



Atendimento ao cliente por meio de *Contact Center*.

.....
quais as vantagens e desafios

voxline

Sumário

Introdução	3
Definindo <i>Contact Center</i>	4
Para quem é indicado	6
Vantagens de um <i>Contact Center</i>	8
Desafios do <i>Contact Center</i>	10
Escolhendo uma solução	12
Sobre o Voxline	13
Conclusão	16

Introdução



A expectativa do cliente em relação ao atendimento recebido das empresas tem crescido, especialmente por conta do surgimento e da expansão de novas **tecnologias de comunicação**.

Graças a isso, a interação se tornou possível por diferentes canais, o que também contribuiu para um **contato mais rápido e eficiente**. Consequentemente, o público passou a demandar um serviço de atendimento mais dinâmico, o que vem pesando na confiança e na relação com a empresa.

O relatório [State of global customer service report 2018](#), da Microsoft, realizado com **5 mil pessoas** — incluindo participantes do Brasil —, apontou que 95% dos entrevistados consideraram que o atendimento ao cliente têm algum nível de importância para a escolha e lealdade a uma marca.

Desse número, apenas 37% indicaram o atendimento como “pouco importante”, enquanto para 58% ele é “muito importante”.

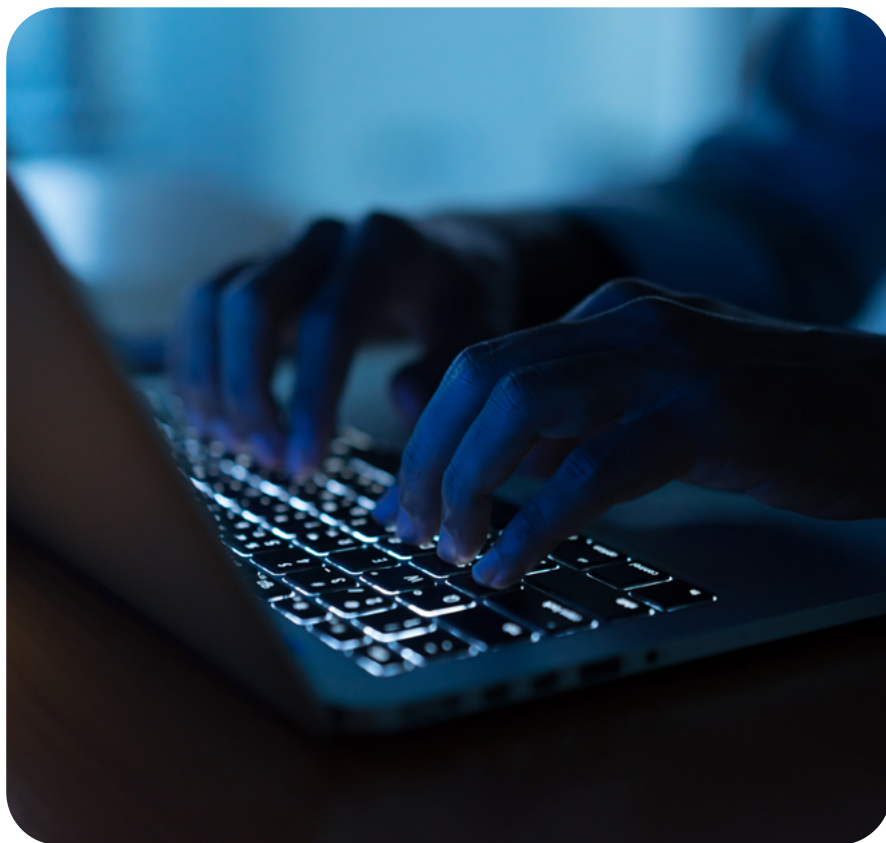
No Brasil, essa última parcela chegou a **85%** contra **14%** dos que consideraram de pouca importância. Além disso, do número total de participantes, **61%** responderam que já **pararam de realizar negócios com uma marca** por conta de uma **experiência negativa** com o seu atendimento ao cliente.

Com base nesses números fica evidente a necessidade de investir na melhoria constante desse setor. Nesse caso, a tecnologia tem um papel de destaque, especialmente na montagem de um centro de atendimento especializado para o consumidor, como o **Contact Center (Central de Contato)**.

Ele é capaz de automatizar tarefas e fornecer maior eficiência ao atendimento, mas é preciso agregar a ele soluções avançadas que contribuam para o seu bom desempenho.

Para saber mais sobre essa central de contato mais avançada, **continue lendo este e-book** e veja o que preparamos!

Definindo *Contact Center*



O *Contact Center* é, na verdade, uma evolução do modelo tradicional de **Call Center (Central de Atendimento)**, no qual convencionalmente é baseado o **Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC)**. Aliás, a Central de Contato pode ser vista como um efeito da transformação digital pela qual o mercado tem passado.

O que antes era centrado em chamadas telefônicas passa a incorporar sistemas de atendimento digital, especialmente os ligados à Internet e às novas tecnologias, como **chat online, e-mail e redes sociais**.

Também entram em seu escopo o uso de **SMS, aplicativos de mensagens e sistemas de chamadas, inteligência artificial**. Basicamente, programas e recursos de mídias virtuais são usados com maior frequência, além de haver maior automatização entre eles.

Esses canais podem ser interconectados, gerando dados e atendimentos mais eficientes. Inclusive, é possível padronizar comandos e a rede de informações, obtendo dados dos consumidores que podem ser usados em interações futuras.

Logo, o foco passa a ser o relacionamento com o cliente em vez de apenas atendê-lo, principalmente agora que a tendência é que cada vez mais consumidores fiquem conectados à WEB. Em **2019**, havia **134 milhões de brasileiros** com acesso à Internet.

Outro ponto a destacar é que o banco de dados, o histórico de cada cliente e a tecnologia do Contact Center permitem estabelecer e monitorar **indicadores** com maior precisão, além de possibilitarem que sejam aplicados a diferentes canais. O resultado é um aumento na quantidade de dados disponíveis que ajudam a otimizar o setor de atendimento.

Por exemplo, o **First Contact Resolution (Resolução no Primeiro Contato)**, também chamado de **First Call Resolution**. Abreviado para **FCR**, essa métrica aponta a **taxa de solução de problemas no primeiro contato do cliente** com o atendimento da organização, permitindo saber se ela tem preparação técnica adequada.

Em um *Contact Center*, o FCR não só é usado em ligações iniciais, como é possível medi-lo nos diferentes canais de interação. Dessa forma, será possível fazer uma **comparação entre os resultados obtidos** para saber em quais meios a taxa é maior e em quais é menor, possibilitando o desenvolvimento de ações para aprimorar as interações iniciais nos canais de menor desempenho. Ou, ainda, priorizar o atendimento nos que têm índices melhores.



Para quem é indicado



O *Contact Center* é indicado para empresas que desejam modernizar o atendimento oferecido aos seus clientes.

No entanto, é preciso realizar algumas análises da sua **estrutura de funcionamento** e do seu **perfil de consumidor**. Adiante, veja alguns pontos a considerar com base nesses elementos.

Diferentes categorias de clientes

A central de atendimento pode ser útil para as organizações que atuam no mercado **Business-to-business (B2B)** e atendem a um grupo muito variado de outras empresas, como lojistas, e precisam diferenciar o seu atendimento conforme sua **classificação interna**. Por exemplo, quando há um grupo convencional e outro de clientes vip com atendimento diferenciado.

Nesse caso, os meios de comunicação mais **ágeis e eficientes** podem ser priorizados para essa parcela do público. Lembrando que é possível adotar soluções que sejam aplicadas em todas as camadas de relacionamento com distintos públicos.

Expansão do negócio

O crescimento da empresa tende a demandar mais da equipe de atendimento, especialmente quando essa ampliação é com base no **aumento significativo de clientes**. Caso nada seja feito, pode haver dificuldade de suprir a demanda e manter a agilidade e a qualidade dos atendimentos, tornando isso um gargalo para o negócio. Nesse caso, a adoção de ferramentas de contato mais **ágeis** permite que os atendentes consigam ter maior desempenho, colaborando para a satisfação do público que será atendido.

Possibilidade de terceirização

É possível **terceirizar o atendimento** para uma empresa que forneça um bom serviço de *Contact Center* e assegurar um resultado positivo nessa área. Para tomar uma decisão acertada é preciso avaliar se a empresa tem condições de dar o retorno desejado pelo público no menor tempo, dentro do horário de funcionamento dos canais de contato.

Em alguns empreendimentos é necessário manter uma comunicação **24 horas** por dia, **sete dias** por semana, o que demanda **diferentes turnos de equipes**. Em situações como essa, a terceirização tende a ser uma opção caso não seja possível adaptar o negócio para um trabalho ininterrupto.

Otimização do sistema de atendimento

Se você deseja que seus clientes tenham suas solicitações atendidas com a **quantidade mínima possível de contato**, com suas demandas respondidas em um **prazo menor** e com **menos burocracia**, o *Contact Center* é uma alternativa indicada. O mesmo vale se deseja oferecer um **serviço personalizado** para diferentes categorias de clientes.

A terceirização desse atendimento também tende a ser interessante para obter uma equipe maior para oferecer um atendimento melhor e mais ágil aos seus clientes, especialmente se precisar de uma 24 horas por dia. Inclusive, oferecendo um **suporte técnico e capacitado** (suporte com pessoa ou não/autosserviço).

Diferentes unidades ou filiais

As **empresas com várias unidades** e que estão se expandindo rapidamente podem se beneficiar bastante com a Central de Contato. Nesses casos, nos modelos convencionais de contato, há maiores riscos de a equipe de atendimento ficar sobrecarregada.

Adotar uma estrutura mais digital é capaz de **desafogar o trabalho** e possibilitar uma melhora no serviço, obtendo maior satisfação por parte do público. Vale destacar que a informação obtida pelas filiais pode ser **combinada** e **organizada** de **maneira estratégica** a fim de beneficiar todo o grupo.

Perfil do cliente

O perfil do cliente, ou melhor, a persona do negócio precisa ser considerada na hora de migrar para o novo modelo de contato. Mesmo que não haja crescimento em seu público, é preciso avaliar os **comportamentos** e **desejos** dele.

Por exemplo, se ele é composto de perfis que utilizam preferencialmente **canais digitais**, então o *Contact Center* não só é um diferencial, como também essencial em sua empresa. Em suma, as características da persona do negócio delimitarão o **melhor modelo de atendimento** a ser oferecido a ela.

Estrutura possível

Também é preciso considerar se há uma estrutura não só **física**, como **tecnológica** para dar conta da migração para o modelo de Central de Contato. Mesmo que a empresa tenha uma equipe capacitada, é necessário avaliar **se há condições** (inclusive **financeiras**) e viabilidade para a mudança.

Vantagens de um *Contact Center*

Durante os tópicos anteriores foi possível acompanhar indiretamente algumas vantagens do *Contact Center*, porém neste tópico isso será visto de maneira mais direta. A seguir, confira alguns **benefícios** desse modelo de atendimento ao cliente!

Diminuição do tempo e da burocracia de um atendimento

Um contato telefônico pode demorar bem mais do que uma troca de mensagens, especialmente pelo tempo de espera até que a pessoa seja atendida. Muitas vezes, trata-se de uma **dúvida simples** que poderia ser sanada em questão de minutos ou até segundos, só que, no modelo convencional, acaba desgastando o cliente.

Também é possível melhorar a satisfação de quem, no modelo tradicional, teria de passar por um **processo burocrático**, tendo de selecionar diferentes opções no menu de atendimento até conseguir falar com o atendente. Ou, ainda, sendo redirecionado continuamente por diferentes atendentes até conseguir alguém que o ajude.

No caso do contato via e-mail, por exemplo, ela receberá a **resposta diretamente** de quem pode ajudá-la. Um chatbot poderá passar a informação precisa para a pessoa sem que ela precise aguardar um contato com um atendente, principalmente se for algo simples.

Redução de custos

Alguns processos poderão ter custos reduzidos devido à automatização de mensagens e respostas. Por exemplo, ao adotar chatbots em algumas interações ou programar informativos a clientes inadimplentes ou contendo ofertas.

Ainda há a possibilidade de montar um **Contact Center em nuvem**, o que reduz custos e confere maior escalabilidade ao negócio. O cliente também pode se beneficiar com os canais de atendimento digitais, pois eles tendem a ser menos custosos (e até gratuitos) do que ligações telefônicas que, inclusive, podem servir de obstáculo ao contato.

Obtenção de dados úteis a outros setores

Obter dados digitais nas interações permite o desenvolvimento de estratégias de marketing, de venda ou de finanças mais eficientes na hora de abordar os clientes atendidos. Além disso, a possibilidade de manter **históricos de contato** facilita o trabalho de pessoas de diferentes departamentos envolvidas no atendimento a um único cliente.

Afinal, basta voltar um pouco para consultar o que **foi tratado entre ambas as partes**, evitando que o consumidor precise passar pela chateação de ter de explicar um problema novamente, inclusive, repetidas vezes.

Otimização dos processos e profissionalização no atendimento

O uso de canais digitais e automatizações é capaz de otimizar processos de comunicação, gerando benefícios para a empresa e para o público. Esse, por sua vez, tende a enxergar o atendimento da empresa como mais profissional e eficiente, além de ter a sua disposição **diferentes meios de interação** para a sua escolha.



Desafios do *Contact Center*

A adoção de uma Central de Contato eficiente também tem seus desafios, como os listados adiante. Confira.

Adequação à LGPD

A [Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais \(LGPD\)](#) trouxe desafios e uma necessidade de mudança nas empresas que contam com processos tecnológicos para se adaptarem às novas regras. Por exemplo, a obtenção de autorização prévia ou consentimento no uso dos dados do consumidor.

Sendo assim, o setor de Contact Center do negócio precisa ser estruturado já com base nessa lei para que não tenha problemas jurídicos e transmita maior **segurança** para os seus clientes em relação ao **trato de seus dados pessoais**.

Adaptação aos desafios do *home office*

O uso de um **Cloud Contact Center** ajuda a superar muitos dos desafios do trabalho remoto. Uma solução do tipo conta com diferentes funcionalidades que podem ser úteis nesse caso, como

gravação, videoconferência, transferência sincronizada de voz e dados etc. Também permite a **gestão e o monitoramento** de processos relacionados às atividades dos profissionais do setor.

No entanto, não basta só contar com um sistema cujos recursos podem ser usados no home office. É preciso **adaptar** a forma de trabalhar para esse novo ambiente, de modo que as funcionalidades possam ser melhor aproveitadas.

Para tanto, é importante que os colaboradores recebam treinamento para manusearem bem as ferramentas de Contact Center quanto para lidarem com elas no novo **cenário de trabalho**.

No caso de contratar uma prestadora de serviços de Central de Contato, é importante que ela **mantenha equipes especializadas e bem treinadas** para fornecerem um bom atendimento a partir do trabalho remoto.



Falta de personalização em alguns *Contact Centers*

É preciso cuidado ao adquirir soluções tecnológicas para montar um setor de *Contact Center* na empresa, pois elas podem não oferecer uma boa customização para as atividades da organização. Isso dificultará não só **adaptar sistemas de comunicação** para o negócio, como também o serviço oferecido ao cliente.

Integração entre sistemas

Outro desafio é **integrar diferentes sistemas de comunicação**, a fim de que seus dados possam ser analisados em conjunto. Isso é importante porque é comum que cada sistema tenha seu próprio banco de dados.

Ao ter vários deles, pode ser difícil **manter um registro principal das informações do cliente**, o que dificulta o atendimento quando é necessário consultar esses bancos de dados para passar informações a um cliente ou melhor atendê-lo. Consequentemente, essa interação acabará não sendo tão eficiente, além de demorar mais do que ocorreria se os sistemas fossem integrados.

Para solucionar esse tipo de problema é fundamental adotar sistemas compatíveis entre si ou uma solução mais completa que consiga unir programas e bancos de dados de aplicativos ou programas de comunicação distintos.

Burocratização de processos

O uso de múltiplos sistemas de comunicação, com seus próprios bancos de dados, gera problemas também para a **simplificação dos contatos entre atendentes e consumidores**. É preciso cuidado para não dificultar o acesso a dados em diferentes meios, bem como a comunicação do consumidor.

O recomendado é que a maioria dos processos, senão todos, possam ser tratados por meio de diferentes canais, não restringindo determinados itens ou clientes a apenas alguns meios.

Não significa que se deva evitar a priorização de alguns meios para clientes vips e outras categorias, mas sim que é importante **evitar restringir demais** as formas de contato dos consumidores em geral. Caso contrário, boa parte deles pode acabar não percebendo valor real nos canais disponibilizados.



Escolhendo uma solução



Para reforçar a importância da escolha de uma solução eficiente ou de uma terceirizada que forneça o serviço de Contact Center, separamos uma lista de qualidades e recursos que precisam ser observados. São eles:

- # ampla **capacidade de personalização** para atendimento dos diferentes tipos de clientes da empresa. A própria equipe de atendimento precisa dar conta dessa necessidade, o que é um ponto positivo a mais para a terceirizada que consegue prover isso;
- # ser capaz de fornecer **indicadores** para a mensuração do atendimento ao público;
- # contar com **integração a diferentes sistemas**, programas de contato e redes sociais, especialmente aplicativos muito usados no mercado. Por exemplo, WhatsApp, Messenger, Telegram etc.
- # **digitalização** e automação de processos de respostas rápidas;
- # adequação e suporte à **LGPD**;



- # ter boa **escalabilidade** para fornecer um atendimento de qualidade à medida que a empresa cresce;
- # possibilitar o atendimento na empresa e fora dela, via **home office**;
- # prestar um suporte eficiente para a sua empresa — no caso da prestadora de serviço de *Contact Center*. Aliás, o **Voxline** é uma. Saiba mais sobre isso no próximo tópico.

Sobre o Voxline

O Voxline é uma empresa com ampla expertise e autoridade no fornecimento de soluções voltadas para Contact Center.

Em **2009 e 2019**, fomos eleitos **Contact Center** da década pelo Grupo Padrão Relacionamentos que Geram Resultados e pela Revista Consumidor Moderno. Em outras palavras, são duas décadas sendo representadas pelo certificador do Grupo Padrão!

Atendemos empresas que desejam aprimorar o atendimento oferecido aos seus clientes, empregando ferramentas tecnológicas modernas e colocando à disposição uma equipe treinada para assumir responsabilidades de relacionamento do negócio. Poucas empresas conseguem disponibilizar atendentes capazes de **responder perguntas técnicas com propriedade**, o que é um diferencial de nosso serviço.

Outro ponto de destaque do Voxline é fornecer um serviço que pode ser **personalizado para o público-alvo da sua empresa**. Por exemplo, ao manter o padrão de atendimento diferenciado para distintas faixas de consumidores, incluindo **clientes vip**. Isso enquanto buscamos manter o nível de informação que a sua equipe interna necessita para indicadores e para estratégias de marketing, de vendas, de fidelização etc.

Veja mais sobre nossas soluções!



Business Process Outsourcing (BPO)

Por meio de nossa solução de **Business Process Outsourcing (BPO)**, ou **Terceirização de Processos de Negócio**, contemplamos canais, serviços e inteligência. Dessa forma, conseguimos otimizar de modo gradativo tanto a produtividade dos times quanto das atividades realizadas. Isso, ao longo do tempo, tende a reduzir custos e melhorar processos do negócio, especialmente da área de atendimento.

Healthcare (cuidados da saúde)

A Voxline também atua no mercado de **Healthcare**. Por meio de nossa unidade de negócios especializada em atendimento na área de saúde para medicina preventiva e curativa, o **UP Life e Care**, realizamos o atendimento dos maiores programas de relacionamento:

- # da indústria farmacêutica do Brasil;
- # da indústria farmacêutica da América Latina;
- # dos líderes mundiais em saúde animal.

Além disso, oferecemos cuidados a pacientes para **promoção da saúde, diagnóstico precoce e acesso e engajamento no tratamento**, de forma a agregar mais valor à vida deles e a de **cuidadores**. De maneira geral, nossas soluções em healthcare incluem:

- # apoio do **diagnóstico precoce** para doenças **raras** ou **genéticas**;
- # programas de **importação de medicamentos**. Para tanto, contamos com a parceria de **distribuidoras**;
- # gerenciamento em **farmacovigilância de nível I e II**;
- # gestão de **doentes crônicos**, com o apoio e a atuação de uma equipe **multidisciplinar**;
- # atendimento para fornecer informações médicas com base em uma **biblioteca científica**;
- # apoio de uma rede de provedores para **infusões, exames e home care (cuidados em casa)**;
- # **fulfilment** (atendimento de pedidos) e **logística reversa** para exames, medicamentos e materiais;
- # programas voltados ao acesso e à adesão ao **tratamento**;

- # **treinamento** para equipes e profissionais da área de saúde;
- # realização de eventos para o **lançamento de novos programas e produtos**;
- # **recompra, televendas e representante virtual**.

Help Desk e Suporte Técnico

Além do uso de novas tecnologias, o Voxline tem expertise no **desenho, mapeamento e aplicação** de processos customizados para as empresas, o que contribui, por exemplo, para manter consistentes nossos índices de resolução na primeira chamada (**FCR**).

Aliás, sistemas integrados de controle e equipes técnicas especializadas conseguem altos índices de FCR e asseguram a satisfação de usuários. Para contribuir para esse resultado, o nosso TI gere um **ambiente tecnológico multimídia** que engloba diferentes tecnologias e processos, como:



- # DAC IP (Avaya e Nortel);
- # Unidade de Resposta Audível (URA — Intervoice) inteligente; geoprocessamento;
- # gravação (Nicelog — 100%, tela, monitoria e on demand);
- # integração CTI;
- # **desenvolvimento de softwares próprios** para cada tipo de atividade.

Graças ao que há de mais moderno em infraestrutura, nossos clientes conseguem ter uma boa amplitude de escolha sobre como desejam interagir com a suas organizações.



SAC 4.0 e a maior operação de Delivery do Brasil

Oferecemos um serviço de **comunicação omnichannel**, com canais complementares ao atendimento ao consumidor. Ainda fornecemos um monitoramento mais acertado e dinâmico de reclamações, trocas e devoluções, processos de vendas etc.

Graças a esses fatores, agregamos soluções do chamado **SAC 4.0** às nossas empresas clientes, a fim de entregar uma experiência otimizada para seus consumidores finais.

O Voxline também opera o maior sistema de **delivery nacional** para grandes redes de negócios do segmento alimentício. Dessa forma, recebemos, distribuímos e controlamos mais de **10 milhões de pedidos anualmente**, os quais são provenientes de todo o país — incluindo o SAC.

Essas operações funcionam com atendimento omnichannel, o qual, por sua vez, inclui a **virtualização de atendimento** por intermédio de **chatbots** e **Unidades de Resposta Audível inteligentes e cognitivas**. Essas tecnologias são complementadas por sistemas avançados de **logística, geoprocessamento e tracking (rastreamento)**.

Conclusão



Otimizar o serviço de contato com o público do seu negócio é fundamental para a sobrevivência dele no mercado, especialmente em um momento em que os consumidores estão mais criteriosos com relação ao atendimento recebido.

De acordo com o relatório **State of global customer service report 2018**, quando perguntados se os participantes tinham expectativas mais altas sobre o atendimento ao cliente em relação a um ano antes, **59% responderam afirmativamente**. No Brasil, o índice foi de **82%**.

Demora em responder, falta de informações durante o contato, transferência constante do cliente para outros atendentes, entre outros problemas comuns na área de atendimento reduzem a satisfação do público e levam à perda de clientes. Para evitar isso, é fundamental **adotar soluções e uma estratégia de Contact Center que consiga dar conta das principais demandas** de clientes cada vez mais interconectados e exigentes.

Nesse sentido, a solução de *Contact Center* do Voxline é a melhor opção. Isso porque ela busca não só oferecer soluções ligadas às principais ferramentas de contato do mercado, como coloca a disposição da empresa uma equipe completa para atendimento.

Além disso, oferece soluções complementares, como um **sistema de geoprocessamento**. Essa tecnologia é capaz de mapear uma localidade para a empresa, podendo contribuir na agilidade de seu processo de atendimento ao prover informações sobre essa região. Por exemplo, no caso de uma empresa de telefonia, se ela oferece serviços ou mantém linhas telefônicas no local.

Em suma, o Voxline é uma organização que fornece serviços de atendimento digital especializado e personalizável, contando com instrumentos específicos e funcionais para desenvolver processos de *Contact Center* em seu negócio de **maneira inteligente**.

voxline



voxline.com.br