POR PESSOAS

CONSULTORIA



PLAYBOOK DE LIDERANÇA · CX + CS

Cultura que o *Cliente Sente*

Da intenção à experiência.
Da cultura à consistência.

POR TATIANA ADELINO

EDIÇÃO REVISADA E AMPLIADA · 2026

PLAYBOOK DE LIDERANÇA • CX + CS

Cultura que o Cliente Sente

Da intenção à experiência.
Da cultura à consistência.

Como transformar missão, visão e valores em comportamentos, rituais e experiências que o cliente realmente percebe.

1. **MISSÃO**
   Por que existimos
2. **PROMESSA**
   O que escolhemos entregar
3. **COMPORTAMENTO**
   O que fazemos
4. **EXPERIÊNCIA**
   O que acontece
5. **PERCEPÇÃO**
   O que o cliente sente

Tatiana Adelino

Edição revisada e ampliada • 2026

A AUTORA

Estratégia que chega à ponta.

Tatiana Adelino

Experiência do Cliente (CX)
Customer Success (CS)
Experiência do Paciente (PX)



Há mais de 20 anos atuo com Gestão e Relacionamento com Clientes, em diferentes segmentos, liderando equipes, estruturando áreas de Customer Success do zero e desenvolvendo estratégias para transformar experiência em retenção, confiança, fidelização e resultado para o negócio.

Como consultora e palestrante, ajudo empresas, clínicas, consultórios e lideranças a transformar estratégia, cultura e propósito em experiências que clientes e pacientes realmente percebem.

Colocar o cliente no centro exige processos, liderança e pessoas preparadas para transformar intenção em comportamento.

Este playbook organiza essa visão em um sistema de desenvolvimento contínuo. A proposta não é depender de talentos individuais ou de um treinamento isolado: é construir clareza, capacidade e consistência na operação.

Nota editorial: esta edição preserva o eixo conceitual do material original e amplia sua aplicação para lideranças de CX e CS. Exemplos e cadências são propostas de trabalho, não relatos de resultados obtidos.

MAPA DE LEITURA

Um sistema.
Quatro perguntas.

Leia o percurso completo ou comece pela pergunta que sua operação ainda não consegue responder com evidências.

PERGUNTA	PERCURSO	PÁGINAS
Onde estamos?	Consistência, diagnóstico e barreiras	05–08
Para onde vamos?	Promessa, competências e prática	09–12
Como estamos?	Rituais, voz do cliente e observação	13–17
Qual impacto geramos?	Métricas, liderança e reconhecimento	18–22
Como começar?	Plano de 90 dias e canvas	23–24
Como sustentar?	Checklist e próximo ciclo	25–26

Oito ferramentas para levar à operação

01. Teste de comportamento observável — p. 07
02. Diagnóstico da experiência atual — p. 08
03. Norte da experiência — p. 10
04. Os 15 minutos de CX — p. 14
05. Caso do cliente — p. 16
06. Scorecard de comportamentos — p. 17
07. Checklist do líder — p. 21
08. Canvas do sistema de desenvolvimento — p. 24

As páginas de ferramentas foram pensadas para impressão ou preenchimento por anotação no seu leitor de PDF. Comece por uma jornada e por três a cinco comportamentos prioritários.

O MÉTODO

Experiência não é evento. É sistema de gestão.

Toda empresa entrega uma experiência. A questão é se ela foi construída intencionalmente ou se apenas acontece. Pessoas interpretam processos, tomam decisões, negociam expectativas e representam a organização diante do cliente.

Por isso, experiência não pode depender apenas de boa vontade ou bom senso. Precisa ser ensinada, praticada, observada, medida e desenvolvida continuamente.

01 / Onde estamos?

Qual experiência entregamos hoje? Use interações reais, relatos da equipe e sinais do cliente.

02 / Para onde vamos?

Qual experiência escolhemos entregar? Defina a promessa e os comportamentos que a tornam concreta.

03 / Como estamos?

O que combinamos está acontecendo? Observe a prática e remova os obstáculos.

04 / Qual impacto geramos?

O cliente percebe a diferença? Relacione comportamentos, percepção e resultados sem confundir correlação com causa.

Diagnosticar → direcionar → desenvolver → medir → aprender → ajustar. Depois, recomeçar.

O custo invisível da inconsistência.

Ser cordial não significa saber administrar expectativas. Conhecer o processo não significa reconhecer a necessidade real do cliente. Seguir um script não significa construir confiança.

Quando cada profissional cria sua própria definição de excelência, o cliente recebe orientações diferentes por canal, turno ou pessoa. Para ele, porém, todas essas pessoas representam a mesma empresa.

Em CX, procure as rupturas da jornada

— O cliente precisa repetir a história ao mudar de canal?

— A resposta é clara, mas não resolve a necessidade?

— Há transferência sem contexto ou sem responsável?

Em CS, procure as rupturas da continuidade

— A promessa comercial chega ao onboarding com o mesmo significado?

— O time acompanha atividades ou confirma o valor alcançado pelo cliente?

— Riscos percebidos são tratados antes da conversa de renovação?

Consistência não é tratar todos de forma idêntica. É manter o compromisso de experiência, respeitando o contexto de cada cliente.

Ponto de partida: selecione uma jornada crítica. Escute clientes e equipe, identifique as decisões que variam demais e escolha os comportamentos que precisam deixar de depender de quem atende.

DIAGNÓSTICO • CAUSA ANTES DE SOLUÇÃO

Nem todo problema pede treinamento.

Antes de programar uma capacitação, descubra o que impede a entrega. Treinar pessoas para compensar processos ruins é caro, frustrante e pouco sustentável.

PERGUNTA	HIPÓTESE A INVESTIGAR	RESPOSTA POSSÍVEL
A pessoa sabe o que fazer?	Lacuna de conhecimento	Explicar padrão, contexto e exemplos.
Ela sabe fazer?	Lacuna de competência	Praticar com observação e feedback.
Ela consegue fazer?	Processo, sistema, capacidade ou autonomia	Remover barreira e definir alçadas.
Ela entende por que fazer?	Cultura e propósito pouco claros	Conectar decisão à promessa.
Ela sabe que isso é esperado?	Expectativa ou liderança ambígua	Explicitar comportamento e acompanhamento.
Ela faz, mas é penalizada?	Incentivos contraditórios	Revisar metas e reconhecimento.

Separe fato de interpretação

Fato: o cliente voltou a entrar em contato sem saber o prazo.
Hipótese: a equipe não explica o próximo passo.
Verificação: revisar interações e ouvir a equipe antes de decidir a intervenção.

Não personalize uma falha sistêmica. Investigue a combinação entre comportamento, processo e incentivo.

FERRAMENTA 01

Teste de comportamento observável.

Traduza um valor abstrato em ações que possam ser ensinadas, praticadas e reconhecidas.

Valor escolhido

O que esse valor significa na prática?

Quais comportamentos demonstram esse valor?

Quais comportamentos contradizem esse valor?

Como o cliente percebe quando fazemos isso bem?

Exemplo ilustrativo: “cliente no centro” → ouvir antes de propor → confirmar a necessidade → assumir a demanda → explicar responsável, próximo passo e prazo.

FERRAMENTA 02

Diagnóstico da experiência atual.

Registre evidências. Não transforme percepções isoladas em conclusões sobre toda a operação.

Jornada / segmento / período observado

Principais motivos de reclamação ou dificuldade

Momento de maior atrito e esforço desnecessário

Comportamentos recorrentes e boas práticas já existentes

Barreiras de processo, autonomia, sistema ou liderança

Prioridade escolhida / responsável / próxima verificação

Use uma amostra definida de interações, relatos e pesquisas. Registre fonte, contexto e limitações; não há uma quantidade universal de casos que sirva a todas as operações.

Uma promessa que orienta decisões.

“Atender melhor” é uma intenção. “Encantar” é um desejo. Nenhuma das duas expressões, sozinha, esclarece o que uma pessoa deve fazer em uma interação difícil.

Defina a experiência desejada

— Quem é nosso cliente e em que contexto ele nos procura?

— O que ele precisa além do produto ou serviço?

— Como queremos que ele se sinta ao longo da jornada?

— Quais comportamentos são inegociáveis?

— O que jamais deveria acontecer nessa experiência?

Exemplo ilustrativo de promessa: “Queremos que o cliente termine cada interação sentindo que foi ouvido, compreendido e sabendo o que acontecerá depois.”

O que essa promessa pede da operação?

Ouvir: dar espaço à necessidade antes da solução.
Compreender: confirmar o entendimento.
Orientar: explicar opções em linguagem clara.
Dar previsibilidade: combinar responsável, próximo passo e prazo.

Em CS, inclua o resultado esperado pelo cliente: o plano de sucesso deve conectar a promessa à evolução de valor, não apenas à frequência de reuniões.

FERRAMENTA 03

Norte da experiência.

Construa com liderança e equipe. Teste a promessa em situações reais antes de tratá-la como padrão.

Quem é nosso cliente e o que ele mais precisa de nós?

Como queremos que ele se sinta?

Como queremos que ele descreva nossa empresa?

Comportamentos inegociáveis

O que jamais deveria acontecer?

Nossa promessa de experiência, em uma frase

Teste de clareza: alguém da equipe consegue usar essa frase para decidir o que fazer em um caso difícil? Se não, refine a promessa.

CAPACIDADE • QUATRO DIMENSÕES

Cordialidade é o começo. Não é o programa inteiro.

Uma experiência consistente depende do equilíbrio entre cultura, competências humanas, domínio operacional e capacidade de conduzir a jornada.

01 / Cultura

Propósito, valores, posicionamento, promessa e papel de cada função na experiência. A pessoa entende por que sua decisão importa.

02 / Competências humanas

Escuta, empatia, comunicação, leitura de contexto, gestão de conflitos, inteligência emocional e construção de confiança.

03 / Competências operacionais

Produtos, serviços, políticas, sistemas, prazos acordados, responsabilidades, autonomia e caminhos de resolução.

04 / Competências de experiência

Antecipar necessidades, assumir responsabilidade, reduzir esforço, administrar expectativas, recuperar falhas e fechar ciclos.

Não adianta ensinar empatia a quem não consegue resolver. Nem ensinar processo a quem não enxerga a pessoa por trás da demanda.

Em CS: acrescente descoberta de objetivos, alinhamento de expectativas e verificação de valor.
Em CX: conecte as competências aos momentos de maior esforço e às rupturas entre canais.

Aprender. Praticar. Observar. Repetir.

Um encontro de desenvolvimento começa com cinco definições: comportamento-alvo, momento da jornada, efeito esperado no cliente, forma de prática e evidência de aplicação.

Exemplo ilustrativo: dar previsibilidade

ETAPA	APLICAÇÃO
Aprender	Discutir por que um prazo claro reduz incerteza.
Praticar	Simular uma demanda sem solução imediata.
Observar	Verificar se houve responsável, próximo passo e prazo.
Dar feedback	Nomear a evidência e combinar um ajuste concreto.
Repetir	Aplicar na operação e revisar no próximo ritual.

70 / 20 / 10 como referência de encontro

O material original propõe priorizar prática, reflexão e conceito: 70% de prática, 20% de reflexão e 10% de conceito. Use essa distribuição como **heurística de facilitação**, não como proporção obrigatória ou garantia de eficácia.

Ajuste ao objetivo e à maturidade da equipe. A prioridade é permitir tentativa, observação, feedback e nova tentativa — não cumprir percentuais.

Se o time apenas ouviu sobre o comportamento, ainda não sabemos se consegue executá-lo.

Rituais que sustentam a cultura.

Uma palestra pode inspirar. A repetição orientada desenvolve capacidade. Em vez de adicionar reuniões, transforme parte da agenda existente em aprendizagem sobre a experiência.

CADÊNCIA SUGERIDA	RITUAL	SAÍDA ESPERADA
Semanal	15 minutos de CX	Um caso, um comportamento e um compromisso.
Quinzenal	Caso do cliente	Uma decisão revista ou um padrão melhorado.
Mensal	Laboratório de experiência	Simulação, feedback e prática orientada.
Mensal	Voz do cliente	Prioridade, responsável e devolutiva.
Trimestral	Imersão em experiência	Aprofundamento de competência estratégica.
Semestral	Recalibração	Revisão de padrões, métricas e aprendizados.

Para times híbridos e remotos

Compartilhe o caso anonimizado antes do encontro. Registre uma decisão e um compromisso em um espaço comum. Acompanhe a aplicação no trabalho real, sem transformar o ritual em exposição individual.

As cadências são sugestões do playbook. Comece pelo ritual que consegue sustentar; ajuste frequência e duração à capacidade da equipe.

FERRAMENTA 04

Os 15 minutos de CX.

Uma pauta pronta para desenvolver um comportamento por encontro. A divisão do tempo abaixo é uma sugestão.

TEMPO	CONVERSA	REGISTRO
2 min	Caso: o que aconteceu?	Uma situação real e anonimizada.
2 min	Percepção: o que o cliente pode ter sentido?	Separar relato do cliente de hipótese do time.
2 min	Decisão: o que faríamos diferente?	Uma alternativa viável.
2 min	Comportamento: o que faremos?	Uma ação observável.
4 min	Prática: vamos simular?	Tentativa e feedback breve.
2 min	Compromisso: onde aplicaremos?	Contexto e responsável.
1 min	Aprendizado: quando revisaremos?	Data do retorno.

Comportamento da semana

Compromisso de aplicação e evidência que vamos observar

O que aprendemos no encontro seguinte?

Feedback não é só dado. É matéria-prima.

Reclamações devem ser resolvidas e estudadas. Elogios devem ser celebrados e decodificados. Um indicador deve abrir uma conversa, não encerrá-la.

Troque a nota isolada por contexto

O que aconteceu? Em qual momento da jornada? O que o cliente precisava? Que decisão da equipe ajudou ou dificultou? Que processo contribuiu? Qual aprendizado precisa virar padrão?

Feche o ciclo em duas direções

— **Com o cliente:** informe o encaminhamento possível, sem prometer o que a empresa não consegue entregar.

— **Com a operação:** registre tema, responsável, ação e verificação. Uma reclamação repetida pede investigação, não apenas outra resposta.

Uso responsável de IA — aplicação complementar

A IA pode apoiar o agrupamento de temas e a criação de simulações. Use apenas ferramentas aprovadas e dados anonimizados, sem identificadores de clientes, pacientes ou colaboradores.

Revise a saída humana antes de qualquer decisão. Não trate sentimento inferido como fato, não use sínteses automáticas para punir pessoas e mantenha acesso controlado aos registros.

O ganho não está em produzir mais resumos. Está em transformar evidências em decisões e verificar se elas melhoraram a experiência.

FERRAMENTA 05

Caso do cliente.

Escolha uma experiência real. Preserve a privacidade e identifique hipóteses que precisam ser confirmadas.

O que aconteceu? Fonte / jornada / data

O que o cliente precisava? O que relatou sentir?

Qual comportamento ajudou ou prejudicou?

Qual processo ou incentivo contribuiu?

O que faríamos diferente? Que aprendizado vira padrão?

Ação / responsável / prazo / forma de verificar

Se o cliente não expressou como se sentiu, registre a leitura da equipe como hipótese. Evite atribuir emoções ou intenções sem evidência.

FERRAMENTA 06

Scorecard de comportamentos.

Avalie com evidências e use o registro para desenvolver, não para rotular pessoas.

Escala: 1 — ainda não acontece; 2 — acontece às vezes; 3 — consistente. Use “não observado” quando a amostra não permitir avaliar.

COMPORTAMENTO	1 / 2 / 3 / N.O.	EVIDÊNCIA
Escuta antes de propor solução.	_____	_____
Confirma a necessidade do cliente.	_____	_____
Assume a condução da demanda.	_____	_____
Explica próximo passo, responsável e prazo.	_____	_____
Fecha o ciclo com o cliente.	_____	_____

Contexto / período / amostra de interações observadas

Comportamento prioritário e ajuste combinado

Apoio necessário / responsável / próxima observação

Feedback que gera direção

Exemplo ilustrativo: “Nesta interação, a solução veio antes da confirmação da necessidade. Na próxima, confirme o entendimento antes de propor. Vamos revisar juntos uma nova interação.”

Calibre os critérios entre líderes. Não some notas como se fossem prova de impacto no cliente; preserve o contexto e as limitações da observação.

Meça transformação. Não só presença.

Concluir um treinamento informa que uma atividade ocorreu. Ainda não demonstra que houve aprendizagem, mudança de comportamento ou melhoria percebida pelo cliente.

CAMADA	PERGUNTA	EVIDÊNCIA POSSÍVEL
Atividade	Quem participou?	Registro de participação e prática.
Aprendizado	O time entendeu e consegue aplicar?	Simulação e discussão de decisões.
Comportamento	Está fazendo diferente?	Observação e scorecard contextualizado.
Percepção	O cliente percebeu?	Relatos, pesquisas e esforço percebido.
Negócio	Os resultados relacionados evoluíram?	Retenção, resolução e reincidência.

Como analisar sem exagerar a conclusão

— Defina uma linha de base e um período de acompanhamento.

— Compare a mesma jornada e explicite diferenças de contexto.

— Registre mudanças paralelas: produto, volume, equipe ou política.

— Observe comportamento e indicador; investigue divergências.

A pergunta madura não é “o treinamento aumentou o NPS?”. É “os comportamentos mudaram e os sinais relacionados caminham na direção esperada?”.

Um comportamento. Um sinal relacionado.

COMPORTAMENTO	SINAL A ACOMPANHAR	CUIDADO DE LEITURA
Explica próximos passos.	Retornos pelo mesmo motivo; esforço.	Retorno pode ter outras causas.
Confirma a necessidade.	Resolução no primeiro contato; satisfação.	Defina elegibilidade e complexidade.
Assume e fecha o ciclo.	Reincidência; tempo de resolução.	Rapidez sem resolução não basta.
Alinha resultados em CS.	Evolução de valor; retenção; churn.	Considere segmento e ciclo contratual.
Recupera uma falha.	Relato pós-resolução; satisfação.	A recuperação não apaga o esforço.

Glossário de trabalho

NPS: recomendação; leia junto dos comentários.
CSAT: satisfação com a experiência pesquisada.
CES: esforço percebido, conforme pergunta e escala usadas.
FCR: resolução no primeiro contato, conforme definição operacional.
Churn: perda de clientes ou receita, conforme recorte escolhido.
Retenção: permanência de clientes ou receita no período definido.

Não existe meta universal neste playbook. Defina fórmula, fonte, período, responsável e recorte antes de comparar resultados.

LIDERANÇA • COERÊNCIA DE GESTÃO

O time aprende o que é recompensado.

Nenhum treinamento sobre experiência sobrevive a uma liderança que recompensa o comportamento contrário. Se você ensina escuta, mas cobra apenas velocidade, o time aprende velocidade.

O DISCURSO	A CONTRADIÇÃO	O AJUSTE DE GESTÃO
“Resolva o problema.”	Qualquer desvio do script é punido.	Definir limites e autonomia responsável.
“Tenha autonomia.”	Toda decisão sobe ao gestor.	Explicitar alçadas e caminhos de apoio.
“Cliente no centro.”	A agenda ignora esforço e confiança.	Incluir experiência nas decisões.
“Aprenda com o erro.”	Falhas viram exposição pública.	Investigar causas e orientar melhoria.

O líder como guardião da promessa

Observe interações. Faça perguntas sobre barreiras. Modele os comportamentos esperados. Conecte decisões operacionais ao impacto no cliente e garanta condições para que a equipe execute o combinado.

> **Cultura é aquilo que a liderança tolera, reconhece, corrige e recompensa.**

Uma aplicação para CX e CS: trate dependências entre áreas como tema de gestão. Não deixe a linha de frente sozinha com compromissos que dependem de produto, operações ou comercial.

FERRAMENTA 07

Checklist do líder da experiência.

Revise toda semana. Uma resposta “não” deve gerar uma ação possível, não culpa ou vigilância.

- ☐ Falei sobre clientes com meu time?
- ☐ Compartilhei um feedback real, com privacidade?
- ☐ Reconheci um comportamento alinhado à promessa?
- ☐ Corrigi um desalinhamento com evidência e respeito?
- ☐ Perguntei sobre as barreiras que dificultam a entrega?
- ☐ Ajudei alguém a desenvolver uma competência?
- ☐ Observei uma interação real?
- ☐ Conectei uma decisão operacional ao impacto no cliente?

Minha ação prioritária para a próxima semana

Barreira que vou remover / prazo / apoio necessário

Se CX aparece apenas quando um indicador cai, a rotina ainda é gestão de crise. Traga a experiência para a agenda antes da próxima urgência.

Multiplique o que merece ser repetido.

Desenvolvimento não acontece apenas corrigindo erros. Também acontece quando a equipe entende exatamente o que foi bem feito e por que isso representa a cultura desejada.

Troque o elogio genérico por uma história útil

Em vez de: “Parabéns pelo atendimento.”
Prefira: descrever o contexto, o comportamento observado, o efeito relatado ou verificável e a aprendizagem para o time.

> **Exemplo ilustrativo: “Você não tinha a resposta, mas assumiu a condução, buscou apoio e voltou no prazo combinado. Isso materializa nossa promessa de dar previsibilidade.”**

Roteiro de reconhecimento

— **Contexto:** qual necessidade estava em jogo?

— **Ação:** o que a pessoa fez de maneira concreta?

— **Sentido:** como isso se conecta à promessa?

— **Aprendizado:** o que pode ser repetido em outras situações?

Não transforme exceções heroicas em padrão de sobrecarga. Reconheça também prevenção, colaboração e melhoria de processo. Cultura sustentável não depende de alguém “salvar” a experiência todos os dias.

IMPLEMENTAÇÃO • PRIMEIRO CICLO

Seu plano de 90 dias.

Escolha uma jornada, um responsável pelo ciclo e três a cinco comportamentos prioritários. Não tente mudar tudo ao mesmo tempo.

FASE	AÇÕES PRINCIPAIS	ENTREGA
Dias 1–30 **Entender**	Revisar missão e valores; mapear momentos críticos; ouvir clientes e equipe; observar interações; identificar barreiras e boas práticas.	Diagnóstico da experiência atual e prioridades.
Dias 31–60 **Direcionar e desenvolver**	Construir a promessa; traduzir valores em comportamentos; preparar scorecard; iniciar prática e ritual semanal; remover barreiras prioritárias.	Norte da experiência e primeiro ciclo de prática.
Dias 61–90 **Consolidar**	Observar aplicação; dar feedback; reconhecer boas práticas; comparar sinais relacionados; ajustar processos e escolher a próxima competência.	Revisão do ciclo e plano de continuidade.

Jornada escolhida / responsável pelo ciclo

Comportamentos prioritários e barreira mais urgente

Data da revisão / participantes / critério de evolução

90 dias são uma janela de organização do trabalho, não uma promessa de resultado. Adapte o ritmo à operação e mantenha a sequência: evidência, direção, prática e revisão.

FERRAMENTA 08

Canvas do sistema de desenvolvimento.

Uma visão integrada para revisar com o time. Use esta página como mapa; detalhe os campos nas ferramentas anteriores.

Propósito

Por que existimos?

Promessa

Como queremos que o cliente se sinta?

Comportamentos

Quais atitudes tornam a promessa real?

Momentos críticos

Onde essas atitudes mais importam?

Rituais

Quando e como vamos praticar?

Voz do cliente

Como o cliente participa do aprendizado?

Observação

Como veremos a aplicação na rotina?

Indicadores

Quais sinais relacionados acompanharemos?

Liderança

Como reforçar e remover barreiras?

Reconhecimento

Quais boas práticas vamos tornar visíveis?

Jornada: _____ Responsável: _____

Revisão: _____ Próximo ciclo: _____

REVISÃO • DECISÃO DE CONTINUIDADE

As quatro perguntas voltam à agenda.

Onde estamos?

O que nossos clientes realmente vivem hoje? O que é evidência, o que é hipótese e onde ainda precisamos escutar?

Para onde vamos?

A promessa está clara? A equipe sabe quais comportamentos sustentam a experiência desejada?

Como estamos?

Os comportamentos acontecem? Os processos ajudam? A liderança reforça o que foi combinado?

Qual impacto geramos?

O cliente percebe mais clareza, menos esforço ou mais confiança? Os sinais relacionados evoluem? Que fatores podem explicar a mudança?

O que manter / o que ajustar / o que interromper

Próxima competência a desenvolver / responsável / data

Organizações centradas no cliente não chegam a um ponto em que podem dizer “pronto”. Elas continuam ouvindo, aprendendo, desenvolvendo, medindo e ajustando.

CONCLUSÃO

Cultura é aquilo que o cliente sente.

Experiência não é um departamento, uma palestra sobre empatia, um treinamento anual ou uma frase bonita na parede. É consequência de um sistema.

Estratégia orienta decisões. Valores orientam comportamentos. Lideranças reforçam prioridades. Processos facilitam a entrega. Pessoas desenvolvem competências. Clientes fornecem aprendizado. Indicadores mostram caminhos. Rituais garantem consistência.

Meu cliente consegue sentir aquilo em que a minha empresa diz acreditar?

Se a resposta ainda não é consistente, o trabalho começa com clareza. Continua com prática. É sustentado pela liderança, aprimorado por evidências e transformado em cultura pela repetição.

Experiência se treina.
Comportamento se desenvolve.
Cultura se pratica.
E o cliente sente.

Tatiana Adelino

Experiência do Cliente • Customer Success • Experiência do Paciente

Autoria: Tatiana Adelino. Edição revisada e ampliada de “Cultura que o Cliente Sente”, a partir do material fornecido pela autora. Ao compartilhar o PDF, preserve a identificação de autoria. As ferramentas e os exemplos são orientações de aplicação e não garantias de desempenho.