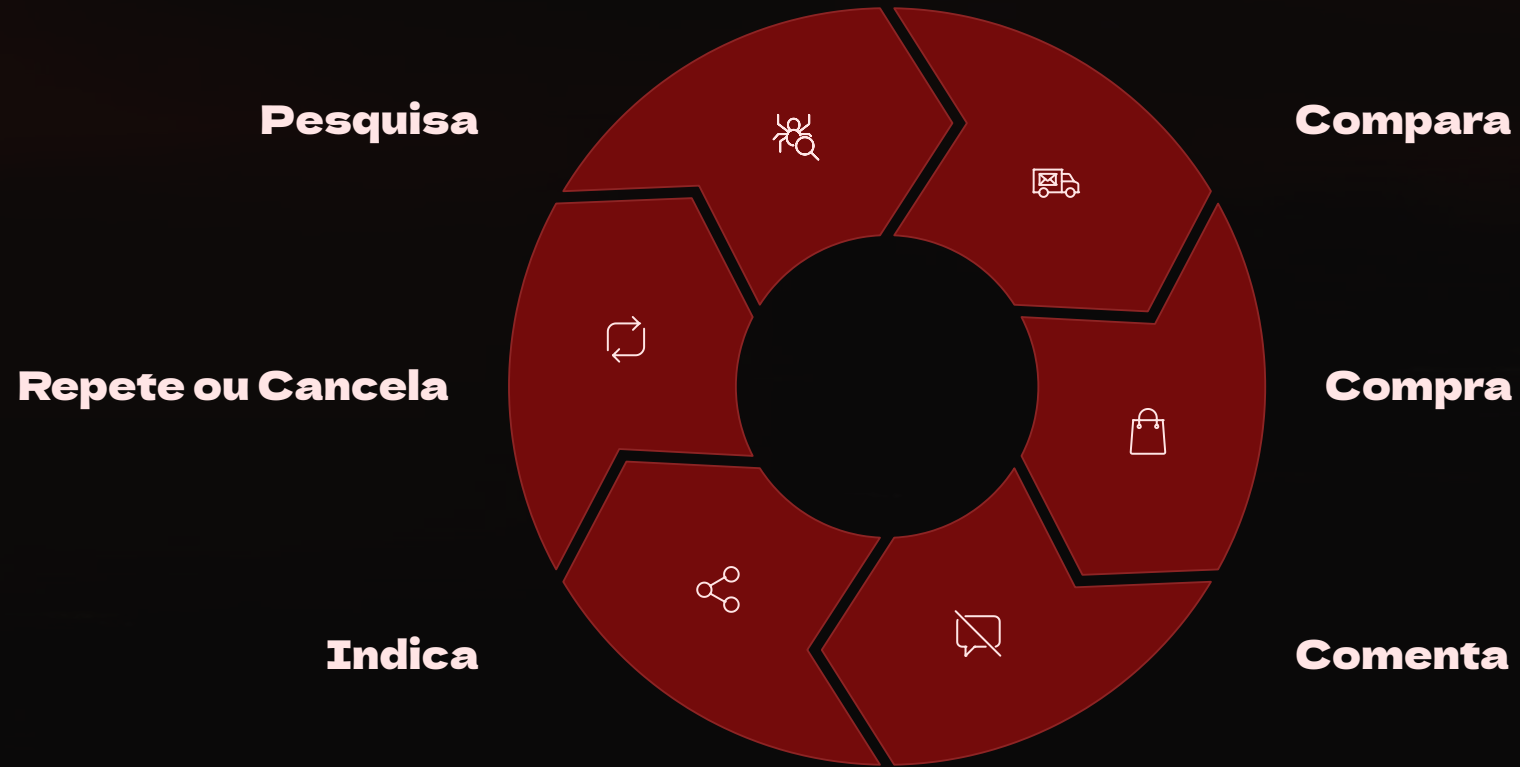
O Cliente 360 – da compra à emoção

Ele é influenciado pela experiência de outros e, ao mesmo tempo, influencia muitos.

📄 🌐 *Mensagem:* o cliente 360 é o novo "termômetro da verdade" da marca. A experiência que ele vive define o valor percebido por todo o mercado.



O Cliente 360 – da compra à emoção



O Figital – O fim das fronteiras

O figital (Physical + Digital) é o palco onde o CX 360 acontece. O cliente não distingue canais — ele **vive uma única experiência contínua.**



O Figital – O fim das fronteiras

Teste Virtual

Experimenta produtos em realidade aumentada

Visualiza em seu ambiente

Personaliza opções

Recebe Fisicamente

Entrega no local escolhido

Toca e valida o produto

Confirma expectativas

Aprende e Vivencia

Educação remota

Prática presencial

Experiência completa

Mensagem Human Centric: "O figital é a ponte entre o mundo tecnológico e o human

**A Confiança – A nova
moeda da economia**

A Confiança – A nova moeda da economia

A confiança é o ativo mais valioso da Era Pós-Digital. Não se compra; se conquista com coerência entre propósito, promessa e prática.

"As pessoas não confiam em marcas. Confiam em pessoas."

A Confiança – A nova moeda da economia

Ela sustenta a fidelização e a reputação. Sem confiança, não há relacionamento duradouro nem recomendação.

📌 ▲ *Triângulo Human Centric*: Digital + Experiência + Confiança = Fidelização Sustentável



A Confiança – A nova moeda da economia

Propósito

Por que existimos



Promessa

O que oferecemos



Prática

Como entregamos

Coerência = Confiança

A Empresa como Ecossistema de Experiências

A experiência não é só do cliente.

**Envolve fornecedores,
colaboradores, investidores,
comunidade e até a natureza.**

O QUE É EXPERIÊNCIA NO CONTEXTO DO CX

"Experiência" não é somente o atendimento. É o **conjunto de percepções e emoções** que o cliente constrói antes, durante e depois da interação com o site/entrega/produto/serviço da empresa.


A Empresa como Ecossistema de Experiências

(logística reversa, sustentabilidade, propósito compartilhado).

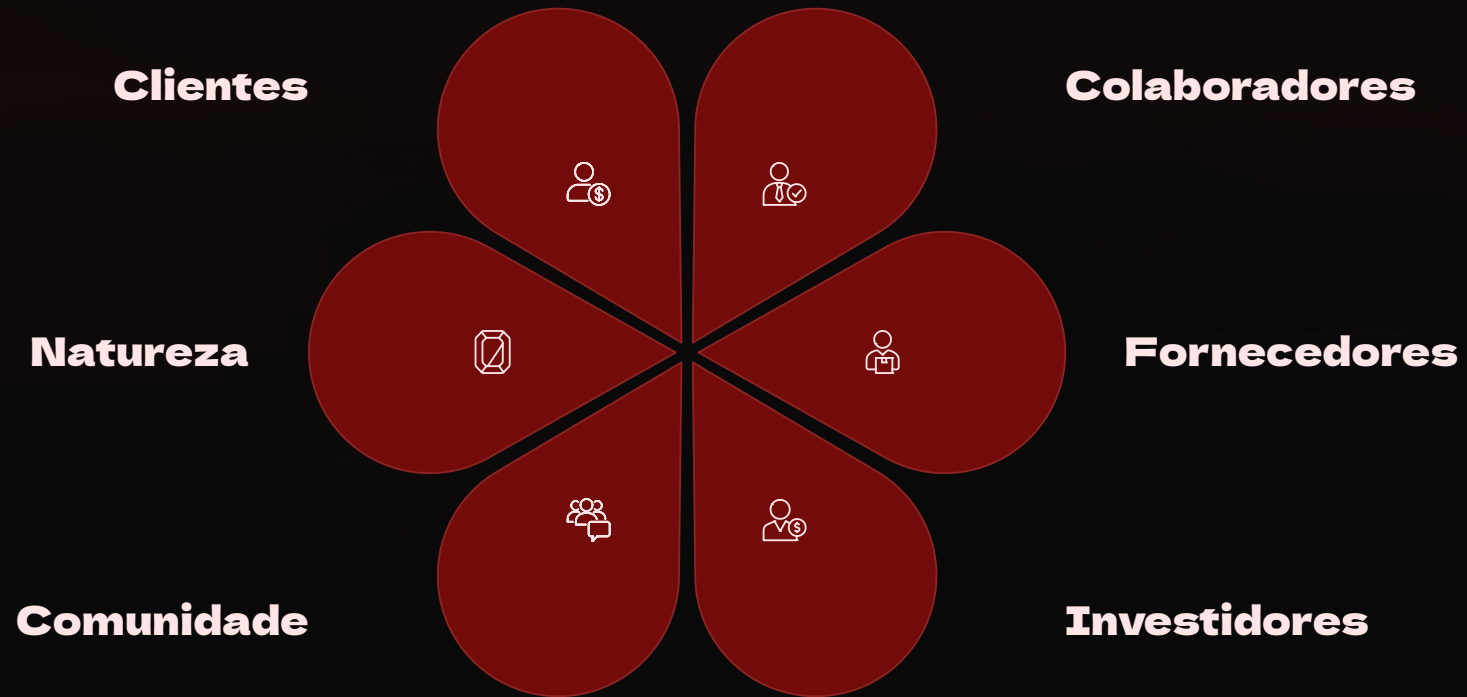
🗣️ "A experiência do cliente é o reflexo da experiência do ecossistema."



A Empresa como Ecossistema de Experiências

- ☐  *Ligação com CX 360*: o cliente vê a empresa como um ponto único — mas a empresa o enxerga de forma fragmentada, visão do financeiro, visão da logística, visão a AT, etc.... O desafio é integrar o olhar interno com o do cliente.

A Empresa como Ecossistema de Experiências



A Empresa como Ecossistema de Experiências

Visão do Cliente

Vê a empresa como um ponto único

Espera experiência integrada

Não distingue departamentos

Julga pela totalidade

Visão da Empresa

Enxerga de forma fragmentada

Departamentos isolados

Processos desconectados

Precisa integrar com o olhar do cliente

**O Cliente – O Melhor
Vendedor do Mundo**

O Cliente – O Melhor Vendedor do Mundo

O cliente encantado é o verdadeiro influenciador. Ele confia, compra, recomenda e defende.

"O cliente satisfeito compra. O encantado compartilha. O confiante defende."

O Cliente – O Melhor Vendedor do Mundo

📄 🔄 *Ciclo do CX 360: Vivência → Confiança → Indicação → Fidelização → Evolução contínua.*

01

Vivência

Experiência memorável

02

Confiança

Credibilidade conquistada

03

Indicação

Recomendação espontânea

04

Fidelização

Relacionamento duradouro

05

Evolução Contínua

Melhoria permanente

O Cliente - O Melhor Vendedor do Mundo



Cliente Satisfeito

Compra



Cliente Encantado

Compra + Compartilha



Cliente Confiante

Compra + Compartilha + Defende

O Cliente – O Melhor Vendedor do Mundo

Confia

Acredita na marca

Sente segurança

Mantém lealdade

Recomenda

Indica para amigos

Compartilha nas redes

Gera novos clientes

Defende

Protege a reputação

Responde críticas

Fortalece a marca

A síntese

**O Futuro é
Humano**

O Futuro é Humano

"O futuro do marketing é digital, mas o futuro das empresas é humano."

A experiência do cliente é o espelho da cultura da empresa. Se a cultura é centrada em pessoas, e no CLIENTE, a experiência será memorável.



O Futuro é Humano

- *Mensagem Human Centric:* A verdadeira inovação é **reconectar tecnologia, emoção e propósito**. É colocar o ser humano — cliente, colaborador, parceiro, fornecedor, investidor, e a própria NATUREZA — no centro da transformação.

O Futuro é Humano

Tecnologia

Ferramentas que ampliam capacidades humanas

Emoção

Conexões autênticas e significativas

Propósito

Razão de existir que inspira e transforma

◆ ***CX 360 = Confiança + Digital + Human
Centric***

Da experiência do cliente à experiência do ecossistema.

A convergência desses três pilares cria experiências transformadoras e sustentáveis.

Da experiência do cliente à experiência do ecossistema



Cada nível sustenta e amplifica o próximo, criando valor compartilhado.

Os Pilares da Transformação

1

Confiança

Construída através de coerência entre propósito, promessa e prática

Base de todos os relacionamentos duradouros

2

Figital

Integração perfeita entre físico e digital

Experiência contínua sem fronteiras

3

Human Centric

O ser humano no centro de todas as decisões

Tecnologia a serviço das pessoas

A Jornada da Transformação

Hoje

Cliente fragmentado

Canais isolados

Experiência desconexa

1

Futuro

Ecossistema integrado

Experiência contínua

Confiança consolidada

3

2

Transição

Integração de canais

Visão 360 do cliente

Cultura em evolução

O Compromisso com o Futuro

Construir experiências que **conectam, transformam e inspiram**.

Colocar o humano no centro de cada decisão, cada processo, cada interação.

Criar valor compartilhado para todo o ecossistema.



- ◆ ***CX 360 = Confiança + Digital + Human Centric***
Da experiência do cliente à experiência do ecossistema.
-