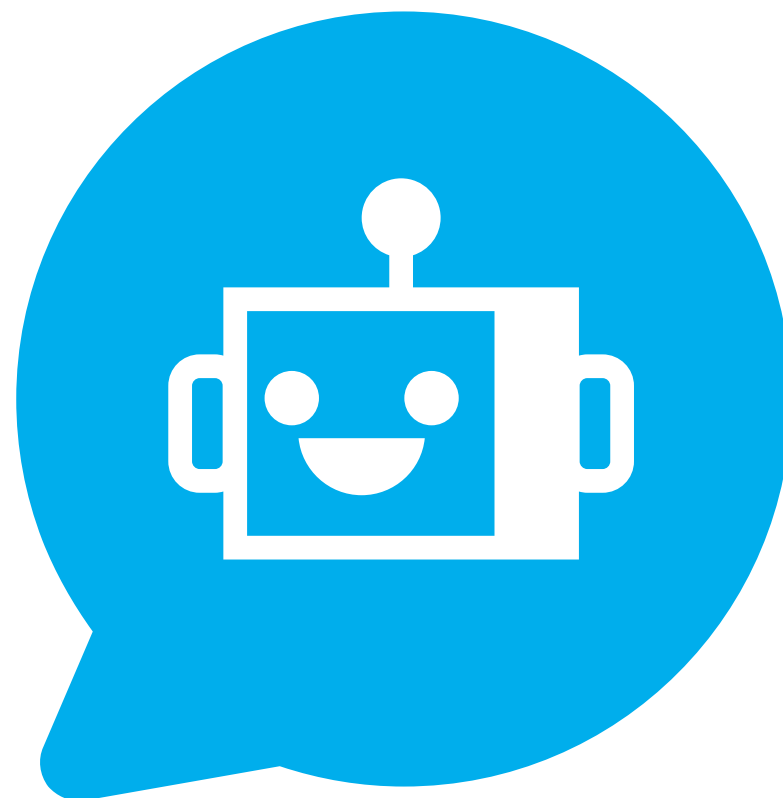


Como saber se
CHATBOT
é estratégico para a
minha marca



Apresentação

As mídias sociais transformaram a dinâmica de interação entre marca e consumidor. O sistema de atendimento, que costumava ser centralizado, agora é ampliado - resolvendo ocorrências em diversos canais, atendendo a demandas que chegam a qualquer hora e por meio de diversas linguagens. A resolução dessa equação, considerando esses e outros fatores, é um problema para a organização de qualquer equipe de atendimento - especialmente as mais requisitadas, que tendem a ficar congestionadas.

Para atender melhor o novo consumidor, cada vez mais conectado e exigente, a tecnologia ganha

mais e mais espaço no mercado - como o atendimento via chatbot. O termo bot vem do substantivo robot (robô, em inglês) e, neste caso, refere-se a um software de respostas automáticas para a solução de dúvidas do consumidor. Por meio desse software, é possível otimizar as rotinas e reduzir os custos de operação em atendimento, mantendo a excelência do serviço prestado e a satisfação do cliente. Mas como saber se um chatbot é uma boa estratégia para a sua marca? Neste guia, confira as vantagens de contar com a tecnologia no atendimento e veja como ela pode contribuir para a sua marca! **Boa leitura.**

A collection of 12 circular profile pictures of diverse people, interspersed with various emojis (heart, laughing, surprised, sad, thumbs up, etc.) on a white background. The people are arranged in a loose circular pattern, with some overlapping. The emojis are placed around the people, adding a playful and expressive touch to the composition.

Monitore seus chamados

Todos os atendimentos são únicos, sejam eles humanos ou automatizados. A satisfação do cliente aumenta exponencialmente quando ele se sente valorizado, ouvido, respeitado e reconhecido pelas organizações. Portanto, o objetivo de todo atendimento é corresponder às necessidades de seu consumidor. A partir disso, o monitoramento se torna fator-chave para qualificar o atendimento.

Quando falamos de chatbot, é fundamental que a empresa se certifique de que a dúvida foi sanada pelo assistente digital. Para isso, o HiBot gera

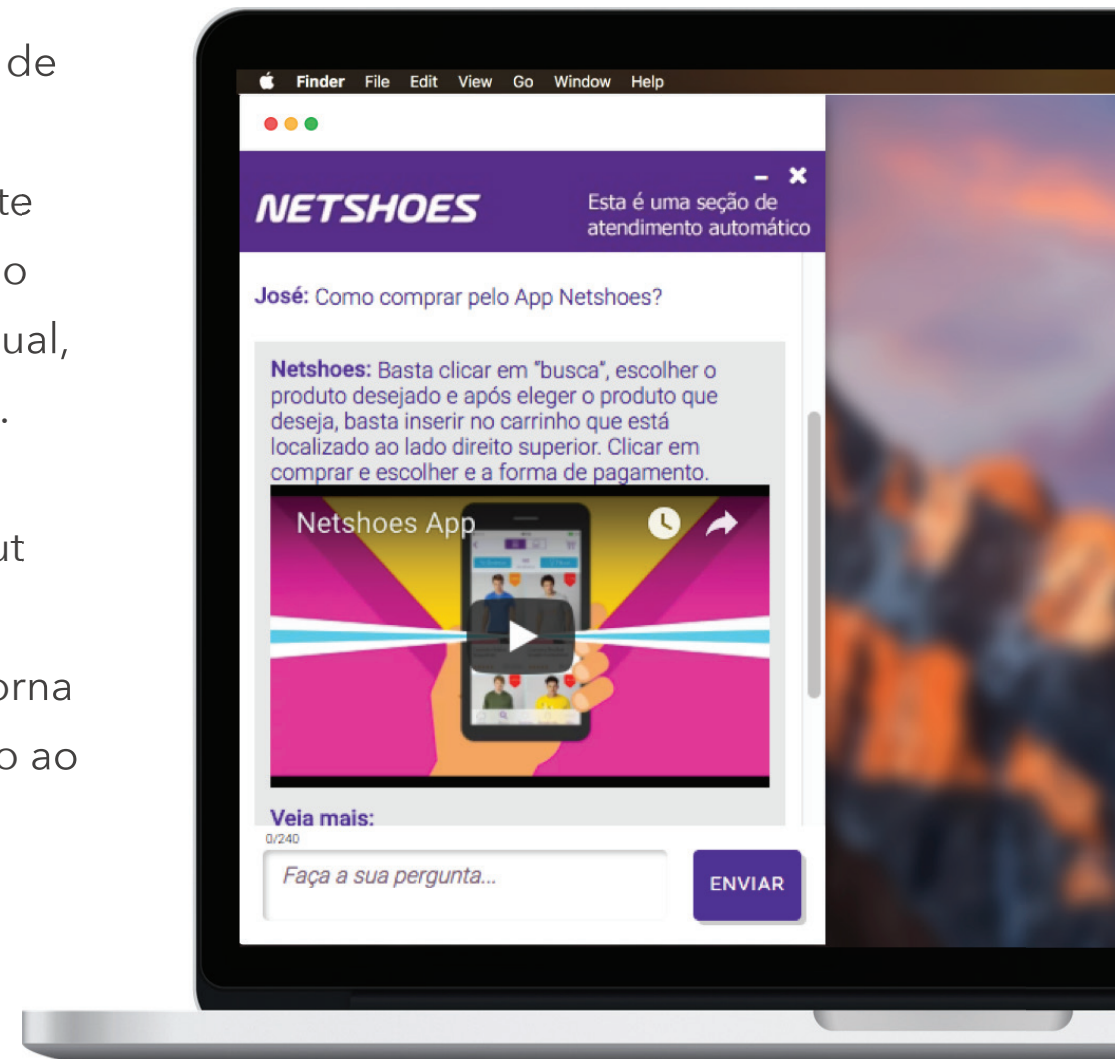
relatórios que contemplam, além da satisfação do cliente, a capacidade de acertos do serviço e o número de perguntas que ficaram sem resposta.

A tecnologia de chatbot da Hi Platform utiliza como principal indicador o aumento de retenção. Ou seja, quantifica-se a porcentagem da base de consumidores que, no pós-atendimento, declara-se satisfeita e permanece utilizando os serviços da marca.

Personalize seu atendimento

Por meio do conhecimento adquirido sobre a base de clientes, é possível - e necessário - readequar o atendimento, transformando-o, ativamente, em parte de seu negócio. O consumidor fica mais satisfeito ao encontrar um ambiente de linguagem acessível, visual, impactante e que reflete a personalidade da marca.

No HiBot, é possível alterar a configuração do layout por meio da própria interface da plataforma. Ao adequar o chatbot ao público da empresa, ele se torna convergente com as demais formas de atendimento ao cliente. Afinal, a unidade entre os sistemas é fundamental para aumentar o nível de satisfação e compreensão dos serviços.



Aposte na complexidade

As dúvidas geradas por um produto ou serviço são, geralmente, técnicas e visuais. Proporcionar ao cliente, então, uma alternativa de visualização para seu problema agiliza a sua compreensão - e tempo é um dos fatores determinantes no sucesso de um atendimento.

Um serviço de chatbot inteligente deve, portanto, oferecer respostas mais completas do que um simples texto. O uso de anexos, como links externos, imagens e gráficos - oferecido pelo HiBot - é uma solução para este caso, mantendo a automação e a velocidade.



Esteja aberto a mudanças

Mesmo com o avanço da tecnologia e os constantes investimentos em inteligência artificial, o homem ainda não produziu uma máquina tão competente quanto o cérebro humano. As dúvidas produzidas pelos homens podem, portanto, atingir as limitações entre o diálogo homem-máquina. O que fazer, então, quando um atendimento automático não produz o resultado esperado?

É fundamental a flexibilização entre os serviços de chatbot e o atendimento realizado por operadores humanos. A solução da Hi Platform transforma esta dinâmica em algo simples e rotineiro, mantendo o

foco no aumento de retenção. Por meio do HiBot, é possível acionar a central de atendimentos sempre que um chamado não for solucionado pela máquina. O histórico de dados da conversa preliminar é, então, enviado ao atendente humano, privilegiando a objetividade do serviço.

Para finalizar, destacamos que uma plataforma moderna e completa como a da Hi Platform auxilia durante toda a jornada social do cliente. Automatizar respostas de complexidades diferentes, obter uma melhora constante no

relacionamento com o consumidor e integrar todos os níveis de atendimento oferecidos pela marca são apenas algumas das vantagens de investir nesta tecnologia. Afinal, o SAC é indispensável em qualquer empresa e está diretamente conectado à conquista e à fidelização dos clientes.

E agora você tem mais elementos para refletir sobre o acerto de investir em tecnologia de atendimento, como o HiBot. Nosso objetivo é ajudar a sua marca a estar sempre a postos para prestar o melhor atendimento possível ao seu cliente, seja ele da base ou um recém-chegado, e

aumentar as chances de realizar boas transações e vender mais.

Ficou com dúvidas? Fale conosco e saiba mais sobre tudo o que a Hi Platform pode fazer pelo seu negócio.

Entre em contato

Realização e publicação

Hi Platform

Coordenação

Marketing Hi Platform

Planejamento e Produção Editorial

Doxxa Conteúdo e Relacionamento

www.doxxa.com.br

