



Onboarding de clientes: entregue valor o mais rápido possível

“Satisfação garantida, ou seu dinheiro de volta!”

Apesar dessa frase ser muito usada no varejo, hoje você encontra propostas semelhantes no B2B, principalmente em [empresas SaaS](#) (aquelas que vendem softwares como serviços por assinatura).

A ideia é a seguinte: o cliente assina pelo software, paga, usa por um período (um mês, por exemplo) e tem o que pagou devolvido, caso não goste dos resultados.

É claro que nenhuma empresa quer que isso aconteça. Essa tática é usada para apressar a tomada de decisão dos clientes,

com a esperança de que ele vai adorar o serviço prestado e permanecer na empresa por muitos e muitos anos.

Está sem tempo para ler o conteúdo? Gostaria de poder acompanhá-lo enquanto dirige, caminha ou realiza outra atividade? Então não perca tempo e ouça este artigo na íntegra. Basta clicar no play! Agradecemos o seu feedback nos comentários ☐

Essa prática só dará certo se o cliente realmente perceber que a solução que comprou entrega o que prometeu e que ele (e sua empresa) estão conseguindo os resultados que esperavam.

Mas, mesmo que seu produto ou serviço (independentemente de você ser uma empresa SaaS ou não) sejam realmente incríveis, nem sempre seu cliente consegue extrair os melhores resultados dele rapidamente.

Para evitar que isso aconteça, é preciso fazer o chamado onboarding de clientes.

Mas o que é onboarding de clientes, afinal?

Onboarding de clientes é uma série de práticas que o ajudam a entender como usar seus produtos ou serviços da melhor forma e, com isso, extrair todas as vantagens e benefícios deles o mais rapidamente possível, conseguindo, assim, perceber resultados reais e reconhecer o valor dessa solução para o negócio dele. Isso evita que eles deixem de ser seus clientes antes do que você esperava.

Neste post, vamos mostrar como conduzir um processo de onboarding de clientes e garantir seu sucesso ao operar a solução que sua empresa comercializa.

Veja também em nosso blog [Como deve ser o atendimento ao cliente segundo especialistas](#)

Como fazer o onboarding de clientes com sucesso: 5 dicas fundamentais

Você sabe o que é churn rate?

Antes de te passarmos as cinco dicas para realizar um onboarding de sucesso em sua empresa e reter mais clientes, é importante entender esse conceito.

Muito usada como [métrica em SaaS](#), a churn rate mede a porcentagem de clientes que desistiram de seu negócio. É importante em empresas SaaS porque elas trabalham com assinaturas, uma receita recorrente que deve ser mantida a todo custo.

Assim, toda vez que se perde um cliente, o prejuízo para o negócio é muito grande, porque se esperava que ele continuasse pagando um valor mensal por muito tempo ainda.

Em alguns casos, se o cliente abandonar a empresa muito cedo, o [custo de aquisição de clientes](#) não terá sido pago. Daí a relevância de se manter uma taxa de churn baixa nessas empresas.

Para [calcular a churn rate](#) basta dividir o número de clientes perdidos em determinado período pelo número total de clientes que você tinha no início desse mesmo período.

Quanto melhor for seu onboarding dos clientes, menor será sua churn rate.

Vamos ver como fazer isso?

1- Crie uma área de sucesso do cliente

Sucesso do cliente ou customer success é a área responsável por implementar todas as estratégias necessárias para manter seus clientes sempre satisfeitos, promovendo sua retenção em seu negócio e garantindo que se mantenham fiéis.

Dentre suas atividades, uma das principais é onboarding de clientes.

Portanto, para iniciar um processo de onboarding de clientes em sua empresa, criar esta área é a primeira medida.

Veja mais: [0 que é Customer Success e seus 4 principais desafios](#)

2- Descubra quem são seus clientes mais bem-sucedidos e aprenda com eles

Este é o principal desafio do onboarding de clientes.

Pense assim: se você precisa mostrar rapidamente para seus novos clientes como ter sucesso operando sua solução, qual a melhor maneira de fazer isso?

Ora, basta verificar quais são seus clientes que obtêm os melhores resultados, estudar como atuam e desenvolver um manual de melhores práticas, cheio de cases reais de sucesso.

É com este manual que você treinará e ensinará seus novos clientes a serem tão bem-sucedidos quanto seus melhores clientes.

Faz bastante sentido, não?

3- Monitore as atividades de seus clientes

Se você comercializa um software SaaS, será fácil perceber

quais clientes estão usando sua solução continuamente. Monitore sua atividade e verifique se o uso está diminuindo.

Se isso ocorrer, é um forte indicativo de que seu cliente não está mais enxergando valor em sua solução. Nesse caso, a equipe de customer success precisa agir rapidamente.

Ela deve visitar o cliente, entender o que está acontecendo e reforçar as melhores práticas que ele deve usar para operar sua solução com sucesso.

4- Fique de olho no atendimento ao cliente e em dados de CRM

Se você não opera um SaaS, uma alternativa é ficar sempre atento a reclamações ou pedidos de assistência.

Aliás, mesmo para as SaaS essa é uma medida que deve ser praticada.

Defina padrões e verifique qual o número de chamadas ou os tipos de perguntas que indicam a insatisfação de um cliente e aja preventivamente.

E se você conta com um [software de CRM](#), ele também será uma excelente fonte de dados para entender a melhor maneira de ter sucesso com sua solução.



5- Faça pesquisas de satisfação

Outro ponto importante para se manter sempre atento a fatores que podem afetar o onboarding de seus clientes é usar pesquisas de satisfação. A [NPS é usada em marketing](#) como uma referência nesse tipo de pesquisa.

Da mesma forma que nos itens anteriores, você poderá mapear que tipo de cliente está insatisfeito e porquê. Assim, deve se

antecipar a esses problemas com clientes novos, durante o onboarding.

Em resumo, o segredo do onboarding dos clientes é ser proativo e não reativo.

É preciso fazer de tudo para descobrir o que faz um cliente se dar bem com sua solução e passar todos esses procedimentos para ele, de forma estruturada e contínua.

Agora que você já sabe como fazer o onboarding de seus clientes, baixe este e-book gratuito relacionado ao tema: [Customer Success em EAD – Venda mais e retenha clientes investindo em um atendimento de qualidade](#)