



5 motivos para que empresas de streaming invistam mais em Experiência do Cliente

Em um setor onde o conteúdo reina, uma CX mal executada pode representar a queda da coroa

00 Introdução: 5 motivos para que empresas de streaming invistam mais em Experiência do Cliente

O setor do streaming está no noticiário. De novo. Primeiro, durante o início da pandemia, foi anunciado que a contagem de assinantes disparou, superando a marca de um bilhão de contas. Em seguida, voltou às manchetes quando a Apple TV+ levou para casa o Oscar de Melhor Filme por “No Ritmo do Coração (CODA)” e quando os espectadores começaram a passar mais tempo conectados nesta modalidade do que na TV aberta.¹ Agora, o setor está nas manchetes, em parte, porque assinantes estão abandonando o navio. Embora ninguém acredite que o setor esteja com problemas reais, alguns indícios – como a retração da Netflix e uma taxa média de rotatividade mensal de 5% – devem lembrar às empresas que apenas entregar um ótimo conteúdo não é suficiente.

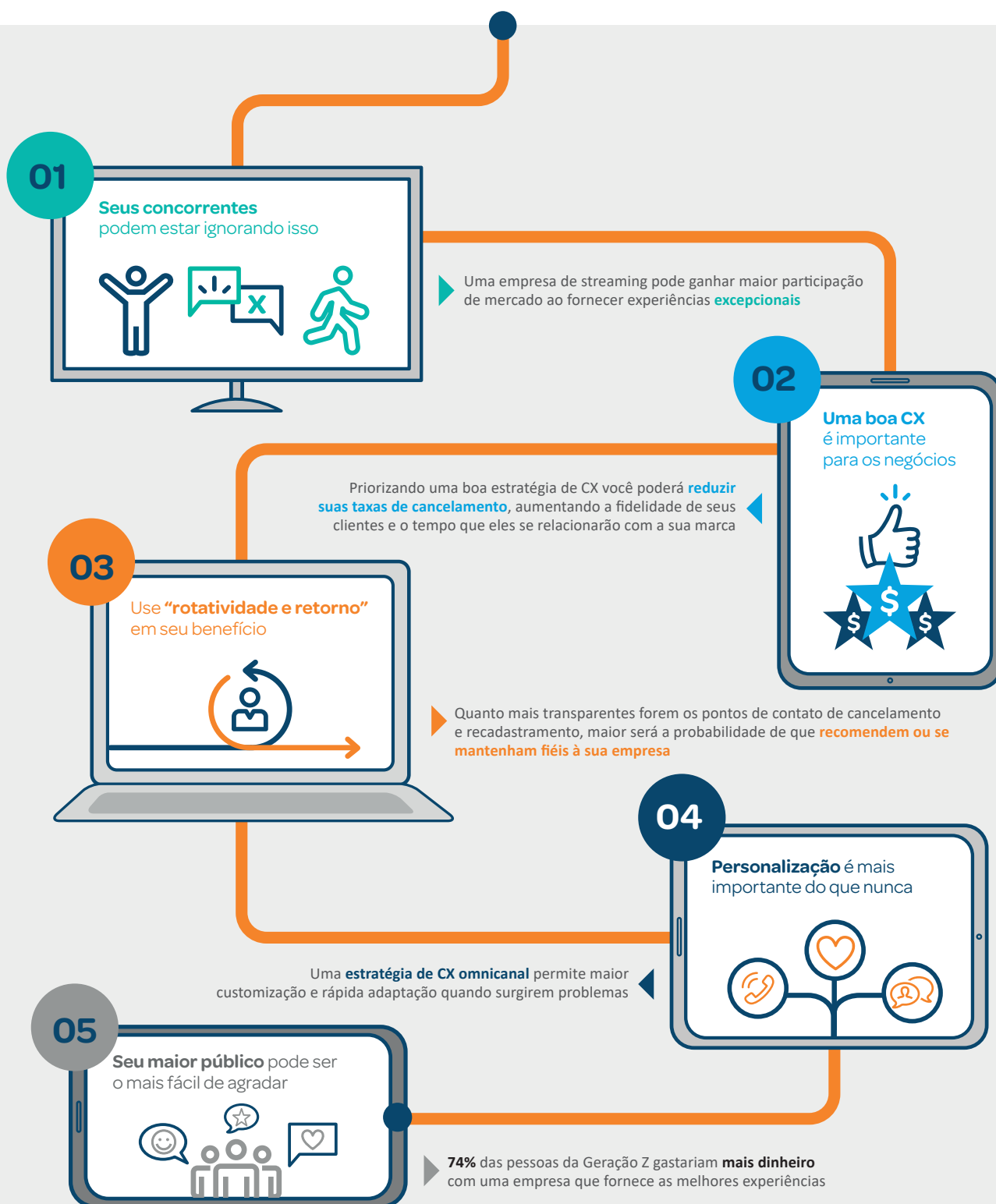
A Experiência do Cliente (CX) é, também, muito importante. Em todos os setores, no planeta inteiro, **consumidores passaram a rejeitar empresas que ignoram este tema e acolher as que fazem dele uma prioridade**. Em um segmento altamente competitivo como o de streaming, os impactos que a experiência pode ter sobre os índices de retenção dos clientes não podem ser ignorados. Dados apontam que quase metade dos consumidores deixaria de utilizar os serviços de uma organização a partir de apenas única experiência negativa.²

Estas companhias podem ser perdoadas por, inicialmente, não priorizarem a CX a favor da entrega de conteúdos mais atraentes e de uma experiência de usuário (UX) convidativa. Observe que nós estamos fazendo uma distinção entre *experiência do usuário* — a interface da plataforma - e *experiência do cliente* — as interações entre a sua empresa e seus assinantes. Dito isso, de fato essa foi a mensagem que elas receberam dos assinantes, uma vez que depois do conteúdo, o preço é o principal motivo levado em consideração na hora de contratar um serviço deste tipo. No entanto, embora possa ser verdade que as pessoas não se inscrevam em uma plataforma com base na reputação em CX da marca, eles já mostraram que deixarão um provedor por falhas neste caminho.

Em vez de tratar CX como ator coadjuvante ou centro de custos, **as empresas de streaming devem adotar um modelo no qual a experiência desempenhe o papel de protagonista**. Em nosso trabalho com clientes deste setor, descobrimos que marcas que investem para fornecer uma jornada superior ganham uma forte vantagem competitiva.

A seguir, destacaremos **cinco motivos para que empresas de streaming invistam mais em Experiência do Cliente**, se diferenciando no mercado.

5 motivos para que empresas de streaming invistam mais em Experiência do Cliente



01 Seus concorrentes podem estar ignorando isso

Um grande motivo pelo qual a Experiência do Cliente pode ser um diferencial competitivo para empresas de streaming está no fato de **muitos de seus concorrentes, possivelmente, ignorarem esta estratégia.**

É realista assumirmos que a natureza das interações e do atendimento a este setor tende a ser mais simples. Embora uma empresa de Telecomunicações, por exemplo, possa contar com dez planos diferentes, uma ampla variedade de complementos e taxas únicas, as ofertas de produtos de streaming são mais claras. Entre nossos clientes, descobrimos que algumas das interações mais comuns para esse tipo de marca são redefinições de senha e alterações no endereço de cobrança.

No entanto, uma oferta mais direta não significa que essas empresas devam minimizar a importância da Experiência do Cliente. Trata-se justamente do contrário. Como as interações geralmente são de natureza rotineira, é duplamente importante que elas sejam rápidas, amigáveis e sem atrito.

Então, quando vemos alguns nomes do streaming colocando formulários em seus sites e chamando isso de atendimento ao cliente, vemos **uma oportunidade para que seus concorrentes conquistem seus consumidores.** A experiência é um fator de destaque. Embora os concorrentes possam ignorar a CX em favor da UX, uma empresa experiente pode conquistar participação de mercado e aumentar a vida útil de sua base de clientes fornecendo uma CX excepcional.

+ Quase metade dos consumidores deixará de usar os serviços de uma organização caso tenha uma única experiência negativa

02 Uma boa CX é importante para os negócios

“Não estou assistindo a filmes e séries tanto quanto antes” e “é muito caro” podem ser dois dos principais motivos pelos quais clientes decidem cancelar assinaturas de streaming.³ Mas, sabemos que, no setor como um todo, **68% das pessoas que cancelam suas contas afirmam que a razão para tanto foi um atendimento ruim.**⁴ É muito claro que uma má CX prejudica os negócios.

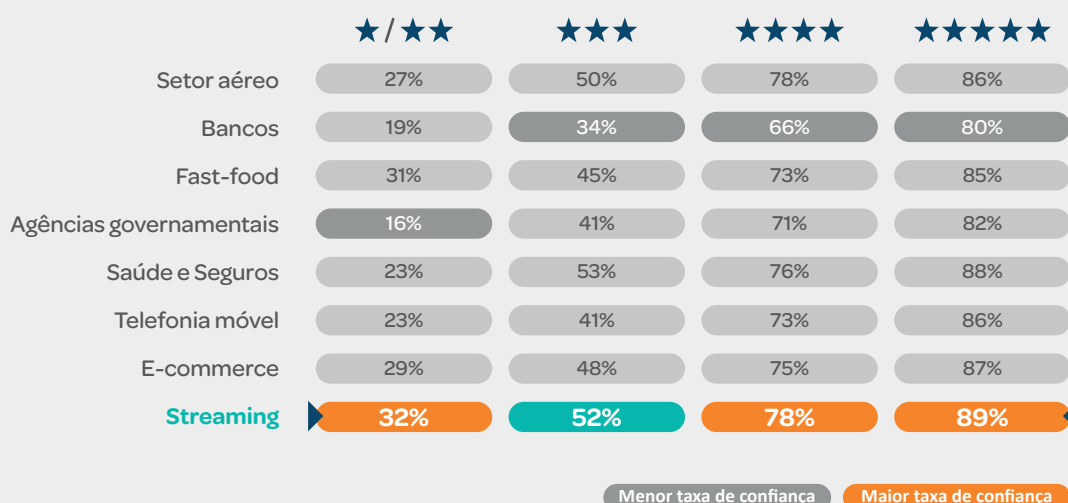
Uma pesquisa recente da Qualtrics constatou que a Experiência do Cliente pode estar se tornando tão importante quanto o conteúdo para

estes consumidores.⁵ Por exemplo, 75% dos clientes de streamings citaram como prioridade “tornar o serviço fácil de contratar ou cancelar” e 72% mencionaram “bom atendimento ao cliente”. Talvez não seja uma surpresa saber que estas pessoas são mais propensas a recomendar uma marca após uma experiência 5 estrelas.⁶

Empresas de streaming que priorizem a CX como parte de suas operações podem esperar menores taxas de rotatividade, níveis mais altos de fidelização, entre outros inúmeros benefícios.

89% dos clientes da indústria de streaming, provavelmente, recomendarão empresas que classificam como altamente

PORCENTAGEM DE CONSUMIDORES QUE “POUCO PROVAVELMENTE” OU “MUITO PROVAVELMENTE” FARÃO UMA RECOMENDAÇÃO COM BASE EM SEU NÍVEL DE SATISFAÇÃO



Base: 24.000 consumidores em 24 países.

Pesquisa: Qualtrics XM Institute Q3 2021
Global Consumer Trends Study

qualtrics^{XM}
Copyright © 2022 Qualtrics®. All rights reserved.

Consumidores têm de 2 a 3 vezes mais chances de adquirir um serviço de streaming adicional após uma experiência 5 estrelas, quando em comparação a uma experiência 1 ou 2 estrelas

CONSUMIDORES QUE DIZEM QUE ESTÃO “UM POUCO” OU “MUITO” PROPENSOS A:
(classificação entre 1 e 5 estrelas de satisfação)



Base: 24.000 consumidores em 24 países.

Pesquisa: Qualtrics XM Institute Q3 2021
Global Consumer Trends Study.

qualtrics^{XM}

Copyright © 2022 Qualtrics®. All rights reserved.



03 Use “rotatividade e retorno” em seu benefício

Cada vez mais, clientes se sentem confortáveis para cancelar um serviço de streaming que não estão mais utilizando e, em seguida, assiná-lo novamente quando um conteúdo interessante é lançado. E, este comportamento é mais comum entre **as gerações mais jovens**. Nos EUA, quase metade dos millennials e 34% da geração Z cancelaram e depois assinaram novamente o mesmo serviço em 12 meses, de acordo com o estudo Digital Media Trends 2022 da Deloitte.⁷

Dadas suas realidades de rotatividade e retorno, os serviços de streaming precisam garantir que os pontos de contato para cancelamento e recadastramento sejam rápidos, amigáveis e sem atrito. Quanto mais integradas forem essas ações, maior será a probabilidade de que o cliente permaneça fiel ou recomende a plataforma. Priorizando a CX em todos os canais, estas empresas manterão um bom fluxo de atendimento. Aquelas que ignorarem a importância deste tema correrão o risco de perder clientes.

+ **Metade dos millennials já cancelou e depois reassinou o mesmo serviço**

04 Personalização é mais importante do que nunca

Personalização envolve fornecer informações e conteúdos que satisfaçam as expectativas de cada cliente. Devemos levar em consideração interações anteriores – em outras palavras, requer uma estratégia de CX omnicanal, que reconhece e identifica a atuação dos indivíduos em cada ponto de contato, oferecendo uma visão 360 graus de suas atividades. É uma experiência que compreende a pessoa ao ponto de antecipar seu próximo problema.

Uma estratégia de CX omnicanal é o que permite que empresas de streaming ofereçam personalização em suas jornadas e personalização é um fator muito importante. Quase 42% dos consumidores afirmam que permanecem inscritos além do primeiro mês porque apreciam a natureza “personalizada ou sob medida” do serviço.⁸

À medida em que o mercado de streaming se torna mais competitivo, enfatizar o compromisso da sua empresa com seus clientes – e levando esta preocupação à jornada como um todo – trará mais relevância à sua marca.



05 Seu maior público pode ser o mais fácil de agradar

A Geração Z (nascida entre 1997 e 2012) representa hoje um terço da população mundial - 65 milhões estão apenas nos Estados Unidos - e 96% de seus membros assinam pelo menos um serviço de streaming.⁹ Preste bastante atenção a estes dados. E tem mais: **74% dos membros desta geração diz que gastaria mais dinheiro com uma empresa que oferece uma boa experiência ao cliente.**¹⁰ O que é preciso para desenvolvermos a melhor CX para essas pessoas? Personalização e customização são fundamentais.

Customização para um membro da Geração Z significa permitir que ele decida como, onde e quando deseja se comunicar com a sua empresa.

É essencial lembrarmos que a Geração Z é de nativos digitais. Ofereça a esse grupo ferramentas de CX com autoatendimento, como chatbots, permita que eles [entrem em contato com você por meio de um tweet ou SMS](#) e você estará no caminho certo para melhorar a fidelização destes clientes à sua marca.

+ **96%** dos membros da Geração Z assinam pelo menos um serviço de streaming

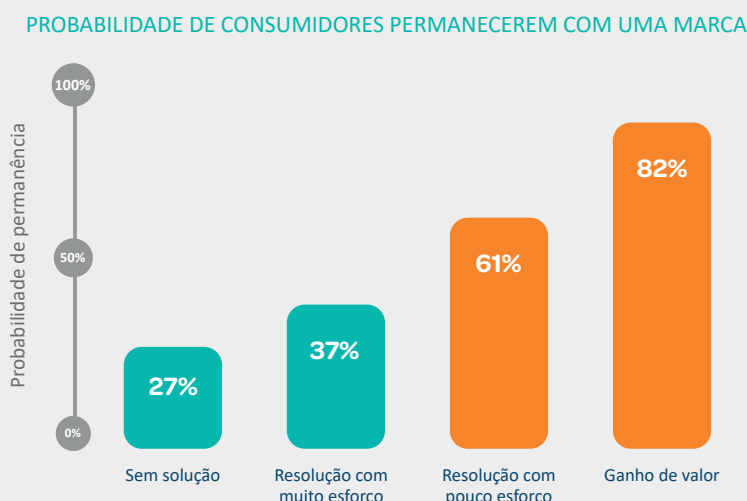
+ **74%** afirmam que gastariam mais dinheiro para ter uma boa Experiência do Cliente

Esteja à frente

Descrevemos cinco motivos pelos quais empresas de streaming devem investir mais em Experiência do Cliente. Obviamente, um atendimento superior, por si só, não atrairá novos assinantes e não poderá impedir a rotatividade. Mas, empresas deste setor que proporcionarem jornadas incríveis terão maior probabilidade de conquistarem a fidelidade do consumidor, retendo quem já está na sua base e recuperando as pessoas que pensarem em cancelamento.

Como uma última análise, a criação de uma boa estratégia de CX depende de interações inteligentes ao longo de todo o ciclo de relacionamento com o cliente. Envolve também a entrega de ferramentas de autoatendimento, uma profunda consciência cultural e especialistas falando a língua do consumidor, sempre com empatia e compreendendo contextos. Exige um [programa de monitoramento de redes sociais](#) para capturar e analisar [os sentimentos do cliente, bem como análises preditivas](#) para prever e evitar possíveis pedidos de cancelamento. Por fim, e mais importante, uma experiência superior parte de incorporação de profissionais altamente qualificados, treinados para buscarem por uma oferta alternativa e [reverter pedidos de cancelamento](#).

Oferecer uma solução que exija pouco esforço dos clientes aumenta em 25% a probabilidade de que eles permaneçam com a sua marca. Trazer algum valor à interação potencializa essas chances em mais 20%



Pesquisa: Gartner, How Service Leaders Can Increase Customer Loyalty

Gartner®

Fornecer respostas rápidas, amigáveis e sem atrito devem ser prioridades para todas as empresas de streaming. Embora o conteúdo e o preço sejam componentes essenciais deste modelo de negócio, a Experiência do Cliente é uma outra alavanca na qual essas marcas devem apostar para se diferenciarem, criando uma vantagem considerável sobre seus concorrentes.

A Atento trabalha com empresas globais de streaming para elevar suas iniciativas de Experiência do Cliente, reduzindo rotatividade e maximizando taxas de manutenção da base de consumidores. [Entre em contato conosco](#) para saber mais.

+ Sobre a Atento

A Atento é a maior provedora de serviços de gestão de relacionamento com clientes e terceirização de processos de negócios (“CRM BPO”) da América Latina e uma das principais provedoras do mundo. A Atento também é um dos principais provedores de serviços de CRM BPO de nearshoring para empresas que operam nos Estados Unidos. Desde 1999, a empresa desenvolveu seu modelo de negócios em 14 países, onde emprega aproximadamente 150.000 pessoas. A Atento conta com mais de 400 clientes aos quais oferece uma ampla gama de serviços de CRM BPO através de múltiplos canais. Os clientes da Atento são principalmente empresas multinacionais líderes em setores como telecomunicações, serviços bancários e financeiros, saúde, varejo e administração pública, entre outros. As ações da Atento são negociadas sob o símbolo ATTO na Bolsa de Valores de Nova York (NYSE). Em 2019, a Atento foi eleita uma das 25 melhores empresas multinacionais do mundo e uma das melhores multinacionais para se trabalhar na América Latina pelo Great Place to Work®. Além disso, em 2021, o Everest nomeou a Atento como uma “estrela performer”. O Gartner nomeou a empresa por dois anos consecutivos como líder em seu Quadrante Mágico a partir de 2021.

Para mais informações, visite www.atento.com



+ Fontes

1. <https://www.nielsen.com/insights/2021/the-gauge-shows-streaming-takes-a-seat-at-the-table/>
2. <https://www.businesswire.com/news/home/20201112005349/en/Customer-Experience-Emerges-as-2020-Bright-Spot-Consumers-See-Positive-Shift-in-Service-and-Signal-Increasing-Digital-Engagement>
3. <https://www.fool.com/investing/2022/06/30/top-2-reasons-consumers-cancel-streaming-services/#:~:text=Subscribers%20are%20becoming%20more%20price%2Dsensitive&text=There%E2%80%99s%20no%20doubt%20consumers%20have,a%20concern%20for%20streaming%20services>
4. <https://www.digitalcommerce360.com/2019/12/05/customer-experience-is-key-to-subscription-success/#:~:text=According%20to%20FIS's%20report%2C%2068,for%20customer%20experience%20is%20critical>
5. <https://www.forbes.com/sites/sap/2021/11/02/winning-the-streaming-wars-with-great-customer-experience/?sh=75c303452414>
6. https://www.qualtrics.com/m/www.xminstitute.com/wp-content/uploads/2022/04/XMI_DS_GlobalStudyROlofCustomerExperience.pdf
7. <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/technology/digital-media-trends-consumption-habits-survey.html>
8. <https://www.digitalcommerce360.com/2019/12/05/customer-experience-is-key-to-subscription-success/>
9. <https://morningconsult.com/2022/04/19/gen-z-streaming-tv-service/>
10. <https://www.thedrum.com/opinion/2022/03/16/3-things-brands-need-know-about-gen-z-s-cx-expectations>



ATENTO

www.atento.com

