



# **Touchpoint: por que é importante se atentar aos pontos de contato entre a marca e seus clientes**

**Você tem ideia sobre o que são pontos de contato de uma empresa?**

A experiência do cliente ([customer experience](#) – CX) é determinada por um conjunto de interações entre ele e a marca durante toda a sua jornada, do pré ao pós-venda.

Tais interações acontecem por meio de diferentes pontos de contato, também chamados de touchpoint. E é sobre eles que vamos falar neste artigo.

Nas próximas linhas, você vai entender melhor o que são touchpoints e a importância deles para a experiência e [satisfação dos clientes](#).

Continue a leitura para conferir também estas 3 dicas de como definir os pontos de contatos ideais para a sua marca:

1. Considere o perfil dos clientes
2. Defina as funções de cada touchpoint
3. Estabeleça as metas dos touchpoints

Leia também: [Customer experience: por que a experiência de seu cliente é tão importante?](#)

Antes de iniciar a leitura deste texto, relembre o conceito de customer experience, neste post da Mutant:

## 0 que são touchpoints?

*Em livre tradução, podemos definir o que são touchpoints como pontos (points) de contato (touch). Trata-se de um conceito utilizado para se referir aos **diferentes tipos de exposição e interação que os clientes têm com a marca** durante toda a sua trajetória, desde a etapa de prospecção até o pós-venda.*

Ou seja, o touchpoint é o momento em que há algum tipo de interação entre a marca e um cliente.

Hoje, com a [transformação digital nas empresas](#), essas interações podem vir a acontecer de maneira presencial ou virtual, tangível ou abstrata. E, juntas, elas compõem a experiência do cliente.

Na verdade, os [novos consumidores \(clientes 3.0\)](#) muitas vezes preferem se relacionar com as empresas de forma digital do que presencial.

Para que você possa entender melhor o que são pontos de contato, confira abaixo alguns exemplos.

# Exemplos de touchpoint

Os touchpoints geralmente são divididos em três tipos:

- estático;
- interativo;
- humano.

Veja um pouco mais sobre cada um deles!

Podem ser considerados como **pontos de contato estático** os outdoors, os flyers, as embalagens dos produtos e qualquer outro material que exponha o cliente (ou potencial cliente) à sua marca.

Já os **touchpoints interativos costumam se dar por meio de tecnologias digitais**. Por exemplo, o site da empresa, os perfis nas redes sociais, o blog, o Serviço de Atendimento ao Cliente (SAC), os chatbots, entre outras mídias que permitem ao cliente se manifestar e interagir com a marca.

Por fim, os **touchpoints do tipo humano** são os representantes comerciais e os atendentes, isto é, quando o contato com o cliente se dá por meio da intermediação de um ser humano.

Este post também pode interessar a você: [\[GUIA\] O que é omnichannel: exemplos, conceitos e como aplicar na sua empresa](#)

## Por que é importante identificar os touchpoints

A identificação de cada touchpoint de uma empresa é extremamente importante para a garantia de uma experiência positiva e de qualidade entre o cliente e a marca.

**Afinal, cada ponto de contato tem uma dinâmica diferente e, por isso, deve ser tratado de uma forma específica.**

Ao oferecer uma boa experiência para os clientes por meio dos

seus diferentes pontos de contato, a empresa consegue **aumentar o índice de satisfação da sua base.**

Assim, os clientes satisfeitos se tornam **promotores da marca.** Eles passam a divulgar os produtos e serviços de maneira voluntária para outras pessoas.

A identificação dos touchpoints é importante também para que a empresa saiba qual a melhor maneira de abordar seu público, de se aproximar dele e desenvolver um bom relacionamento.

*Os pontos de contato são oportunidades que a empresa tem de extrair informações relevantes sobre seus clientes a fim de personalizar suas abordagens, estratégias e soluções e mantê-los satisfeitos.*

As interações que se dão nos pontos de contato são capazes de moldar a maneira com que os clientes percebem a marca.

Por isso, mapear cada touchpoint relevante e entender o que o cliente espera de cada interação **é fundamental para melhorar o customer experience.**

Saiba mais: [0 primeiro contato com o cliente a gente nunca esquece](#)

## **Touchpoint: 3 dicas de como definir na sua empresa**

Agora que você já sabe o que são pontos de contato e a importância deles para os negócios, confira a seguir 3 dicas essenciais de como definir os touchpoints da sua empresa.

### **1. Considere o perfil dos clientes**

A definição dos touchpoints precisa estar de acordo com o perfil e as necessidades dos seus clientes. Não vale a pena investir em interações em pontos de contato que não são

relevantes para o seu público.

## 2. Defina as funções de cada touchpoint

A nossa segunda dica consiste em definir as funções dos pontos de contato que você considerou relevante para o seu público. É importante que você pense na jornada do cliente como um todo.

## 3. Estabeleça as metas dos touchpoints

É importante também que você estabeleça as metas para cada ponto de contato que resolveu priorizar. Assim, é possível garantir o bom desempenho de cada touchpoint.

Você viu como definir os pontos de contato, mas como agir na hora de entrar em contato com os clientes? Veja algumas dicas do Thiago Concer, neste vídeo:

Pronto! Agora que você já sabe mais sobre o assunto, identifique quais são os pontos de contato da sua empresa e mantenha o foco na experiência do cliente.

Saiba mais: [0 que é experiência do cliente? Como melhorar?](#)

É fundamental que sempre que seu cliente entrar em contato com sua empresa, receba um atendimento de alto nível. Por isso, baixe nosso kit exclusivo e saiba tudo que precisa fazer para atingir esse objetivo: [Kit: como melhorar o atendimento ao cliente e vender mais](#)