

CX tá **ON** 

Quem encanta os ~~males~~
churns espanta!



@camixcustomer_cx

QUEM SOMOS

Nascemos para apoiar pessoas e empresas a criar e fortalecer **elos emocionais** que impactem positivamente **relações comerciais**

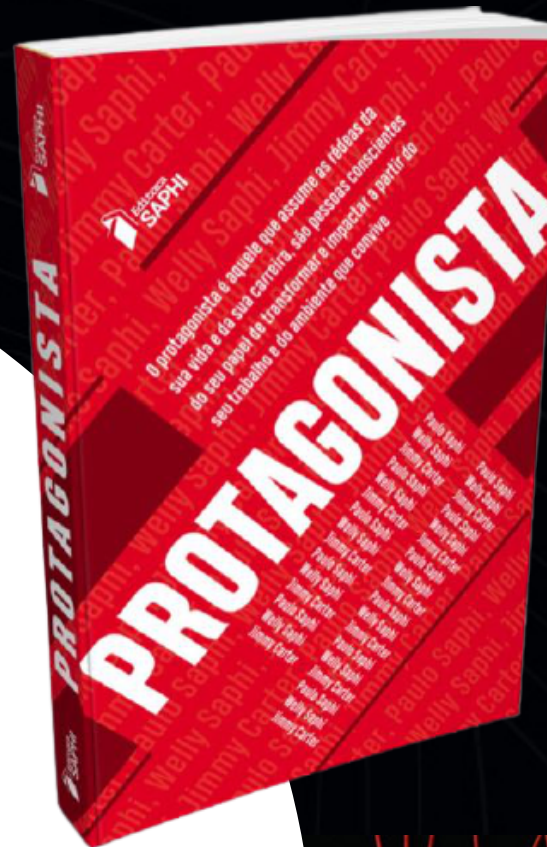
O QUE FAZEMOS?

- ✓ Palestras
- ✓ Treinamentos
- ✓ Cerimoniais
- ✓ Workshops
- ✓ Eventos
- ✓ Projetos In Company

Lutamos por um mundo melhor, conectando pessoas a conhecimento e oportunidades!



COM QUEM ATUAMOS




COLICIA

escola
britânica de
artes criativas
& tecnologia



@camixcustomer_cx

FALAM SOBRE NÓS

 Gabriel Bagatoli Hoje eu tive uma percepção do cliente que nunca havia tido. Eu sempre me preocupei em fazer o que precisa fazer e nunca pensei em proporcionar experiências. Maravilhoso

 Lucilene Baptista Dias · 2º
Coordenadora de contabilidade na...
7 h · Editado ·  + Seguir

Treinamento TOP onde juntos foi possível concentrar nossas energias para entender o que o cliente espera, o que foi feito e o quanto podemos surpreendê-lo. Obrigada [Spread Tecnologia](#) e [Camila Santos](#) pela oportunidade de adquirir conhecimento. [#somosspreaders](#) [#clienteemfoco](#)



 Marcela Vilela · Seguindo
Comunicação Institucional | Estratégia | Gestão I...
15 h · Editado · 

Essa semana participei de um evento sobre customer experience e employee experience, realizado pela [EBAC - Escola Britânica de Artes Criativas e Tecnologia](#).

A [Camila Santos](#) deu um show!
Valeu muito a pena participar!

 Clara Farias (Ela/She) · 1º
Cultura e Desenvolvimento de Pessoas
1 min · 

No início do mês tive a maravilhosa experiência de participar desse workshop incrível com a [Camila Santos](#) que foi a personificação de que conhecimento deve ser compartilhado! Só fortificou a vontade de aprender mais sobre employee experience! Foram 03 dias de muito conteúdo, obrigada [EBAC - Escola Britânica de Artes Criativas e Tecnologia](#) por ter proporcionado esse super workshop gratuitamente!

 Karoline Barros · 2º
Ajudo a transformar vidas por meio da educação...
1 h · 

Hoje participei do evento de fim de ano da Diretoria de Experiência do Aluno, Projetos e Processos, equipe da qual faço parte recentemente.

Dia de conhecer pessoas, conhecer as grandes entregas realizadas e ter um fechamento de ano muito bacana.


O ponto alto foi a palestrante [Camila Santos](#) que deu um show de insights sobre experiência do cliente.

 fiabelezaestetica comentou:
Gratidão é a palavra, passávamos por um momento difícil não havia mais forças pra tocar o barco, desanimada, frustrada e ainda a pandemia 😞. Mais a [@camixcustomer](#) com a [@susanadias.dias](#) (não posso jamais deixar de mencionar 🥰) chegaram com muitas ideias, abraçaram meu empreendimento e me fizeram enxergar o quanto nos éramos capazes ([@elaine_pinas](#)), esse ano eu fiz e ainda estamos fazendo coisas que jamais imaginei, sul real quando vc tem uma mentoria ministrada por pessoas incríveis como vcs, palavras jamais definiram nosso verdadeiro sentimento 🥰🥰. Muito obrigado, todos os dias em que entro naquele espaço lembro de vcs e do quão somos capazes 🙌🙌🙌
27 min

 Tatiane A. · 2º
Coordenadora de Análise da Experiência Cliente na...
3 d · 

Treinamento incrível de customer experience, muito conteúdo rico e amplitude com as metodologias/ ferramentas para medir a satisfação do cliente e esforço... Cliente gosta de agilidade, praticidade e facilidade em suas solicitações, seja em um serviço ou produto. Já parou pra pensar, o quando seu atendimento, processos e procedimentos estão sendo facilitadores, quando o cliente contata para solicitar ajuda ou abrir uma manifestação? O cliente no centro, é: compreender, ter soluções personalizadas, empoderar talentos, estratégias com métricas com foco no cliente, estar aberto para feedbacks e melhorias contínuas e uma liderança focada em ouvir o cliente... todos com um único propósito... melhorar cada vez mais a experiência do cliente, encantar e fidelizar ❤️

 Sandra Paula Rodrigues Lima · Autor
Relacionamento com o Cliente | Análise Custom...
1 d
[Lucilene Ramos Costa](#) - Relacionamento com o Cliente obrigada pela indicação, realmente faz muita diferença quando temos alguém para nos ajudar e compartilhar experiências 🥰

 Lucilene Ramos Costa - Relacionamento com o Cliente · 1º
Relacionamento com o Cliente | Design UX/UI | S...
1 d
A [Camila Santos](#) maravilhoso, transformou a minha jornada! Que bore que gostou! Espero que tenha muito aprendizado e sucesso 🙌🙌

PAUTAS MAIS CONTRATADAS

- *Customer experience* na prática
- Técnicas de venda para não vendedores
- Despertando posturas Intraempreendedoras
- Felicidade como ciência para impulsionar negócios
- Psicologia positiva e felicidade aplicadas a CX
- Employee experience
- Neurociência e comportamentos para construir marcas de impacto
- Experiências do futuro e como preparar-se para elas
- Empresas perdoam erros: entenda como!
- Propósito: como empresas de sucesso se comportam
- Comunicação não violenta

Todas as palestras são personalizadas de acordo com o negócio, inserimos cases nacionais e internacionais para que todos os níveis hierárquicos possam conectar-se ao conteúdo de forma clara e prática.



MODELOS

1. Palestra Camila Santos
2. Palestra Camila Santos + convidado de honra (a definir de acordo com briefing do cliente)
3. Palestra Camila Santos + Teatro corporativo (sessão de 15 min com personagem para quebrar o gelo)
4. Palestra com interações dinâmicas em salas paralelas



O DESAFIO

A proposta apresentada é exclusiva desenhada sob medida considerando os principais desafios e objetivos do atual momento que consistem em:

- Inspirar colaboradores a ter visão customer centric
- Manter a chama do CX acesa
- Trazer CX de um jeito leve e de fácil entendimento
- Mostrar que CX não é responsabilidade só de uma área
- Instigar o intraempreendedorismo
- Esclarecer que o fator WOW passa por leituras assertivas de contexto
- Dar força para os pilares culturais da companhia e a construção de futuro a várias mãos
- Evidenciar que CX ditará o futuro dos negócios

Nas páginas a seguir poderão conferir ideias que podem compor a jornada da semana do cliente



Palestra 30min

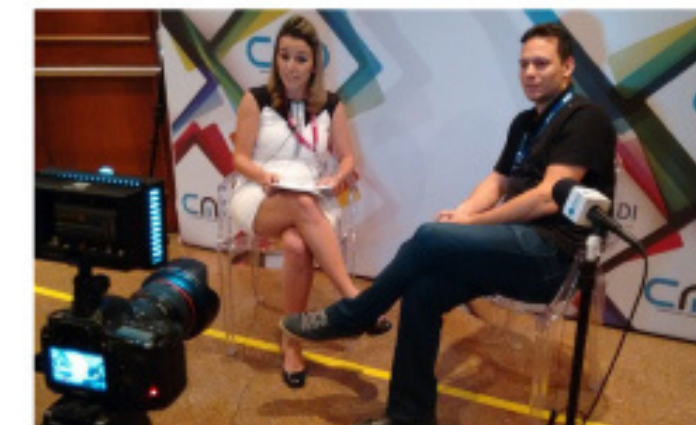
- Boas vindas e quem sou eu
 - William Glasser
 - Customer experience e a necessidade de ir além do óbvio (não vendemos ROUPAS, vendemos expectativas, reflita sobre elas)
 - Como neurociência explica a experiência e geração de expectativas
 - Case Google: abrace complexidades para encantar clientes (por que quando o dispositivo é “big, yahoo...” digitamos Google?, a magia dos 80/20)
 - Pirâmide da experiência
 - Psicologia positiva e felicidade como ciência para ser mais produtivo
 - IKIGAI & Propósito (Golden circle, atitude, estudo da Califórnia que mostra que somos 31% mais produtivos quando felizes e o quanto felicidade é responsabilidade individual e coletiva)
 - Guestologia e o método Disney de encantar clientes
 - Decodificando cases WOW da Disney para aplicação no dia a dia (case apontar com dois dedos, case
 - Efeito Dunning Kruger
 - A importância de obviedades serem ditas (Disney, Samsung e cases do dia a dia)
- + Perguntas e respostas



Palestra 1hora

- Boas vindas e quem sou eu
- Diferenças entre CX, CS, UX
- Por que empresas no mundo todo investem em CX (case Itaú/Nubank, Mercado Livre, MRV, Natura, Magalu)
- Como neurociência explica a experiência e geração de expectativas
- Dados de estudos sobre por que empresas investem em CX
- Surgimento de psicologia positiva, felicidade como ciência e IKIGAI
- Dados que comprovam que pessoas felizes são mais bem sucedidas
- Resiliência (Kintsugi) e sua utilidade nos encantadores de clientes
- Conexão entre CPF & CNPJ ligando felicidade e CX
- Pirâmide do encantamento
- Guestologia Disney
- Cases: Disney e Zappos
- Métricas/ Indicadores e o que você tem a ver com isso
- Evidenciar que todos somos importantes no processo de construção de uma empresa SMASHABLE

+ Perguntas e respostas



Palestra 1h + 30min Guest

- Boas vindas e quem sou eu
- Diferenças entre CX, CS, UX
- Por que empresas no mundo todo investem em CX (case Itaú/Nubank, Mercado Livre, MRV, Natura, Magalu)
- Dados de estudos sobre por que empresas investem em CX
- Surgimento de psicologia positiva, felicidade como ciência e IKIGAI
- Dados que comprovam que pessoas felizes são mais bem sucedidas
- Resiliência (Kintsugi) e sua utilidade nos encantadores de clientes
- Conexão entre CPF & CNPJ ligando felicidade e CX
- Pirâmide do encantamento
- Guestologia Disney
- Cases: Disney e Zappos
- Métricas/ Indicadores e o que você tem a ver com isso
- Evidenciar que todos somos importantes no processo de construção de uma empresa SMASHABLE

+ Convidado de honra a definir (Ideias: DHL, Mercado Livre, MRV, BTG, Ifood, Grupo SER educacional, líderes que estiveram a frente da Oi, Banco Carrefour...)



Palestra 1h + 15min Teatro

- Boas vindas e quem sou eu
- Diferenças entre CX, CS, UX
- Por que empresas no mundo todo investem em CX (case Itaú/Nubank, Mercado Livre, MRV, Natura, Magalu)
- Dados de estudos sobre por que empresas investem em CX
- Surgimento de psicologia positiva, felicidade como ciência e IKIGAI
- Dados que comprovam que pessoas felizes são mais bem sucedidas
- Resiliência (Kintsugi) e sua utilidade nos encantadores de clientes
- Conexão entre CPF & CNPJ ligando felicidade e CX
- Pirâmide do encantamento
- Guestologia Disney
- Cases: Disney e Zappos
- Métricas/ Indicadores e o que você tem a ver com isso
- Evidenciar que todos somos importantes no processo de construção de uma empresa SMASHABLE

+ Teatro corporativo (definimos um personagem junto a uma empresa parceira e ele teatraliza de forma humorada de acordo com as dores do negócio ou objetivo da sessão ex. Líder, entrevistadora, mulher do futuro, monja...)



Workshop 6h

2h

- O que é experiência do cliente (CX,CS,UX) – Cases Netflix, Nike
- Por que empresas investem (ROX cases Nubank, Mercado Livre, CPFL)
- Qual é seu papel neste ecossistema? (conexão CPF/CNPJ)
- Reflexão sobre psicologia positiva estimulando senso de dono nos colaboradores (IKIGAI)
- Exercício em grupos (trace a relação que seu trabalho tem com o encantamento do cliente, discutam a respeito)

2h

- Pirâmide do encantamento
- Guestologia Disney
- Cases práticos da pirâmide e guestologia
- Neurônio reptiliano e espelho no dia a dia
- CNV (Comunicação não violenta)
- Exercício para aplicação de empatia e CNV

2h

- A importância de obviedades serem ditas (case de Insucesso Disney e insucesso Samsung)
- Exercício sobre obviedades para minimizar silos e criar pontes
- Clientes perdoam (case Londres sobre como lidar com conflitos)
- Smashable brands: quanto cada um contribui com o todo (neurociência Martin Lindstrom)
- Exercício de conclusão de workshop construindo 5W2H de principais insights absorvidos e como aplicação no dia a dia



Workshop 12h

2h30

- O que é experiência do cliente (CX,CS,UX) – Cases Netflix e Nike
- Por que empresas investem (ROX)
- Cases (Nubank, Mercado Livre, CPFL)
- Qual é seu papel neste ecossistema? (conexão CPF/CNPJ)
- Golden Circle
- Reflexão sobre psicologia positiva estimulando senso de dono nos colaboradores (IKIGAI)
- Exercício em grupos (trace a relação que seu trabalho tem com o encantamento do cliente, discutam a respeito)

2h30

- Pirâmide do encantamento
- Neurônio reptiliano e espelho
- CNV (Comunicação não violenta)
- Cases para aplicação de empatia e CNV
- Salas paralelas exercícios refaça a narrativa
- Técnicas de Storytelling,
- Grupos co construção de pitch encantador “CNV e Storytelling”
- Apresentação



Workshop 12h

2h30

- O que é NPS e o que isso tem a ver com você
- **Convidado REMOTO a definir (tema: oportunidades que existem de ser visto dentro da organização quando se passa de atendente para PROTAGONISTA DO UAU)**
- A importância de obviedades serem ditas (case de Insucesso Disney e insucesso Samsung)
- Exercício sobre obviedades para minimizar silos e criar pontes (grupos, contem sobre suas tarefas diárias e conflitos que vivenciam)
- Narrativa plenária sobre obviedades importantes

4h30

- Revisão de tudo que foi visto até aqui
- Contexto da evolução comercial escambo ao encanto
- SPIN Selling
- AIDA
- Elevator pitch
- Gatilhos mentais (escassez, prova social, urgência, autoridade)
- Role play para fixação das técnicas (em duplas/grupos)
- Role play em grupo
- Exercício, resumo do que foi absorvido na voz dos colaboradores (teatralizado) 5W2H para suporte



1º Reunião com embaixadores de CX para explicar os exercícios e prepara-los para mediar a sessão em cada sala paralela (min 1 semana antes do evento)

2º Dia do evento (30min contexto + 30min exercício + 30 análises e fechamento)

- Boas vindas, Breve contexto sobre CX e a importância de atentar-se ao cenário e visão DO cliente e não NO cliente
- Conceito de smashable brand (neurociência – empresas mais lembradas não são só por suas logomarcas, mas sim pelos diversos pontos de contato) case Mc donald's,
- A importância do Small data (dados relacionais naturalmente captados durante interações/ vivência junto ao cliente – case Lowes)
- A importância do roteiro verde de Alfred Hitchcock no processo de design de emoções
- MVP vs MLP (fazer o possível não é mais suficiente, é preciso fazer o amável)
- PIG Strategy (não conseguiremos agir em todos os pontos de contato, mas quais pesam mais para a experiência/promessa do negócio?)
- Conceito de jornada e aspectos a refletir (tempo, métricas cabíveis, peso daquele ponto de contato, canais, play “processos”, riscos e planos de ação, oportunidades “comerciais”, conexões emocionais

EXPLICAÇÃO DE EXERCÍCIO (vide opções de exercícios na página abaixo)



EXERCÍCIO

- **Sugestão 1** – eleja um ponto de contato vital para o negócio, reflita sobre os aspectos apresentados anteriormente e aplique os conceitos da MLP a este ponto de contato)
- **Sugestão 2** – (mais simples) Eleja uma melhoria real que poderia existir e aplique o conceito de MLP visto, use o 5W2H (o que, por que, quem, quando, onde, quanto, como + MLP “é instagramável? É tribal? Gera engajamento? É empático?”)

20 a 30 min para a dinâmica

- 20 min para apresentação dos grupos
- Votação via mentimeter de melhores ideias
- Vencedores levam vouchers de ifood (sugestão R\$ 20,00 para cada integrante do grupo/ 10 integrantes por grupo)

Disponibilização de cupom para cursos da Track.co e CS Academy

- Encerramento com reflexões sobre o que os grupos criaram e estímulo a levarem a cultura adiante

Camix



CONSIDERAÇÕES IMPORTANTES

Compreendemos que algumas ocasiões exigem conteúdos personalizados e é justamente pensando nesta necessidade que além de nossas palestras de prateleira, nos colocamos a disposição para compreender sua necessidade e co construir a palestra ideal para o momento de sua empresa.

Me sinalize se a propostas apresentada atende a expectativa e caso não atenda fique a vontade para incrementar, fazer apontamentos e construirmos a 4 mãos a jornada que mais impacte positivamente o público alvo.

Grande abraço!

Camila Santos
Founder & CEO



CAMILA SANTOS

É uma honra fazer esta proposta chegar até você, foram anos de estudo e dedicação para construir conteúdos que tornassem o mundo melhor, espero que aprecie a proposta, me coloco à inteira disposição para sanar eventuais dúvidas.



PROPOSTA DE VALOR

PALESTRA 30min
R\$ 7.200,00

PALESTRA 60min
R\$ 10.080,00

PALESTRA COM GUEST OU DINÂMICA
R\$ 14.400,00

WORKSHOP 6h
R\$ 16.800,00

WORKSHOP 12h
R\$ 28.800,00

DÊ O PLAY



ASSISTIR



ASSISTIR



ASSISTIR



ASSISTIR



Camix



Details Matter



Website



Insta - CamiX Customer

Camila Santos | CEO & Founder
camila.santos@camixcustomer.com
(11) 9 9326-6714

Rosyane Iamasa | Agente de relacionamento
relacionamento@camixcustomer.com
(31) 9 8894-1782

@camixcustomer_cx



CamiX

Obrigada!



@camixcustomer_cx