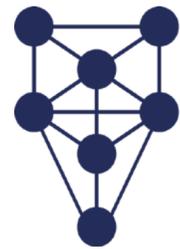


EVOLUÇÃO ESTRATÉGICA E TRANSIÇÃO DA  
ÁREA DE MÍDIAS SOCIAIS PARA DENTRO DE

# **VOICE OF CUSTOMER**

DA CREDITAS A PARTIR DA IMPLEMENTAÇÃO  
DA STILINGUE



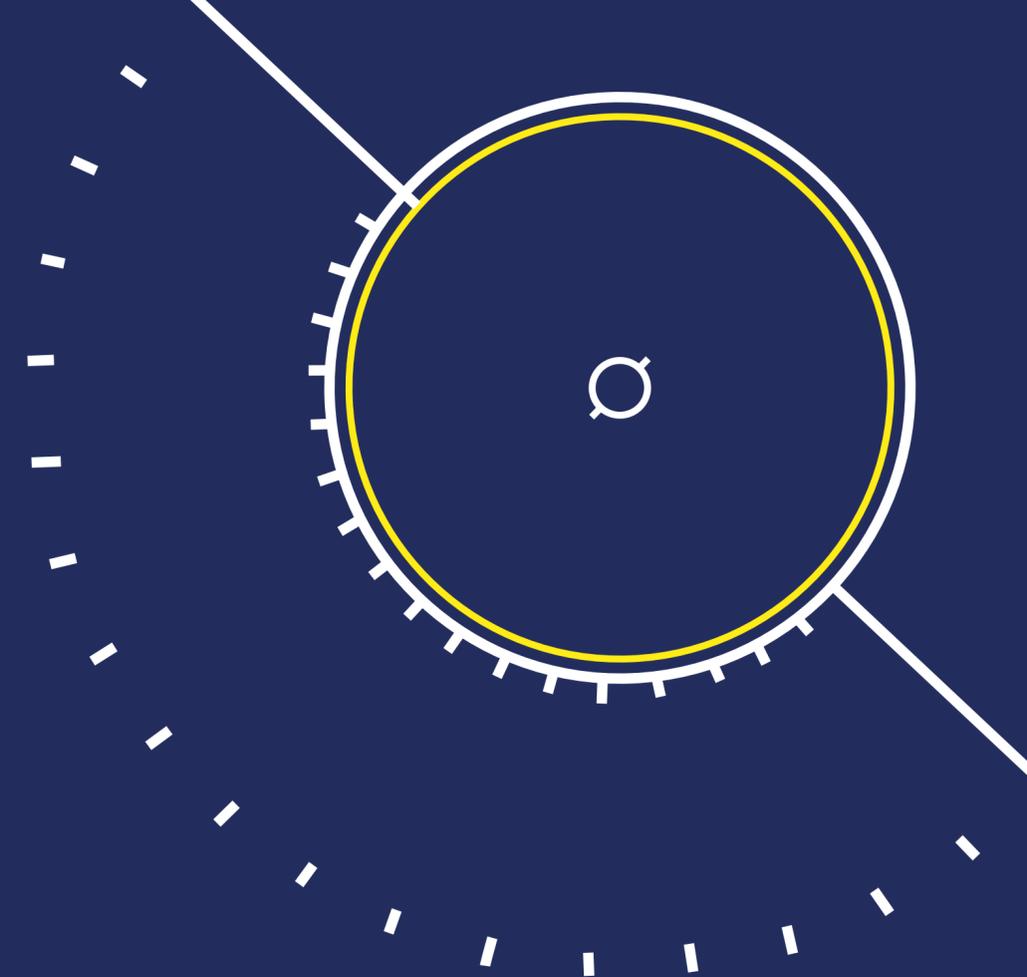
**STILINGUE**

 **credit**as



**STILINGUE**

Compartilhamos práticas inspiradoras de clientes e operações de sucesso com o uso da ferramenta **WAR-ROOM STILINGUE**. A seleção considera a realização e consolidação de um trabalho que fortalece a mensagem de parcer. IA, transparênc. IA e excelênc. IA, compartilhadas com a **STILINGUE**.

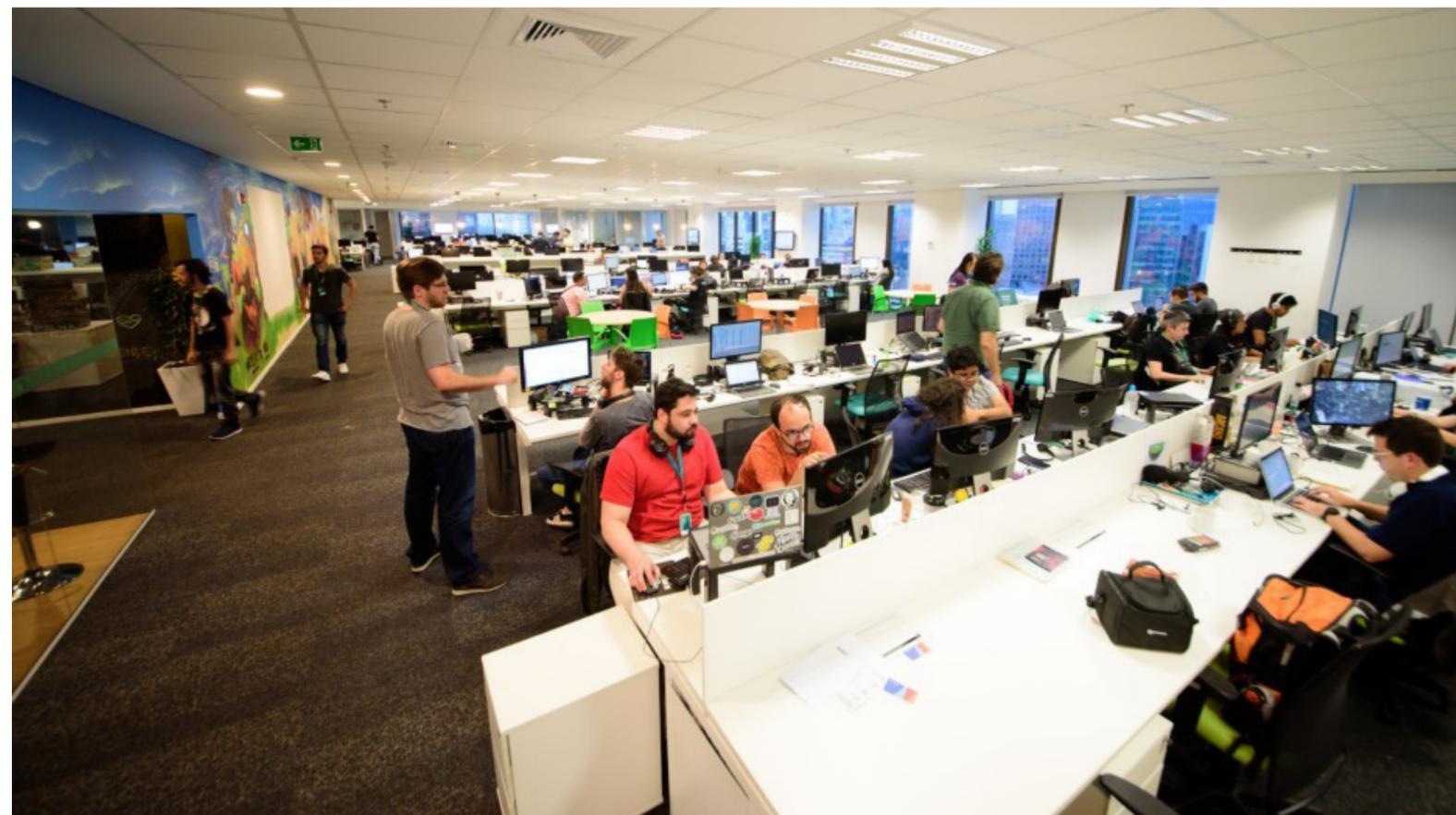




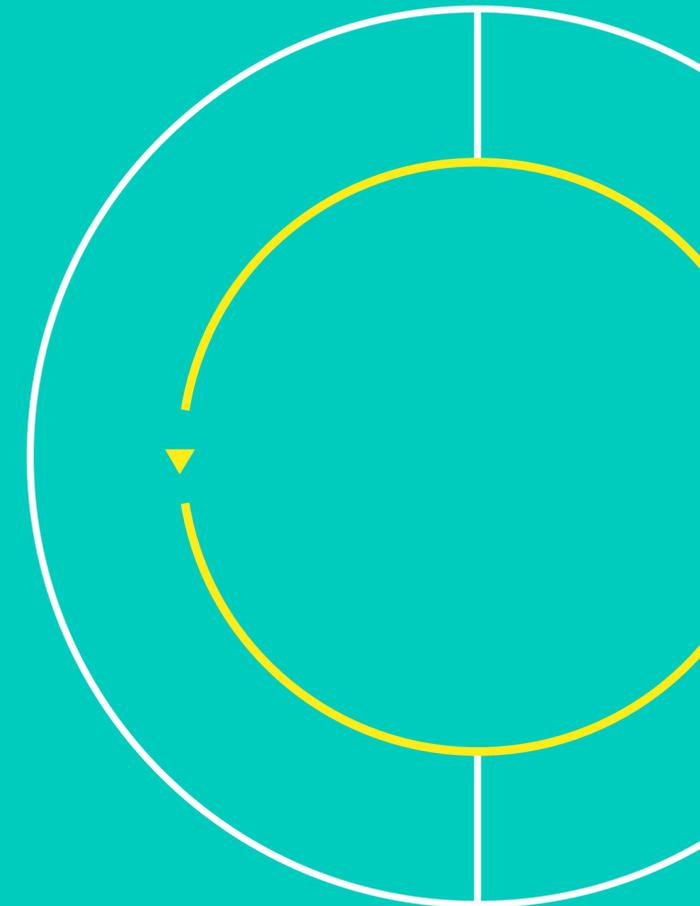
## **A Credits é a principal plataforma online de crédito com garantia da América Latina.**

Nascida em 2012, a Credits visa combater o mau endividamento com crédito de qualidade e garantir progresso financeiro de seus clientes.

Para isso, já foram mais de 4,8 milhões de solicitações de empréstimo pela plataforma, mais de R\$1.2 bilhão em investimentos recebidos e mais de R\$800 milhões economizados aos brasileiros.



ATUALMENTE, PARA AJUDAR NA MISSÃO DE FACILITAR CRÉDITO COM GARANTIA AOS BRASILEIROS, A CREDITAS OPERA COM UMA EQUIPE DE 7 TRIPULANTES FOCADOS NAS REDES SOCIAIS E EM FORMAS DE GARANTIR QUE A VOZ DO CONSUMIDOR REFLITA NO POSICIONAMENTO E NAS AÇÕES DA EMPRESA COMO UM TODO.



Franklin Silva, supervisor de Customer Experience em Social Media, conta que a área de mídias sociais era responsável, principalmente, por gerar leads e realizar os atendimentos nas redes sociais:

“Entendemos que era uma área que deveria partir da geração de números para gerar experiência e abastecer a empresa com inteligência. Assim, o desafio era sair do operacional e transformar a célula de social em estratégica para o negócio”.

Franklin Silva, supervisor de Customer Experience em Social Media



Neste momento, a equipe de atendimento da STILINGUE, por meio da atuação do Customer Success, Augusto Paz, definiu a melhor estratégia de assistência e orientação:

“O papel do Customer Success neste momento de transformação da área foi muito de escuta ativa. Montamos acampamento na “nave” para entender quais as necessidades e pontos de melhoria da operação e, a partir disso, criamos uma rotina personalizada de treinamentos e o resultado foi um aumento substancial no nível de confiança do cliente na nossa solução”.

Augusto Paz, equipe de atendimento da STILINGUE





O plano de mudança contou com 5 etapas sequenciais desde novembro de 2019 para implementar a nova estrutura da área:



Ao longo dos 6 meses da nova operação, Franklin já pôde perceber mudanças na empresa que revelaram compreensão da modelo atual - como diferentes cobranças e pedidos de outras áreas.

“A ferramenta foi essencial para o momento: a forma de visualizar as informações, os tipos de dados que ela entrega, tudo. Credito boa parte do sucesso deste projeto à STILINGUE, que possibilitou insights focados em um plano estratégico diferenciado. A gente não teria chegado neste patamar sem vocês”, contou.

Franklin Silva, supervisor de Customer Experience em Social Media



O War-Room STILINGUE conta com um modelo robusto de setup de pesquisa que garante autonomia, densidade e flexibilidade no tratamento dos dados.

A tríade de setup envolvendo Contexto-Grupos-Temas permite otimizar o trabalho de análise da equipe de social listening, a medida que garante uma busca de conteúdos cada vez mais assertiva e alinhada com o escopo do projeto e traz uma qualificação automatizada e personalizada dos dados.

Entenda o objetivo final do trabalho e o espelhe na pesquisa: você conseguirá realizar benchmarkings, análises setoriais, monitoramento de crises, identificação de oportunidades, acompanhamento de key messages, entre outros.

## 2. Definir o CONTEXTO das publicações a pesquisar

Monitorar buscas do contexto?

Defina o idioma: Título da pesquisa

---

Buscas na internet e canais sociais que representam o contexto.

Digite uma busca

Use vírgula, ponto e vírgula ou pressione 'enter' para separar as buscas

## 3. Definir os GRUPOS a serem pesquisados

**Grupo A**

Defina o idioma: Título do grupo ×

---

Buscas na internet e canais sociais que representam este grupo.

Digite uma busca

Use vírgula, ponto e vírgula ou pressione 'enter' para separar as buscas

[+ ADICIONAR NOVO GRUPO](#)

## 4. Definir os TEMAS que filtram e categorizam as publicações

**Tema 1**

Defina o idioma: Título do tema ×

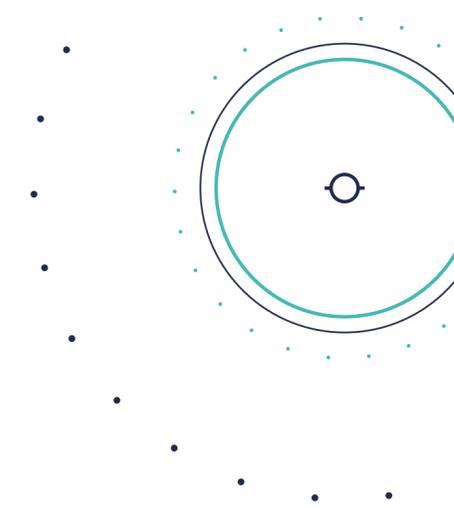
---

Buscas na internet e canais sociais que representam este tema.

Digite uma busca

Use vírgula, ponto e vírgula ou pressione 'enter' para separar as palavras/regras

[+ ADICIONAR TEMA SUGERIDO](#)
[+ ADICIONAR NOVO TEMA](#)



**SAÚDE DA MARCA, SENTIMENTALIZAÇÃO**



**ANÁLISE DA VOZ DO CLIENTE NOS CONTEÚDOS CAPTURADOS**



**DIMINUIÇÃO DA SLA DE RESPOSTA PARA 5H**



**GARANTIR 100% DOS ATENDIMENTOS E DAS TRATATIVAS**



Assim, a área que antes tinha como principais KPIs de sucesso produtividade, geração de leads e SLA de até 24h de respostas nas redes sociais, passou a considerar cada vez mais como fator crítico de sucesso a experiência de seus clientes. Os quatro pontos de atenção da estratégia focavam em:



Essa decisão impactou diretamente nas antigas métricas de sucesso, ao que Franklin explica:

“Tudo é uma questão de propósito. As ações da área eram basicamente as mesmas, mas o que mudou era a estratégia. Continuamos trabalhando com fatos e dados, mas agora de forma eficiente, graças a um time incrível, extremamente engajado e inteligente. E, para pôr isso em prática, precisávamos de uma ferramenta de social que auxiliasse nossa equipe estrategicamente”.

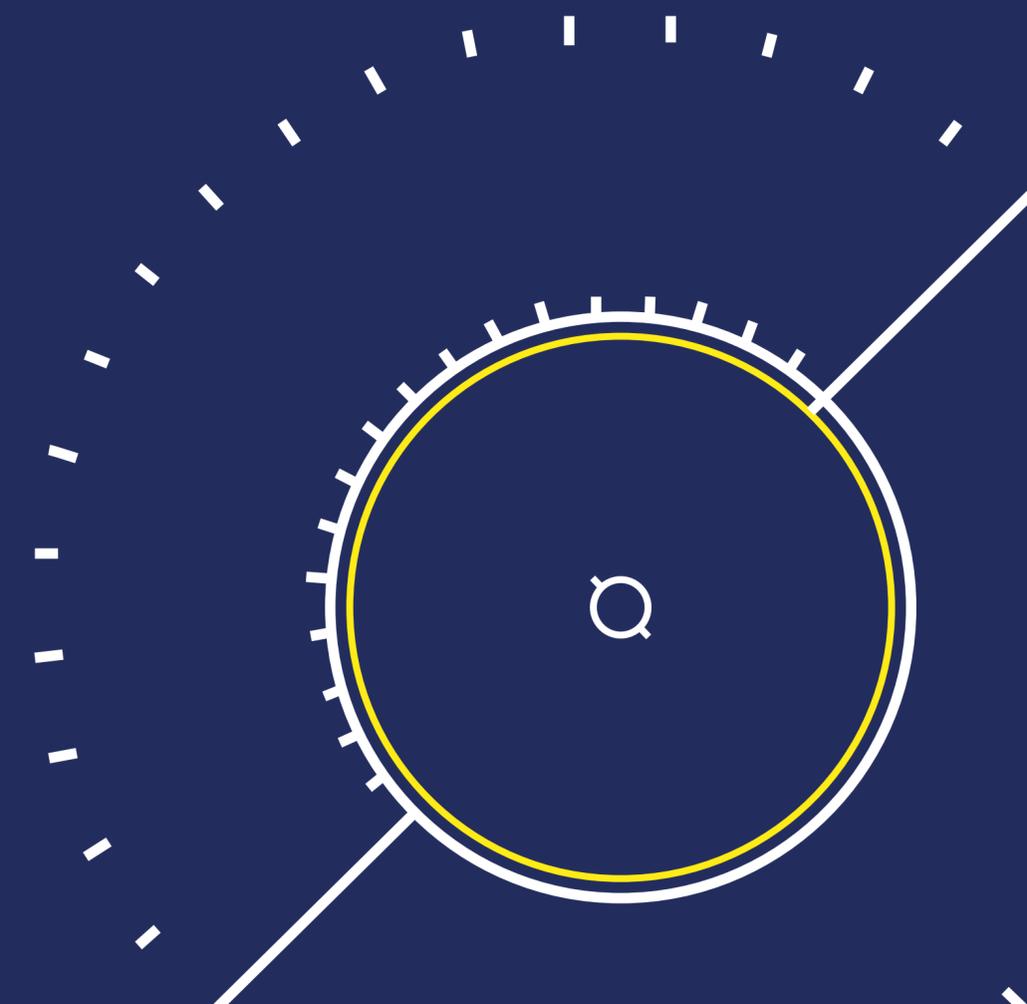
Franklin Silva, supervisor de Customer Experience em Social Media

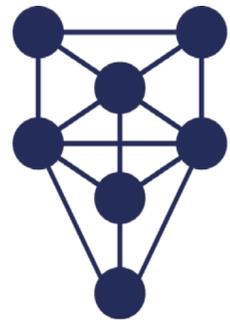


# Quer saber como a **STILINGUE** também pode auxiliar a sua marca?

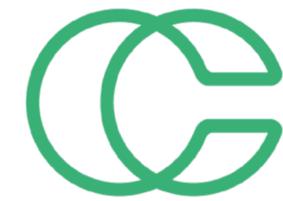
Entre em contato com nosso time de  
especialistas em:

<https://stilingue.com.br/>





**STILINGUE**



credit

