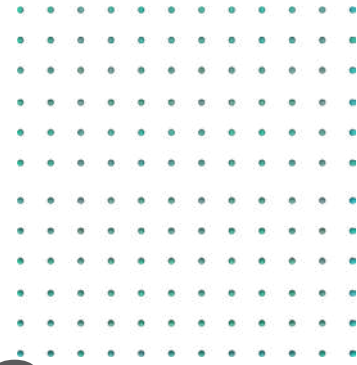


## 5 DICAS PARA USAR A TECNOLOGIA A FAVOR DA EXPERIÊNCIA DO CLIENTE



# 01



## INTRODUÇÃO

---

É cada vez mais comum ouvirmos discussões sobre a importância do bom atendimento para proporcionar uma ótima experiência ao cliente. No entanto, muitas empresas ainda divergem quando o assunto é a aplicação de boas práticas para este fim. Nem mesmo um olhar analítico sobre quem, afinal, é o cliente de cada área do negócio é discutido.

Além disso, é visível que nem mesmo as empresas estão satisfeitas com suas entregas. Uma pesquisa da CX Trends em 2019, por exemplo, mostrou que 55% dos negócios não vêm com bons olhos suas entregas. Além disso, apenas 52% delas possuem métricas para mensurar a experiência e satisfação do cliente. Já em relação ao cliente, 65% deles dizem que um dos fatores para voltar a comprar com uma empresa é o atendimento recebido. Ou seja: garantir uma boa experiência ao consumidor é uma estratégia primordial para vender mais, seja em modelo B2B (empresa para empresa) ou B2C (empresa para consumidor final).

Neste e-book vamos falar sobre a importância de se criar bons mecanismos para valorizar a experiência do cliente e como a tecnologia é essencial para isso. Veja no conteúdo que preparamos abaixo como definir quem é seu público-alvo e como tornar a experiência do cliente um diferencial no seu negócio.

Boa leitura!



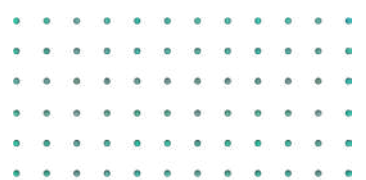




TABELA DE  
**CONTEÚDO**

---

**01**

Introdução

**02**

Entendendo quem é o seu cliente

**03**

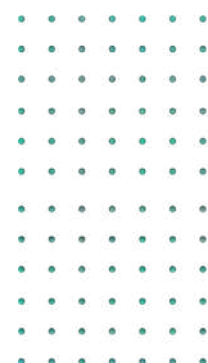
Experiência do cliente:  
o que dizem as pesquisas

**04**

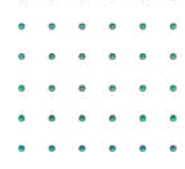
A tecnologia como ponto central  
da experiência do cliente

**05**

Conclusão







# ENTENDENDO QUEM É O SEU CLIENTE

---

Há um mito comum nas empresas de que o cliente é apenas aquele que consome produtos ou serviços do portfólio do negócio. No entanto, o conceito de cliente vai além disso: ele pode ser interno ou externo.

Para proporcionar uma experiência de valor ao cliente, é preciso entender quem ele é quais as suas necessidades. Veja:

# 02





## Clientes internos

São os seus colegas de trabalho, profissionais relacionados ao próprio negócio, mas que atuam em áreas ou unidades diferentes da sua. É aquele funcionário que consome algum tipo de serviço do seu departamento.

Por exemplo: o cliente do RH é interno – são todas as pessoas com vínculo empregatício com a empresa. Estas pessoas solicitam ao departamento de Recursos Humanos informações sobre folha de pagamento, concessão de benefícios, férias, 13º salário, documentos para realização do imposto de renda.

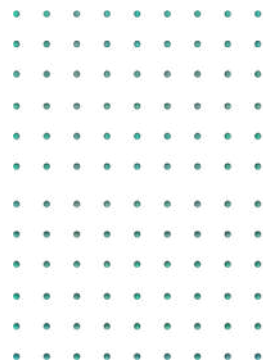
Na área de TI, os profissionais da empresa também são clientes internos, já que solicitam serviços de melhorias ou resolução de problemas ligados à tecnologia. Empresas que contam com áreas que gerem o patrimônio/infraestrutura da empresa também têm clientes internos, que solicitam materiais ou reparos em seus setores.

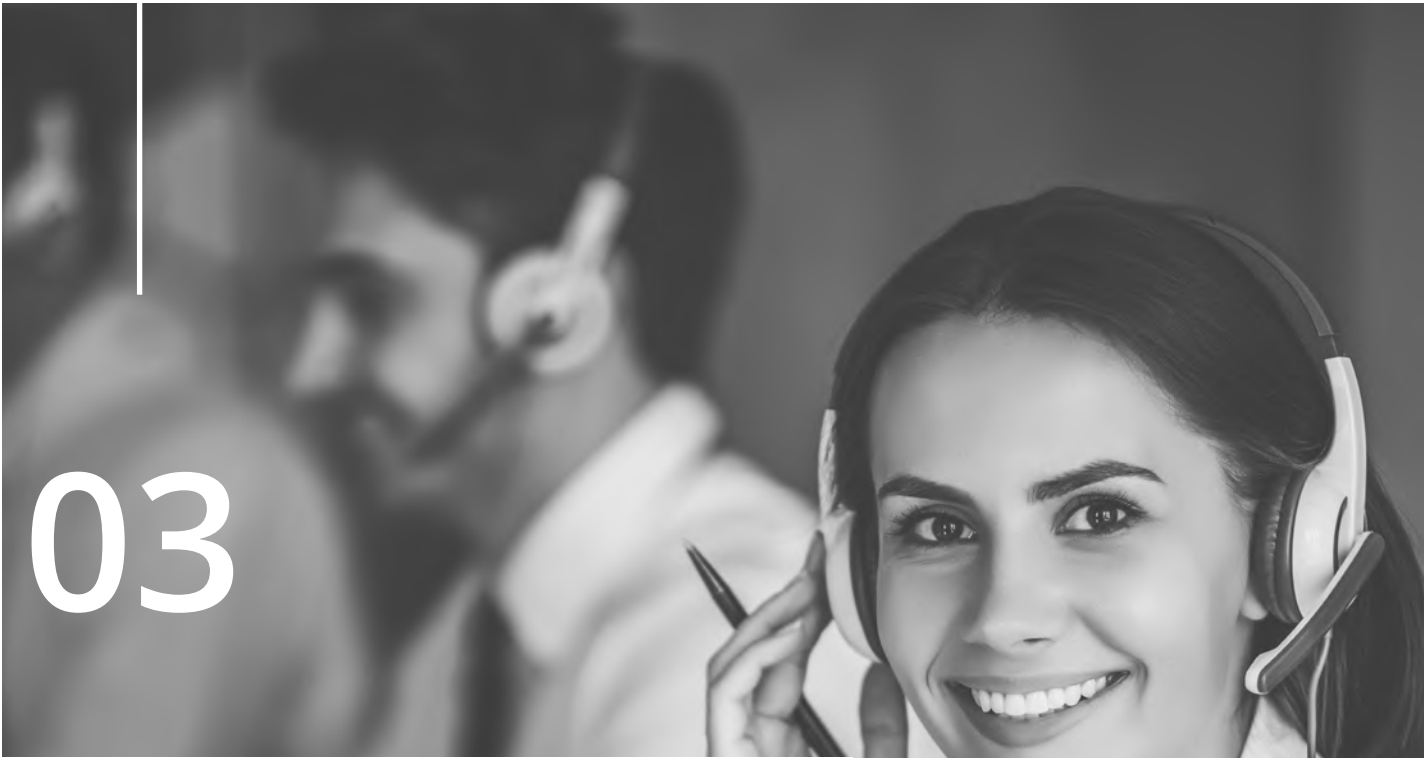
## Clientes Externos

São todos aqueles que consomem produtos ou serviços ligados ao core do negócio. Se a sua empresa presta serviços educacionais, os alunos são seus clientes externos. Se é uma empresa de tecnologia, outras empresas que utilizam seus softwares são seus clientes externos.

Se a sua empresa é uma varejista, você pode ter dois tipos de cliente externo: o consumidor que adquire produtos diretamente, via e-commerce, e o lojista que revende seu portfólio em sua loja. Em ambos os casos, no entanto, a experiência do cliente é determinante para o desenvolvimento de bons projetos e relações duradouras. Não basta apenas entregar o produto ou serviço, é preciso engajar seu consumidor para que ele seja fidelizado e continue consumindo de você.

Em época de home office como gerenciar as demandas dos clientes de forma centralizada com garantia de qualidade e prazos?





03

## EXPERIÊNCIA DO CLIENTE O QUE DIZEM AS PESQUISAS

---

Como vimos, experiência do cliente é crucial para o sucesso de uma empresa. Porém, nem sempre ganha ela devida importância na rotina de atendimento. Confira o que dizem as pesquisas que monitoram as ações de engajamento do consumidor:







- Uma pesquisa da empresa americana de inteligência digital [Acquia](#) mostrou que 90% dos consumidores não se sentem valorizados em relação ao atendimento recebido pelas empresas com as quais possuem algum vínculo;

- Uma pesquisa da [CXTrends](#) mostrou que 65% dos clientes voltaria a comprar de uma empresa por conta do atendimento recebido.

- O mesmo estudo mostrou que 55% dos negócios não veem com bons olhos suas próprias entregas. Apenas 52% das empresas respondentes possuem métricas para mensurar a experiência e satisfação do cliente.

- Já uma pesquisa da [PwC](#) mostrou que o consumidor brasileiro está disposto a pagar até 20% a mais por determinados produtos caso a experiência de compra seja satisfatória.

- Esta mesma pesquisa, que ouviu mais de 15 mil pessoas de 2 países, mostrou que para 73% delas a experiência do cliente é determinante para a jornada de compra. No Brasil, o índice chega a 89%.

- Ainda de acordo com a PwC, 80% dos consumidores apontam que a velocidade de atendimento e a conveniência de poder ser atendido em canais digitais são preponderantes para uma compra satisfatória.

Estes dados deixam claro que a experiência está no centro do sucesso de uma empresa e que a tecnologia tem papel cada vez mais importante nesta jornada. Confira no próximo capítulo quais inovações devem fazer parte da rotina do seu negócio para criar boas experiências de compra para o cliente.

Qual a garantia que a sua empresa tem hoje de atendimento eficiente quando um cliente liga? Qual a gestão que existe para este processo?

• • •





# A TECNOLOGIA COMO PUNTO CENTRAL DA EXPERIÊNCIA DO CLIENTE

---

Tornar o atendimento ao cliente uma experiência positiva depende de alguns fatores. Além das questões tradicionais, como atenção às necessidades do consumidor e agilidade no retorno e informações precisas para sanar as dúvidas, a tecnologia é um diferencial. Ela garante maior controle sobre o histórico de atendimentos e é essencial especialmente na rotina de empresas que buscam agilizar processos sem abrir mão da qualidade das entregas.

Neste e-book listamos aqui 5 dicas para usar a tecnologia para criar uma experiência positiva ao cliente. Confira!

## 01 Padronize processos para ganhar velocidade

Faça um levantamento da rotina de trabalho da sua equipe de atendimento. Crie uma espécie de roteiro para entender que tipo de serviço sua equipe presta – é o que chamamos de catálogo de serviços. Assim, será mais fácil identificar gargalos e padronizar estes processos dentro do seu sistema de atendimento.

Considere o desenvolvimento desse catálogo a base de trabalho para a implantação ou melhoria do seu Centro de Serviços Compartilhados e, conseqüentemente, do seu atendimento. Com um catálogo de serviços bem estruturado, a rotina de atendimento das mais diversas áreas da empresa serão padronizadas e passarão a ocorrer dentro da sua plataforma de gestão de processos.

Esta ação irá representar mais controle no processo de atendimento, com informações bem monitoradas para a aplicação da melhoria contínua do atendimento. É nele que vão constar,

por exemplo, a rotina do atendimento do RH e de que forma ocorre o processo.

Um catálogo de serviços aplicado à sua plataforma de atendimento também garantirá a gestão do conhecimento da empresa. Processos de atendimento bem mapeados podem ser executados por mais de um profissional, o que evita a situação de que o cliente só é atendido quando o responsável por sua conta está na empresa. A criação e gerenciamento de KPIs, indicadores de performance, tão fundamentais para melhorar o atendimento e experiência do cliente, também é facilitada após o mapeamento.

## 02

### Use a automação a seu favor

Com o levantamento da rotina da operação de atendimento, você identificará pontos de melhoria que proporcionarão uma melhor experiência ao cliente. Automatize tarefas e partes do processo com o apoio da sua plataforma de atendimento. Assim, sua equipe ganha em agilidade.

Por exemplo: na plataforma Ellevo, boa parte do processo de atendimento é automatizado. Quando entra em contato, o cliente interno ou externo escolhe o tipo de atendimento que precisa e é direcionado ao profissional mais indicado para resolver a situação. Este processo dá mais agilidade à rotina.

Outro fator determinante para a boa experiência do cliente é que a automação proporciona atendimento 24 horas por dia, sete dias por semana. Atualmente, 80% de demandas de setores como o help desk, por exemplo, são questões simples que podem ser resolvidas via automação.

Através de chatbos de atendimento, o próprio consumidor vai escolhendo os comandos para ter sua necessidade resolvida. Demandas simples como impressão de boletos, redefinição de senha, acompanhamento do pedido, segunda via de fatura e outras questões podem ser resolvidas dessa forma, sem espera ao telefone e sem limitação de horário.

## 03

### Desenvolva e gerencie SLAs

Um Acordo de Nível de Serviço (SLA) estabelece algumas regras para o atendimento, como prazo para retorno e datas de entregas de um projeto/produto/serviço. Com uma solução para gestão de atendimentos a sua empresa passa a monitorar estes SLAs automaticamente, extraíndo dados confiáveis e atualizados sobre as entregas da equipe.

Gerenciar os SLAs com tecnologia vai proporcionar o desenvolvimento da melhoria contínua, refletindo numa boa experiência do cliente e mais satisfação com as entregas.

Além de garantir transparência, o SLA ajuda o time a identificar possíveis desafios durante o andamento do projeto, refletindo em proatividade ao longo do trabalho e menos impacto negativo na experiência do cliente.

Apostar em soluções para gestão das atividades de um projeto ou da rotina do time vai permitir o acompanhamento transparente dos SLAs, a gestão de métricas e ações para um relacionamento de confiança com o consumidor. Não deixe de aliar esta prática com uma boa plataforma de gestão para extrair dela os dados e métricas que irão facilitar a tomada de decisão.



### Bonus

[Clique aqui](#) e confira um exemplo prático de automação de atendimentos da área da saúde.

Clientes internos da holding Unity, que gere, entre outras empresas, o Instituto do Câncer (ICB) e o Centro de Câncer de Brasília (Cettro), agora contam com uma experiência de atendimento totalmente otimizada.





## 04

### Atenção ao omnichannel

Uma pesquisa da Manhattan Associates mostrou que 77% dos entrevistados esperam que suas compras se transformem em experiências de atendimento em qualquer canal de comunicação. Mais do que nunca, investir no omnichannel é essencial para criar boas experiências ao cliente.

Neste caso, a tecnologia é preponderante para unificar em uma única plataforma de gestão todos os pedidos que chegam via mensagens e ligações em diversos canais, como redes sociais, apps de mensagens, ligações. Um sistema como o da Ellevó, que foi criado com o objetivo de unificar, categorizar e gerenciar atividades e atendimentos, proporciona à gestão indicadores de satisfação dos clientes, identificação de demandas recorrentes, que podem ser automatizadas, e traz agilidade para os retornos ao consumidor.

Ter um atendimento multicanal também traz algumas vantagens à rotina da empresa:

- Visualização simplificada das demandas,
- Registro de ações e de profissionais envolvidos,
- Realização de relatórios para acompanhamento de metas.

## 05

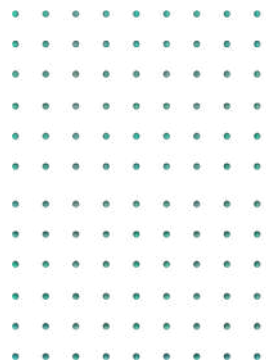
### Antecipe demandas

Através da tecnologia e da automação é possível verificar demandas recorrentes de atendimento e automatizá-las. Uma das grandes vantagens da automação de tarefas relacionadas ao atendimento ao cliente é a oportunidade de otimizar processos. Ao identificar tarefas recorrentes, a empresa poderá atuar com a previsibilidade de demandas, antecipando necessidades de seus clientes.

Comunicados do RH sanando algumas dúvidas relacionadas a benefícios ou enviando com antecedência a documentação para o imposto de renda dos profissionais são exemplos de antecipação de demandas para o cliente interno.

Em relação ao cliente externo, uma ação interessante é o envio de mensagens relacionados ao status da entrega de seus pedidos, a possibilidade de renovação automática de contratos, a melhoria de processos identificados nos gargalos de atendimento.

Todas estas cinco ações são fundamentais para a competitividade da sua empresa, além de apoiarem no processo de construção e melhoria de reputação de mercado. Não deixe de avaliá-las em seu dia a dia.

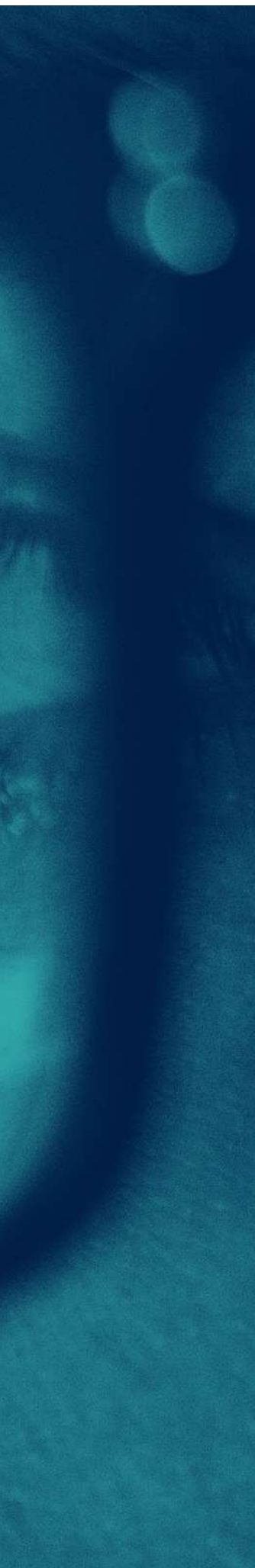
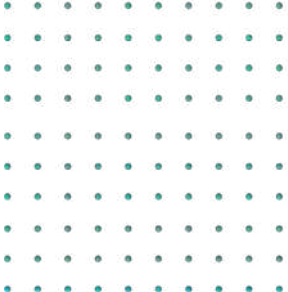


A close-up photograph of a human eye, looking slightly to the right. The image is heavily overlaid with a teal/cyan color, creating a monochromatic effect. The eye's iris and pupil are visible, though somewhat obscured by the color. The eyelashes are clearly defined. The overall texture is soft and slightly grainy.

# CONCLUSÃO

---

05



## Plataforma de atendimento: o apoio da Ellevo para a melhoria da experiência do cliente

Quando falamos em experiência do cliente é impossível não ligar o tema com tecnologia. O crescimento da transformação digital em todos os âmbitos da economia ter obrigado as empresas a adequarem processos e disponibilizarem novas ferramentas para garantir competitividade.

Você viu neste e-book que existem ações pontuais que podem ser colocadas em prática já. Mais do que isso, automatizar processos é a garantir de aumentar a produtividade dos times, o controle de processos e a melhoria contínua nos negócios.

Neste sentido, a plataforma Ellevo, solução brasileira pioneira para a gestão de atividades e centros de serviços compartilhados, surge como uma resolução completa na aplicação de serviços digitais. Grandes empresas de diversos segmentos já utilizam a plataforma para criar um relacionamento de confiança com seus clientes e ter em mãos informações mapeadas para a correta tomada de decisão.

Ajudamos empresas de todo o Brasil a criar percepções de valor com apoio tecnológico. E nossos especialistas estão à disposição para ajudar a sua empresa neste processo. Entre em contato conosco através do site [www.ellevo.com](http://www.ellevo.com) e saiba mais sobre as melhores práticas de inovação para garantir experiências valorosas ao seu cliente.

O CSC além de todas as vantagens citadas inicia um processo interno de Estruturação dos Dados de Negócios. A partir desta estruturação pode-se começar a pensar na criação de robôs que executam processos repetitivos reduzindo imensamente o custo e aumentando drasticamente a produtividade. Processos de pequeno valor mas de muita repetição e processos com grande valor agregado são os mais indicados para a robotização





ELLEVO

comercial@ellevo.com  
0800.002.9210

**Florida - EUA**

806 Verona Street Suite 1 - 34 741  
Kissimmee

+1 78 6460-8851

**São Paulo**

Av. Paulista 1636 - conj. 1302 -  
CEP: 01310-200  
São Paulo

+55 (11) 4861 3570

**Santa Catarina**

Rua Dr. Léo de Carvalho 74 -  
conj. 2003 - CEP: 89036-239  
Blumenau

+55 (47) 3035 8630

ELLEVO.COM