



**XX MOSTRA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA**  
**XII SALÃO DE EXTENSÃO, PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO**  
**3 A 6 DE OUTUBRO DE 2022**



**TRANSFORMAÇÃO DIGITAL E EXPERIÊNCIA DO CLIENTE**

**Área temática:** Relações Públicas

**Forma de apresentação:** Oral

**Resultado do trabalho:** Final

Isadora Toledo da Cunha<sup>14</sup>; Viviane Porsch da Silva<sup>15</sup>; Marley de Almeida Tavares Rodrigues<sup>16</sup>

**RESUMO:**

A transformação digital possibilitou a mudança nos métodos de venda, bem como na maneira como as empresas se relacionam com seus clientes. Através disso, o presente trabalho teve como objetivo apresentar o impacto dessa transformação na experiência do cliente. O método de pesquisa utilizado foi a pesquisa bibliográfica em artigos e livros, além de seminários em sala de aula sobre o tema. Assim, foi possível verificar nas referências consultadas que as experiências digitais e omnichannel possibilitam que os consumidores estejam cada vez mais conectados e bem informados. Com a gestão omnichannel as organizações têm como vantagem conhecer o seu cliente, qual o seu comportamento e como foi sua experiência de compra. De acordo com Botelho e Angotti (2020), as organizações estão priorizando a gestão dos seus negócios para criar uma experiência relevante ao consumidor durante as etapas das suas compras, utilizando a transformação digital como meio. Quando o assunto é experiência do cliente é válido citar a gestão de canais, que deve ir ao encontro dos objetivos e valores da marca e estar alinhada com o clima organizacional da empresa. No cenário atual os clientes desejam uma interação mais próxima com as organizações, a qualquer momento e em qualquer lugar. As marcas vêm se adaptando a essa realidade, buscando vínculos concretos e engajamento com seus consumidores, a transformação digital é parte fundamental desse processo.

**Palavras-Chaves:** Transformação digital. Experiência do Cliente. Tecnologia.

**Referências:**

Delane Botelho and Leandro Angotti Guissoni, EXPERIÊNCIA E ENGAJAMENTO DO CLIENTE. RAE (Vol. 60, Issue 1) Jan-Feb 2020

RAMOS, Jeymison Carlos Silva et al. Inovações que melhoram a Experiência do Consumidor, 2021. Disponível em <https://revistas.editoraenterprising.net/index.php/regmpe/article/view/270/501>. Acesso em: 25/08/2022.

OKANO, Marcelo Tsuguio. Transformação digital e novos modelos de negócios de produção. ?Os desafios da engenharia de produção para uma gestão inovadora da Logística e Operações? Santos, São Paulo, Brasil, 15 a 18 de outubro de 2019.

<sup>14</sup> Acadêmica das Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT. isadoratoledo875@gmail.com

<sup>15</sup> Acadêmica das Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT. vivianeporsch@sou.faccat.com.br

<sup>16</sup> Orientadora. Faculdades Integradas Faccat - FACCAT. marley@faccat.br