

## CX MADE IN BRAZIL – Regulamento dos Cases

O Brasil tem excelentes indicadores de satisfação e qualidade na experiência do cliente. É, provavelmente, um dos mercados mais sofisticados do mundo na aplicação dos conceitos dessa disciplina. Toda essa busca pela excelência merece um reconhecimento especial. É por isso que a *Consumidor Moderno* lança a plataforma “**CX Made in Brazil**”, uma avaliação dos melhores cases de Experiência do Cliente construídos pelas empresas brasileiras no País. O CX Made in Brazil quer revelar e divulgar os cases mais sólidos que envolvem diversos aspectos da Experiência do Cliente: estratégias omnicanais, adoção de novos canais, uso de tecnologias em lojas físicas, campanhas de engajamento, inovação, bots, uso de IA, transformação cultural e outras atividades adotadas pelas empresas orientadas ao consumidor final que tenham resultado em uma Experiência do Cliente mais qualificada, medida por diversos indicadores.

Os melhores cases serão apresentados em um evento exclusivo – o “**CX Made in Brazil**”, a ser realizado em dezembro de 2025 – e receberão certificação especial concedida pela **Consumidor Moderno e CX Brain**, além de cobertura completa na edição especial de dezembro da revista *Consumidor Moderno* (híbrida – digital e impressa), que irá circular em dezembro de 2025.

### **AValiação dos Cases – “CX MADE IN BRAZIL”**

**Objetivo:** O projeto “**CX Made in Brazil**” tem como objetivo reconhecer os melhores cases de CX de nosso mercado. **Apenas para fins de organização, as inscrições estão abertas para cases de empresas que atuem nos segmentos abaixo:**

ADQUIRENTE

ALIMENTOS

ARTIGOS ESPORTIVOS

AUTOPEÇAS E SERVIÇOS AUTOMOTIVOS

BANCOS

BEBIDAS

BENEFÍCIOS CORPORATIVOS

CARTÕES

COBRANÇA AUTOMÁTICA – TAGs

COMPANHIAS AÉREAS

CONSTRUTORAS E INCORPORADORAS

CONSTRUTORAS E INCORPORADORAS – MÉDIO E PEQUENO PORTE

DISTRIBUIDOR DE GÁS

E-COMMERCE

E-COMMERCE – GAMES E LIVRARIAS ON-LINE

EDUCAÇÃO

ENERGIA ELÉTRICA

ENTREGA POR APP

FARMÁCIAS

HIGIENE PESSOAL, PERFUMARIA E COSMÉTICOS

HOSPITAIS

INDÚSTRIA

INDÚSTRIA – CASA E CONSTRUÇÃO

INDÚSTRIA – ELETROELETRÔNICOS  
INDÚSTRIA – ELETRODOMÉSTICOS  
INDÚSTRIA – ELETROPORTÁTEIS  
INDÚSTRIA – FARMACÊUTICA  
LOGÍSTICA  
MARKETPLACE  
SERVIÇOS DE SAÚDE – MEDICINA DIAGNÓSTICA E LABORATÓRIOS  
MOBILIDADE URBANA  
NEOBANCOS  
OUTRO (ESPECIFIQUE)  
POSTOS DE COMBUSTÍVEL  
PLATAFORMA DE INVESTIMENTOS  
PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS  
PREVIDÊNCIA E CAPITALIZAÇÃO  
PROGRAMAS DE FIDELIDADE  
REAL ESTATE TECHS  
SEGUROS – RAMOS GERAIS  
SEGUROS E PLANOS DE SAÚDE  
SERVIÇOS DE SAÚDE  
SERVIÇOS DE TECNOLOGIA  
SERVIÇOS FINANCEIROS  
SERVIÇOS PÚBLICOS  
SHOPPING CENTERS E OUTLETS  
STREAMING POR ASSINATURA  
TELECOMUNICAÇÕES – TELEFONIA FIXA  
TELECOMUNICAÇÕES – TELEFONIA MÓVEL  
TELECOMUNICAÇÕES – TV POR ASSINATURA  
TELECOMUNICAÇÕES – BANDA LARGA  
VAREJO – CASA E CONSTRUÇÃO  
VAREJO – ELETROELETRÔNICOS E MÓVEIS  
VAREJO – MODA E CALÇADOS  
VAREJO – ÓTICAS  
VAREJO – PET  
VAREJO – REDES ALIMENTÍCIAS E FAST-FOOD  
VAREJO – SUPERMERCADOS, PROXIMIDADE, ATACAREJO E CASH&CARRY  
VEÍCULOS – AUTOMÓVEIS  
VEÍCULOS – AUTOMÓVEIS POR ASSINATURA – LOCADORAS  
VEÍCULOS – CAMINHÕES  
VEÍCULOS – DUAS RODAS  
VEÍCULOS – AUTOMÓVEIS DE LUXO

### **Quem pode participar?**

Podem se cadastrar e enviar seus cases as empresas de todos os segmentos acima listados. Vale ressaltar que as empresas concorrentes ao reconhecimento são **somente aquelas que vendam para consumidores finais, operações denominadas B2C (Business to Consumer) ou D2C (Direct to Consumer).**

**IMPORTANTE: AS INSCRIÇÕES ESTÃO ABERTAS PARA TODAS AS EMPRESAS DO ECOSISTEMA DE CX NO BRASIL, sejam empresas que vendam produtos e serviços para o consumidor final, sejam BPOs, Consultorias, Agências de Publicidade e Comunicação e Parceiros e Fornecedores de Tecnologia.**

Ou seja, se a sua empresa faz parte do ecossistema de Experiência do Cliente e tem um ou mais cases de empresas-clientes, as inscrições são bem-vindas. Assim, BPOs, Agências, Consultorias e Fornecedoras de Tecnologia podem inscrever cases de suas empresas contratantes parceiras, mas com os dados destas. Cada empresa pode inscrever quantos cases quiser, ressalvadas as condições expostas nessa metodologia.

Os responsáveis pelas inscrições dentro das empresas do tipo D2C/B2C devem ser, preferencialmente, de uma ou duas das seguintes áreas de negócio: Experiência do Cliente (CX), Atendimento ao Cliente, Customer Happiness, Customer Success, Consumer Insights, Marketing, Vendas, Inovação, Digital e Canais Digitais. No caso de inscrição oriunda de parceiro, BPO, Fornecedor de Tecnologia, Agência ou Consultoria, o nome ou os nomes dos executivos responsáveis pelas empresas contratantes do projeto devem ser inseridos. É fundamental que estes executivos sejam C-Level.

**IMPORTANTE:** A empresa participante autoriza a divulgação do case para consulta na plataforma “CX Made in Brazil” e para reportagens a serem realizadas pela *Consumidor Moderno*, mesmo que parcialmente. Ao optar pela divulgação parcial, a empresa deve notificar, no case, o que está sob embargo para consulta e publicação.

#### **Escopo dos Cases**

**Conteúdo:** os cases devem abordar estratégias e atividades de CX, incluindo aspectos como estratégias omnicanais, jornada do cliente, uso de IA aplicada ao CX, adoção de novos canais, tecnologias em lojas físicas, campanhas de engajamento, aplicativos, ações de encantamento, etc.

**Indicadores e Elementos:** os cases devem incluir indicadores mensuráveis, como NPS, CSAT, Effort Rate, Redução de Churn, aumento de vendas ou redução de custos (% em um período mínimo de três meses a contar da implementação da estratégia), Contact Rate, Aumento da Recorrência, LifeTime Value (LTV), entre outros. Além disso, devem destacar elementos que, de acordo com a estratégia de negócio, possam ter gerado manifestações positivas nos clientes e promoveram gratificação e autoexpressão (provas sociais, por exemplo).

**Formato de Inscrição do Case:** os participantes devem enviar um documento detalhado, em Word, PDF ou PPT, descrevendo o problema, a estratégia implementada e os dados quantitativos e qualitativos que respaldem os resultados alcançados. Vídeos-resumo de até 90” (noventa segundos), imagens ilustrativas e gráficos comparativos podem ser incluídos para endossar e destacar determinados aspectos do case. O material pode ser encaminhado diretamente pelo sistema nesse [link](https://cases.gpadrao.com.br/avaliacao/cx-made-in-brazil/)(https://cases.gpadrao.com.br/avaliacao/cx-made-in-brazil/).

**Processo de Avaliação:** os cases serão avaliados pelos times da CX Brain e da *Consumidor Moderno* com base nos critérios definidos, como alinhamento com objetivos, impacto

mensurável, engajamento do cliente, experiência percebida, escalabilidade e replicabilidade (ver item “Critérios de avaliação” neste regulamento).

**Premiação:** os melhores cases serão selecionados para participar do Seminário Especial “CX Made in Brazil”, a ser realizado em dezembro de 2025\* e receberão certificação especial no final do mesmo evento, em cerimônia exclusiva, além de cobertura completa na edição especial de aniversário da revista *Consumidor Moderno* (híbrida – digital e impressa), que irá circular em dezembro de 2025. **Os vencedores serão reconhecidos pelo impacto de suas estratégias de CX. Os autores dos melhores cases, ou seja, os executivos das empresas B2C/D2C, responsáveis pela contratação, implementação e gestão dos projetos apresentados nos cases, em um total máximo de 12 para essa primeira edição, receberão ainda um Kit Encantamento Exclusivo da *Consumidor Moderno*, e os autores e responsáveis pelos 5 melhores cases ganharão um convite para participar do Consumidor Moderno Experience Summit, na Europa, em maio de 2026.**

**Prazos:** A data-limite para submissão de cases é 19/09/2025. Os vencedores serão anunciados até 02/10/2025.

**Contato:** Para submeter um case ou esclarecer dúvidas, entre em contato pelo e-mail [cxbrain@gpadrao.com.br](mailto:cxbrain@gpadrao.com.br) ou pelo [WhatsApp](https://www.whatsapp.com/business/profile/988803287): (11) 98880-3287

## **PARÂMETROS (DICAS) PARA PRODUÇÃO DE UM CASE COM MAIS CHANCES DE VENCER**

**Enquadre o Segmento:** certifique-se de incluir claramente o seu segmento conforme disposto no formulário de inscrição, para obter uma visão holística das estratégias de CX utilizadas pela empresa.

**Escopo do Case:** defina claramente quais aspectos do CX o seu case deve abordar. Isso pode incluir estratégias omnicanais, adoção de novos canais, tecnologias em lojas físicas, campanhas de engajamento, inovações em lojas ou canais, entre outros.

**Resumo Executivo:** comece com um resumo conciso da estratégia de CX implementada, destacando os principais resultados alcançados.

**Contexto e Desafios:** explique o contexto em que a estratégia foi desenvolvida e identifique os desafios específicos que a empresa enfrentava em relação à Experiência do Cliente.

**Objetivos e Metas:** liste os objetivos claros que a estratégia pretendia alcançar e as metas quantificáveis que foram estabelecidas.

**Parceiros de Tecnologia:** é fundamental apontar a participação de empresas parceiras de tecnologia que colaboraram, de forma decisiva, para a obtenção de resultados do case (se houver).

**Estratégia Implementada:** descreva detalhadamente a estratégia de CX adotada, incluindo ações específicas tomadas, canais utilizados, tecnologias incorporadas e campanhas executadas.

**Indicadores de Desempenho e Resultados:** apresente os indicadores de desempenho relevantes, como NPS, CSAT, Effort Rate e Redução de Churn, antes e após a implementação da estratégia e o consequente detalhamento dos resultados alcançados.

**Impacto nos Clientes:** mostre como as estratégias ou iniciativas implementadas impactaram positivamente a experiência dos clientes. Isso pode incluir relatos, reviews, comentários, manifestações em redes sociais, reproduções de interações nos canais (devidamente anonimizados para respeitar a LGPD) e provas sociais.

**Inovação e Criatividade:** compartilhe elementos inovadores e criativos que tornaram suas estratégias e atividades de Experiência do Cliente únicas e memoráveis.

**Escalabilidade e Replicabilidade:** mostre que o case não aborda um fato isolado, uma atividade realizada para um cliente em especial, mas sim um processo lógico, que pode ter sido um piloto, mas que se mostrou fortemente replicável e escalável para milhares de clientes.

## TEMPLATE/EXEMPLO DE ORIENTAÇÃO PARA PRODUÇÃO DO CASE

### Resumo Executivo:

A Empresa XYZ, líder no setor de Varejo de Moda, buscou aprimorar sua Experiência do Cliente para impulsionar a fidelidade e o engajamento. Uma estratégia omnicanal inovadora foi implementada visando aumentar as pontuações de NPS, melhorar a satisfação geral dos clientes e reduzir a taxa de churn.

### Contexto e Desafios:

A Empresa XYZ enfrentava o desafio de competir em um mercado de moda altamente competitivo, no qual a diferenciação, por meio da Experiência do Cliente, se tornou crucial. Além disso, havia uma crescente demanda por interações perfeitas em todos os canais de venda.

### Objetivos e Metas:

Os objetivos incluíam elevar o NPS em 20%, aumentar o CSAT em 15% e reduzir o churn em 10% no prazo de um ano.

**Empresas e Tecnologias Utilizadas:** a empresa XYZ definiu a contratação da empresa ABCX, fornecedora de soluções de IA generativa, para modelar os bots de atendimento nos canais WhatsApp e Chat no App. A capacidade cognitiva do bot permitiu interações de alto nível entre cliente e empresa.

### Estratégia Implementada:

A estratégia consistiu em integrar, perfeitamente, as lojas físicas à plataforma de comércio eletrônico. O aplicativo móvel ganhou mais uso e tempo de uso, graças ao bot que acompanhava a jornada do cliente, auxiliava no processo de escolha, identificava as ofertas mais adequadas e, até mesmo, facilitava um processo de compra na modalidade click & collect.

### Indicadores de Desempenho e Resultados:

Antes da implementação, o NPS era de 50, o CSAT estava em 75% e a taxa de churn era de 12%. Após a estratégia, o NPS aumentou para 78, o CSAT subiu para 85% e o churn foi reduzido para

7%. Com isso, os clientes passaram a usar mais o app como canal de venda, e se sentiram mais confortáveis para responder às pesquisas de NPS e fazer reviews, criando uma comunidade em torno das tendências de moda.

#### **Impacto nos Clientes:**

Os clientes relataram uma sensação de conveniência ao poderem navegar e comprar de forma fluida entre os canais. As experiências de compra personalizadas nas lojas físicas foram destacadas como gratificantes e exclusivas; o número de reviews aumentou 230%; e as provas sociais, particularmente no Instagram, finalmente ganharam espaço entre as postagens dos clientes, com muitas menções espontâneas da loja e do app XYZ.

#### **Inovação e Criatividade:**

A integração bem-sucedida entre lojas físicas e on-line (app) permitiu à Empresa XYZ destacar-se em um mercado saturado, proporcionando uma abordagem inovadora que criou marcadores sociais para os clientes. A inovação ficou por conta da linguagem adotada pelo bot, que se amolda a diferentes tipos de perfis de personalidade e aos campos de reviews, que convidam à publicação de forma divertida e irreverente.

#### **Escalabilidade e Replicabilidade:**

A estratégia demonstrou a viabilidade de integrar canais, trazer personalização e promover uma experiência gratificante já a partir do primeiro mês de implantação do piloto. A lógica do bot mostrou-se facilmente escalável e, em pouco tempo, os clientes voltaram a usar o app e a publicar suas conversas divertidas nas redes sociais. A solução demonstrou alto poder de replicação.

## **CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO:**

Os critérios de avaliação do case serão os seguintes, com igual peso na composição da nota final classificatória, sempre a partir de uma escalada definida entre 1 e 6.

**Alinhamento com Objetivos:** o quanto o case está alinhado com a força e a originalidade do CX Made in Brazil, como melhorias na Experiência do Cliente e uso de IA.

**Impacto Mensurável: análise dos indicadores fornecidos,** como NPS, CSAT e redução de churn (ainda que em formatos percentuais – evolução de X% para Y% em determinado período, por exemplo), para medir o impacto real das estratégias implementadas.

**Engajamento do Cliente:** considerar o nível de envolvimento e engajamento dos clientes nas estratégias propostas, com foco em campanhas que realmente tenham gerado interesse e interação.

**Impacto nos Clientes:** de que forma as estratégias criaram e motivaram comentários positivos, reviews e provas sociais.

**Inovação e Criatividade:** verificar se o case apresenta abordagem inovadora, criativa e original para melhorar a Experiência do Cliente.

**Replicabilidade e Escalabilidade:** as estratégias podem ser replicadas em outros contextos e segmentos, o que demonstra validade, viabilidade e relevância.