

Sabe-se que a forma que você se porta afeta o sucesso da sua empresa, e por isso sua atuação também precisa se destacar fornecendo uma experiência do cliente de qualidade e consistente em todas as etapas de suas interações.

Nesse sentido, a **experiência do cliente** começa com a primeira interação de um cliente em potencial com sua empresa ou [seu conteúdo de marketing](#).

QUAL É A DIFERENÇA ENTRE A EXPERIÊNCIA DO CLIENTE E O ATENDIMENTO DO CLIENTE?



A experiência não deve ser confundida com o atendimento do cliente. Embora os dois estejam relacionados, há importantes distinções entre eles.

Primeiramente, a experiência do cliente é a soma de todas as interações que um cliente tem

com seu escritório de advocacia, durante toda a jornada. Ou seja, desde ouvir sobre sua empresa até encerrar seu caso.

Nesse sentido, uma boa experiência ajuda o cliente a se sentir atraído a contratar seus serviços e da sua empresa.

Por outro lado, o atendimento ao cliente refere-se aos contatos relacionados à prestação de serviços efetivamente contratada.

Nesse sentido, um bom atendimento ao cliente visa aumentar a satisfação, além de abordar quaisquer problemas ou perguntas que seus clientes possam ter ao interagir com sua empresa.

CRIANDO UMA CONEXÃO COM SEUS CLIENTES

Uma pergunta muito comum em relação à jornada e experiência com um cliente, é como você começa a criar uma conexão com seu cliente.

A resposta dessa pergunta passa pelo conceito da confiança. Ou seja, para criar uma conexão com o cliente, construa uma relação de confiança, esse será um fator determinante na retenção.

Além disso, sempre que você se encontrar com seu cliente, faça-lhe perguntas, seja paciente e ouça o que ele têm a dizer.

Dessa forma, ao manter seus **clientes informados** e se comunicar com eles regularmente, será possível construir a confiança e a conexão.

CAPTURANDO FEEDBACK EM TEMPO REAL

Nota-se que o objetivo aqui se constitui em garantir que seus clientes tenham a melhor experiência quando interagirem com sua empresa.

Uma maneira de melhorar essa experiência, é a partir do recolhimento de feedback desses clientes e isso inclui encontrar pontos negativos e obstáculos para que você possa melhorá-los.

Dessa forma, uma maneira de **obter feedback** é contando com formulários ou totens de avaliação, deixando maior conforto para eventuais avaliações negativas.

Apesar de ser difícil receber uma avaliação ruim, é necessário abrir espaço para que elas cheguem até você, garantindo a melhora dos processos o mais rápido possível.

Nesse sentido, as perguntas ideais para este questionário são:

- Como soube do nosso escritório de advocacia?
- O que te atraiu para o nosso site?
- Como foi sua interação conosco?
- Em uma escala de 1 a 10, quão fácil foi navegar em nosso site?
- Como você classificaria sua experiência com nosso escritório de advocacia?

Nesse viés, é importante obter o feedback sobre onde você pode melhorar, para que seu [escritório possa garantir uma experiência positiva para aquele cliente](#).

COLOCANDO TODOS DA SUA EQUIPE A BORDO

Todo esse pensamento e planejamento para a experiência do seu cliente só funciona se todos na sua empresa estiverem a bordo.

Para que isso ocorra, você precisará desenvolver fluxos de trabalho, estruturas de documentos, políticas e procedimentos para que todos na sua empresa saibam como será realizada a jornada do cliente e quais são suas responsabilidades dentro do fluxo de trabalho.

O mais importante é que todos na empresa tenham um propósito comum e pleno conhecimento sobre quais suas expectativas durante a experiência com o cliente.

Por fim, essas são as principais informações sobre a **experiência do cliente** na advocacia. Gostou do conteúdo sobre e quer aprender mais sobre o universo do jurídico? [Continue acompanhando nosso blog e siga nosso Instagram](#).