



Prêmio **track.co**

# Experiência do Cliente

2022

## >> Regulamento

Prêmio Track.co Experiência  
do Cliente 2022



# REGULAMENTO PRÊMIO TRACK.CO EXPERIÊNCIA DO CLIENTE 2022

## Do Prêmio

**Art. 1º** – O Prêmio Track.co Experiência do Cliente 2022 é promovido pela Track.co, com objetivo de reconhecer e valorizar os esforços e cases de sucesso focados na evolução da experiência do cliente no Brasil. Serão premiados profissionais e empresas de destaque na área.

**Art. 2º** – O Prêmio Track.co Experiência do Cliente 2022 obedecerá o seguinte cronograma:

- Inscrições de 11 de julho a 12 de agosto de 2022;
- Votação popular online para a categoria “História de Destaque” de 21 a 28 de setembro de 2022;
- Premiação dos vencedores em 17 de novembro de 2022, durante o CX Summit.

## Da inscrição

**Art. 3º** – As inscrições poderão ser realizadas no período de 11 de julho a 12 de agosto de 2022, no site do prêmio: [premioexperienciadocliente.com.br](https://premioexperienciadocliente.com.br).

**Art. 4º** – As categorias serão: Cultura, Inovação Disruptiva, Métrica, Profissional, Jornada do Cliente, História de Destaque, Experiência do Colaborador e Diversidade e Inclusão.

**Art. 5º** – Será permitida a inscrição em todas as categorias, desde que, elas sejam feitas com cases diferentes e apenas uma vez por categoria. Caso isso não aconteça, será considerada a aplicação mais antiga, ou seja, o primeiro case inscrito.



**Art. 6º** – Caso o case aplicado se encaixe melhor em outra categoria, os curadores podem migrar o case, com autorização prévia da empresa inscrita. Nesse caso, a equipe do prêmio irá entrar em contato para fazer a solicitação.

**Art. 7º** – Os cases devem ser feitos em apresentação de slides e aplicados em formato de PDF, **contendo no máximo 10 telas**. As inscrições feitas **em um formato diferente** deste serão **desconsideradas**.

## Da curadoria

**Art. 8º** – A triagem e a seleção dos finalistas serão realizadas por 12 (doze) curadores selecionados pela organizadora do prêmio. Os curadores deverão avaliar os cases considerando os seguintes critérios:

### Cultura

- **Engajamento da Alta Liderança com ações práticas relacionadas à cultura centrada no cliente:** a empresa precisa demonstrar evidências de que pessoas da diretoria tiveram participação efetiva na evolução da experiência do cliente;
- **Programa estruturado de estímulo à cultura centrada no cliente em diferentes níveis hierárquicos:** evidências de ações ou eventos realizados pela empresa para enraizar a cultura customer centric na organização. São válidas ações ou eventos extraordinários ou que passaram a integrar a rotina da empresa;
- **Reconhecimento formal de melhores práticas na adoção de uma cultura centrada no cliente:** evidências de que são realizadas ações voltadas ao reconhecimento de colaboradores que prezam pela experiência do cliente. São válidos também programas de incentivo para a organização como um todo. Devemos tentar fugir do óbvio (NPS atrelado ao bônus), a empresa deve demonstrar atitudes inovadoras;



- **Resultados mensuráveis de avanço na cultura centrada no cliente:** a empresa deve demonstrar que a cultura centrada no cliente está, realmente, sendo refletida na experiência do cliente. Devem ser apresentadas evidências de que a experiência do cliente realmente evoluiu depois que a nova cultura foi estabelecida.

## Jornada do Cliente

- Apresentação da jornada, com todos os pontos de contato com detalhes (times envolvidos, processos, como é feito o monitoramento de cada ponto);
- Como a empresa utiliza o conhecimento da jornada para aprimorar a experiência do cliente, tornando-a mais fluida;
- Resultados mensuráveis de melhoria da experiência após a implantação da jornada ideal.

## Métrica

- **Modelo de Operacionalização de métricas de experiência do cliente:** a empresa precisa mostrar quais métricas são utilizadas para monitorar a experiência dos clientes. Precisa mostrar, também, como são coletados os dados que alimentam tais métricas;
- **Envolvimento de diferentes áreas no entendimento e análise dos resultados da métrica;**
- **Processo estruturado de fechamento do Loop com os clientes:** a empresa precisa mostrar como o loop é fechado, como a equipe responsável é organizada;
- **Resultados mensuráveis de melhoria das métricas de experiência do cliente.**



## Profissional

- **Mentalidade focada na Experiência:** o profissional precisa demonstrar as atitudes realizadas ao longo da carreira que evidenciem sua mentalidade focada na experiência. Essas evidências podem ser projetos efetivamente desenvolvidos ou simplesmente conversas com clientes;
- **Efetividade nas ações de Evolução da Experiência com cases de sucesso;**
- **Cultura centrada no cliente é intrínseca ao profissional e evidenciada através da sua atuação;**
- **Perfil proativo para sanar desejos, vontades e necessidades dos clientes.**

## Inovação Disruptiva

- **Criação de Tecnologia Disruptiva para evolução em CX;**
- **Efetividade e aplicação da nova tecnologia;**
- **Grau de Transformação de um mercado através de uma inovação.**

## História de Destaque

- **Mentalidade focada na Experiência:** A empresa precisa demonstrar preocupação genuína com o seu cliente. Isso pode ser evidenciado por meio da multidisciplinaridade das ações e envolvimento da área;
- **Efetividade nas ações de Evolução da Experiência:** é necessário mostrar que as ações tomadas surtiram efeito relevante para os clientes impactados. Isso pode ser evidenciado por meio de depoimentos e/ou indicadores;
- **Ações de maior impacto na Experiência do cliente.**



## Experiência do Colaborador

- **Mentalidade focada na experiência do colaborador:** A empresa deve demonstrar ações estratégicas, efetivas e inovadoras, com foco na experiência do funcionário. Essas ações podem ser comprovadas por meio de cases de sucesso;
- **Programas estruturados:** programas totalmente desenhados com foco na gestão e atenção à saúde física e mental, assim como medidas que melhorem o bem-estar dentro e fora da empresa.

## Inclusão e Diversidade na Experiência do Cliente

- **Engajamento da alta gestão em programas de inclusão e diversidade:** por meio de evidências, a empresa precisa demonstrar que está envolvida, em todos os níveis hierárquicos, com processos de diversidade na experiência do cliente, sejam eles funcionários, fornecedores, comunidade ou qualquer público envolvido.
- **Implementação de programas e processos que promovam a inclusão e diversidade:** a empresa deve demonstrar que estimula a criação de programas, processos e campanhas voltados para inclusão e diversidade e como isso interfere na experiência do cliente.

## Da Pontuação

**Art. 9º** – A escolha das categorias Cultura, Inovação Disruptiva, Métrica, Profissional e Jornada do Cliente será feita, exclusivamente, pela curadoria e classificada por pontuação. Cada critério será avaliado com notas de 0 à 5, e o case com a maior pontuação acumulada na categoria será o vencedor dela.



**Art. 10° - 1.** Para a categoria História de Destaque, os curadores irão selecionar os 03 (três) finalistas classificados por pontuação (cada critério será avaliado com notas de 0 à 5, e serão escolhidos os cases que atingirem a maior pontuação na categoria). O vencedor será eleito por votação popular, que acontecerá entre os dias 21 e 28 de setembro de 2022;

**2.** Em caso de empate no terceiro selecionado pela categoria, a organizadora considerará 4 (quatro) finalistas para votação.

## Da votação online - Categoria História de Destaque

**Art. 12°** - Os internautas (votos populares) farão a votação pelo site do prêmio: [premioexperienciadocliente.com.br](http://premioexperienciadocliente.com.br). Cada pessoa poderá votar somente uma vez

**Art. 13°** - A votação online é de critério livre, mas a empresa organizadora sugere que se atentem para os mesmos critérios da curadoria especializada.

**Art. 14°** - Serão considerados válidos os votos computados entre os dias 21 e 28 de setembro de 2022, até às 23h59.

**Art. 15°** - A empresa organizadora se compromete a manter a confidencialidade dos dados de cada votante. As informações e os resultados a serem divulgados não estarão atrelados a nenhuma fonte específica e serão apresentados apenas no dia da premiação, em 17 de novembro de 2022, durante o CX Summit.



## Dos resultados

**Art. 16°** – Os vencedores de cada uma das 08 (oito) categorias serão revelados presencialmente durante o CX Summit, a ser realizado no dia 17 de novembro de 2022.

**Art. 17°** – Os vencedores do 1º lugar de cada categoria receberão um troféu de reconhecimento e um certificado de vencedor do Prêmio Track.co Experiência do Cliente.

**Art. 18°** – Os vencedores do 2º e 3º lugar receberão um certificado de finalistas do Prêmio Track.co Experiência do Cliente.

## Das condições finais

**Art. 19°** – Ao participarem da premiação, os participantes automaticamente autorizam a empresa organizadora a utilizar, editar, publicar, reproduzir por meio impresso, digital e por outros meios de comunicação visual, as imagens, conteúdos e qualquer informação do prêmio.

**Art. 20°** – Os resultados decorrentes da votação e divulgados pelo Prêmio Track.co Experiência do Cliente 2022 são inquestionáveis e irrecorríveis.

**Art. 21°** – Os vencedores poderão utilizar, para fins de divulgação, o selo do Prêmio Track.co Experiência do Cliente 2022 em todos os seus materiais. O logotipo não poderá, em nenhuma circunstância, ter o seu conteúdo, cor ou formato alterados. Para a utilização de qualquer outro logotipo, nome ou material de propriedade do Prêmio Track.co Experiência do Cliente 2022, será necessária a autorização prévia da empresa organizadora.

**Art.22°** – A participação no Prêmio Track.co Experiência do Cliente 2022 implica a aceitação, irrestrita, deste regulamento.





Prêmio **track.co**

# Experiência do Cliente

2022

