

SIMGOCELL

Boas práticas de atendimento: Como encantar o cliente moderno?



Introdução

Você já parou para pensar em como as coisas serão em 20 anos? Eu já. Será que os cientistas encontrarão a cura para o câncer? Carros voadores serão, finalmente, uma realidade? Alguém comprovará que existe vida inteligente em outros planetas? Difícil saber, não é? Com a tecnologia avançando cada vez mais rápido, o futuro torna-se realmente imprevisível.

No entanto, não precisamos esperar 20 anos para saber que o futuro já chegou. Tudo bem que não temos carros voadores circulando por aí, como seus avós costumavam prever, mas já temos veículos autônomos, sabia? Pois é. Em 2017, a fabricante de automóveis Ford e a rede de pizzas Domino's começaram a testar carros autônomos na entrega de pizzas em Ann Arbor, nos Estados Unidos.

A pizza é colocada em um suporte no banco de trás do carro e o cliente precisa digitar uma senha para retirar o pedido. Além disso, também é possível acompanhar o trajeto do veículo através de um aplicativo. Simplesmente incrível!

E não é só a Ford que está apostando nesse novo modelo de automóvel. A Toyota também apresentou, no início deste ano, um veículo bastante curioso: o e-Palette. Segundo a fabricante, o carro autônomo poderá servir como loja móvel, serviço de entregas ou até de caronas.



Marcas como Pizza Hut, Amazon e Uber já são parcerias confirmadas pela Toyota. A ideia é que os e-Palettes entrem em operação em 2020, durante as próximas Olimpíadas, que acontecerão em Tóquio, no Japão. Isso é muito Black Mirror!



Afinal, o que isso tem a ver com atendimento?

Se você ficou impressionado com os carros autônomos, saiba que a tecnologia já transformou a maneira com que nos relacionamos com as pessoas. Por conta dos avanços tecnológicos, o cliente de hoje em dia é imediatista e multicanal. Isso significa que ele se relaciona com a empresa por diferentes meios, como Facebook, instagran e chat por exemplo, e preza por um atendimento cada vez mais rápido e eficiente.

Não há como lutar contra o futuro: é preciso se adaptar a ele. Em meio a um mercado tão competitivo, fazer o básico simplesmente não funciona mais. Foi-se o tempo em que fornecer apenas um número de telefone ou um endereço de e-mail era o suficiente para realizar um atendimento de qualidade. Hoje em dia, você precisa ter múltiplos canais de comunicação se quiser oferecer a melhor experiência ao seu cliente.

O que você encontrará neste e-book

Nosso e-book está repleto de dicas, que certamente irão te ajudar a melhorar o desempenho de sua empresa. Além disso, também listamos nesse material algumas tendências em atendimento e especulamos sobre o que o futuro nos reserva. Preparado(a)? Então, vamos lá!



A importância de um atendimento de qualidade

Segundo o estudo Global State of Multichannel Customer Service Report, elaborado anualmente pela Microsoft, 79% dos consumidores brasileiros já pararam de fazer negócios com uma empresa por conta de uma má experiência no atendimento.

A pesquisa - uma das mais completas sobre atendimento ao cliente multicanal -, foi realizada com quatro mil consumidores, de quatro países diferentes. Nela, é possível encontrar inúmeros dados sobre o comportamento do consumidor moderno, suas preferências e suas principais frustrações.

De acordo com o relatório, no Brasil, 85% dos clientes têm uma visão mais favorável de uma empresa que responde elogios, perguntas ou reclamações nas mídias sociais. Essa porcentagem é impressionante se compararmos a outros países presentes na pesquisa. Nos Estados Unidos, por exemplo, o número não passa de 50%.



Ainda, segundo o relatório, os brasileiros sentem-se mais frustrados com o atendimento:

- ▶ Quando não conseguem resolver seus problemas ou encontrar informações online para ajudá-los (32%);
- ▶ Quando precisam contatar a empresa várias vezes por conta do mesmo problema (24%);
- ▶ São transferidos para vários agentes (19%).

Como podemos observar, não importa se o produto/serviço é bom, se os preços praticados são acessíveis ou se o Instagram da empresa tem mais de 30 mil seguidores. Se não houver um atendimento de qualidade, o negócio estará fadado ao fracasso.





Para que isso não aconteça, é preciso descobrir as coisas que os clientes mais valorizam no atendimento de uma empresa e colocá-las em prática diariamente. Por mais que nem todas as pessoas sejam iguais, existem alguns fatores comuns que influenciam a decisão de compra do consumidor e proporcionam uma vantagem competitiva para o negócio. Vamos explicar cada um deles no próximo capítulo.

Atualmente, temos poucos profissionais que oferecem ao seu cliente um atendimento humanizado e ao mesmo tempo objetivo. Aqui na Movidesk, para obter um atendimento marcante nós destruimos barreiras invisíveis e construímos um vínculo de amizade com nossos clientes. Eles são o foco da nossa rotina e precisam ser reconhecidos como tal”.

Tamara F. Tribess,
Atendimento ao Cliente na Movidesk

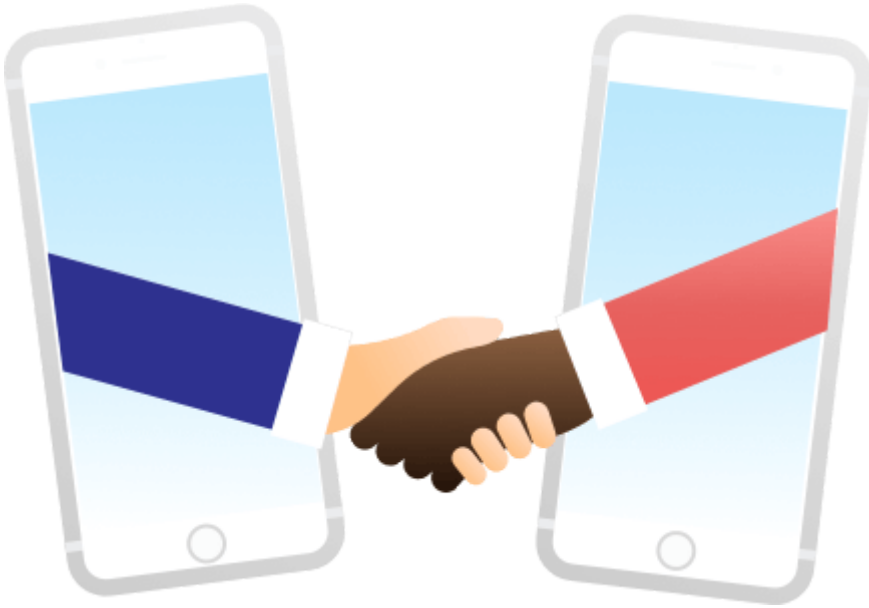
Boas práticas no atendimento ao cliente

Certamente não existe uma fórmula mágica para encantar clientes. No entanto, com o engajamento de toda a equipe, é possível oferecer um atendimento que corresponda às expectativas do consumidor.

Existem diversas práticas que podem ser aplicadas no dia a dia para melhorar as interações entre os agentes - responsáveis pelos atendimentos - e os clientes. Entre as mais importantes, estão a rapidez no atendimento, o comprometimento da equipe em cumprir com o prometido e a capacidade de fazer mais do que se espera da empresa.



Comprometimento



O comprometimento é algo super valorizado pelos clientes. Por isso, a prática requer responsabilidade e deve ser incorporada à cultura organizacional da empresa.

Você já deve ter visto o desabafo de algum cliente frustrado em sites, redes sociais ou outros canais de comunicação, não é? Pois é. Esse tipo de “publicidade” pode ser extremamente prejudicial e causar uma tremenda dor de cabeça.

Portanto, a regra é clara:

nada de prometer algo que sua empresa não pode cumprir.

Ir além do combinado

Imagine a seguinte situação: você comprou diversos produtos de beleza em uma loja online e seu pedido será entregue em 20 dias. Dez dias depois, você já está com as suas encomendas em mãos e, de quebra, ganhou um caderno personalizado. Certamente você irá falar bem dessa empresa para os seus amigos e familiares.

Quando as expectativas do cliente são ultrapassadas, fica muito mais fácil fidelizá-lo. Fazer mais do que o prometido é um grande diferencial competitivo, e encanta até mesmo os consumidores mais exigentes.





Atendimento ágil e eficaz

Esse provavelmente é um dos pilares mais importantes do bom atendimento. Imagine a seguinte situação: se você vai a um restaurante e o seu pedido demora muito mais do que o esperado para chegar e, ainda por cima, a sua comida está fria, dificilmente você retornará àquele local, não é mesmo?

Em um atendimento de qualquer segmento, a lógica é bem semelhante: ninguém gosta de esperar horas por um serviço malfeito. Por isso, garantir a rapidez é essencial para manter a qualidade e boa imagem de um negócio.

Quando os problemas dos clientes são resolvidos logo no primeiro contato ou quando eles conseguem realizar a contratação de um serviço sem interrupções, a empresa se beneficia de inúmeras formas. Dá só uma olhada:



Quando aposta em maneiras de garantir a rapidez no atendimento ao cliente, a equipe consegue atender mais clientes em menos tempo;

- ▶ Há diminuição nas filas de espera e o fluxo de chamados atendidos e solucionados aumenta;
- ▶ O cliente tem uma experiência positiva e fica mais propenso a indicar a empresa para amigos;
- ▶ A equação "menos tempo, mais qualidade e mais atendimentos" resulta em mais lucro.



Perceba que a importância da rapidez no atendimento está ligada à qualidade. Quando há aumento do número de clientes satisfeitos atendidos em um menor espaço de tempo, também há redução de custos e, conseqüentemente, crescimento do lucro.



Atenção às reclamações

Você já sabe que não há como agradar a todos o tempo inteiro, não é? Mas se a gente te contar que é possível minimizar os erros e evitar novos problemas apenas dando atenção às reclamações, você acreditaria?

Podemos tomar como exemplo um case de uma das startups mais queridas pelo brasileiro, o Nubank. Conhecida pelo seu atendimento humanizado, a empresa costuma surpreender seus clientes com cartas escritas à mão e diversos presentes inusitados.

Um dos cases mais famosos é o da sanduicheira roxa. Após perceber que a compra de um sanduíche caro havia sido duplicada em seu cartão de crédito, um cliente entrou em contato com o Nubank, muito irritado, para resolver o problema.

Para sua surpresa, além de ter a cobrança cancelada, o cliente recebeu uma sanduicheira roxa - cor característica da startup - e diversas receitas escritas à mão, para que ele não tivesse mais que pagar caro por um sanduíche.

Bem legal, né?

Superar as expectativas ficou muito mais fácil. Confira um e-book exclusivo e aprenda a fidelizar seus clientes

Sinceridade

Não minta para o cliente apenas para fechar negócio. Se a empresa promete algo e o produto não corresponde às expectativas, o consumidor dificilmente irá confiar na marca outra vez.

Lembre-se

nada de prometer algo que sua empresa não pode cumprir.





Atualmente, um bom atendimento está diretamente ligado em como você vê o seu cliente. Foi-se o tempo em que o cliente precisava do produto e não se importava com a forma de atendimento. Podemos dizer que essa reviravolta fez com que os fornecedores mudassem seu comportamento por completo.

Um bom atendimento possui diversas características, entre elas a preocupação com a satisfação do cliente, a agilidade no atendimento, a paciência e educação e, principalmente, a empatia para se colocar no lugar do cliente e conseguir passar com o máximo de qualidade possível o que se espera”.

Eduardo Belino,
Atendimento ao Cliente na Movidesk

Comportamento dos colaboradores

O comportamento dos colaboradores no atendimento pode definir se um cliente voltará a fazer negócio com a empresa. Para isso, é fundamental que todas as pessoas que tenham contato direto com o consumidor entendam a importância de tratá-lo bem. Colaboradores positivos, simpáticos e preocupados em fazer um bom trabalho são essenciais para fidelizar ainda mais clientes.



Recursos disponíveis para melhorar o atendimento



Você já viu que a tecnologia transformou a maneira com que as empresas se relacionam com os consumidores, não é? Em um mundo cada vez mais conectado, processos centralizados e eficientes são essenciais para alcançar as expectativas do consumidor. Para isso, faz-se necessário o uso de um bom software de atendimento.

Esse tipo de ferramenta é importante porque, além de tornar os processos mais rápidos e eficazes, ela também aumenta a produtividade dos agentes. Podemos afirmar que contratar um software de atendimento é o primeiro passo para organizar fluxos de trabalho.

Por exemplo: um software de atendimento é capaz de converter e-mails de clientes em tickets e reuni-los na mesma plataforma. Isso desburocratiza processos e facilita o trabalho dos agentes. A seguir, vamos conhecer os principais recursos e possibilidades disponíveis em um software de atendimento.

O atendimento ao cliente precisa ser um diferencial. Um sistema de atendimento irá permitir que você trate cada cliente como único, além de possibilitar a análise de comportamento e tendências desses clientes, facilitando a tomada de decisão”.

Eduardo Belino,
Atendimento ao Cliente na Movidesk





Atendimento em tempo real

Menos espera, mais satisfação. O cliente moderno é imediatista, quer resolver os seus problemas rapidamente, tem preferência pelos canais digitais e costuma evitar o atendimento via telefone.

De acordo com a pesquisa eDigital's Customer Service Benchmark, que entrevistou dois mil consumidores, atualmente o atendimento em tempo real possui os níveis mais altos de satisfação. Isso porque o chat tem como sua maior característica a rapidez.

Com a facilidade de contato oferecida pela solução, é possível diminuir o tempo que o cliente espera por uma resposta, melhorando a sua experiência. Sem dúvidas, o chat é uma das maneiras mais eficientes de oferecer atendimento online, sem interromper o fluxo de navegação, permitindo uma aproximação com o consumidor de forma mais imediata e personalizada.

No entanto, o chat não é apenas uma ferramenta para atender o cliente no seu site ou software. Veja duas práticas que podem te ajudar a aproveitar todo o potencial deste canal:

Chat como ferramenta interna

Segundo uma pesquisa da Atos - companhia francesa de serviços de TI -, os colaboradores gastam 40% de seu tempo apenas lendo e-mails. Nesse sentido, o chat pode facilitar (e muito) a comunicação interna de uma empresa.

Com o chat, é possível transferir chamados e convidar várias pessoas para participar da mesma conversa, por exemplo. E quando as empresas apostam nesta ferramenta para comunicação interna, diminuem o uso de outros programas populares, como Skype e Facebook, que tendem comprometer a produtividade.

O chat ainda permite o contato constante com colaboradores que trabalham em home office, diminui os gastos telefônicos e promove soluções rápidas.

O universo do chat é maior do que você pensa. Vem saber tudo sobre esse recurso!

Chat como ferramenta para medir resultados



O chat também é uma ótima maneira de medir o desempenho dos agentes e a qualidade das interações com os clientes. Isso porque todos os atendimentos, registro de informações e acompanhamento das solicitações ocorrem dentro da plataforma. Não há necessidade de outra ferramenta para isso.

Assim, com os dados obtidos por meio de relatórios objetivos, fica mais fácil identificar como está a produtividade da equipe, bem como possíveis problemas de comunicação.



Proporcionar um atendimento dinâmico e eficiente em um canal direto com o cliente: este é o objetivo do chat. O sistema mantém o histórico das conversas dentro de tickets gerados automaticamente, permitindo que o cliente acompanhe a resolução do seu problema e avalie o atendimento recebido através da pesquisa de satisfação. Ou seja, um atendimento completo em poucos cliques”.

Rafael Frigotto,
Analista de Testes na Movidesk

Ter a confirmação de que uma demanda foi recebida pelo setor responsável é muito importante para o cliente. Com um software de atendimento, por exemplo, é possível realizar diversas automações por meio de gatilhos.

Os gatilhos são responsáveis por uma série de funções, permitindo desde respostas automáticas, até o envio de e-mail sobre o status do ticket.

As respostas automáticas costumam trazer mais segurança e tranquilidade para quem está do outro lado. Por mais que o sistema funcione bem e o ticket aberto pelo cliente seja direcionado à área responsável sem problemas, esse tipo de mensagem deve ser enviada sempre que necessário.



O que são gatilhos?

O conceito de gatilho compreende a execução de uma ou mais ações quando determinadas condições forem atendidas dentro de um ticket.

Essas condições podem ser disparadas pela ação de um usuário ou por questões temporais, como o alcance do tempo limite do ticket dentro de um status.

Categorização de assuntos

Nem todas as solicitações que são recebidas pelo setor de atendimento pertencem à mesma categoria. Isso porque os clientes podem entrar em contato para pedir ajuda, fazer sugestões ou registrar reclamações. Portanto, a categorização dos assuntos torna o trabalho das equipes bem mais simples, pois cada uma delas terá um fluxo a ser cumprido.

Metas de atendimento

Bons sistemas fornecem relatórios para controlar as interações e análises para compreender toda a experiência do cliente. Itens como o desempenho da equipe, tempo de atendimento dos chamados e satisfação do consumidor são métricas importantes, que devem ser acompanhadas de perto pela empresa.

Uma das melhores maneiras de acompanhar esses indicadores é aplicar pesquisas de satisfação. Em uma central de atendimento, essa métrica é extremamente importante. Através dela, é possível entender a percepção dos clientes acerca da qualidade dos serviços prestados e evitar que eles escolham empresas concorrentes.

Por meio dos indicadores gerados pela pesquisa, você saberá se a equipe está alinhada com as metas do setor. Caso não esteja, com essas informações é mais fácil obter os pontos de melhorias nos processos e aumentar a produtividade dos agentes.



O material mais completo sobre métricas de atendimento está aqui! Saiba como medir o sucesso da sua equipe e descubra se você está realmente no caminho certo.

Organização dos processos internos

A organização dos procedimentos internos permite que os recursos disponíveis no software de atendimento sejam utilizados corretamente. Como a equipe será treinada a usar o sistema, todos os processos serão operacionalizados.

Uma das formas de organizar os procedimentos é utilizando recursos como o Workflow e Kanban. O Workflow, viabiliza a automatização de processos. As atividades são passadas de um agente para outro, e as ações são tomadas de acordo com um conjunto de regras.

Já o Kanban permite que as atividades sejam divididas em colunas e as tarefas em cartões. À medida que o trabalho vai evoluindo, os cartões são movidos entre as colunas, até que as atividades sejam finalizadas.



Mobilidade

Muitos dos softwares de atendimento disponíveis no mercado já possuem sua versão para dispositivos móveis. Uma solução responsiva proporciona mais agilidade nos processos, já que os agentes poderão visualizar toda a listagem dos tickets de onde estiverem, resolvendo e acabando com a fila de espera sem depender do computador.



Portal de conhecimento

As equipes de suporte conhecem os problemas dos clientes e sabem a melhor maneira de resolvê-los. Ao utilizar uma base de conhecimento, toda a informação é centralizada e colocada em prática com mais facilidade.

A base de conhecimento é como a biblioteca de uma empresa. Nela, há diversas informações, dúvidas solucionadas e manuais sobre o produto ou serviço.

Imagine que a empresa reúna dados de um grupo com certas "dores". Ao atender um cliente com as mesmas características, o agente poderá acessar a base de conhecimento e prover soluções de forma rápida e certa.

Priorização de tarefas

Um dos maiores desafios dentro das empresas é trabalhar com prioridades, ou seja, elencar o que deve ser realizado em cada período. Essa atitude garante maior eficácia e agilidade da equipe, que consegue conquistar resultados melhores em suas atividades.

O software de atendimento colabora para que os agentes trabalhem sempre focados em questões mais urgentes. Além disso, a ferramenta também serve para que os colaboradores consigam dividir as tarefas entre os seus colegas, a fim de fornecer as melhores soluções para a empresa.

Saber utilizar a solução com certeza é uma tarefa que precisa ser feita com maestria. Isso definirá tanto o volume de trabalho, quanto a sua qualidade.



Tendências em atendimento

Segundo um estudo realizado pela empresa de consultoria Gartner, até 2020 os consumidores conseguirão administrar 85% de seus relacionamentos com as empresas sem qualquer intervenção humana.

Por mais que esse dado pareça assustador, não precisamos encará-lo como algo negativo. O que a informação realmente nos diz é que os seres humanos terão mais controle da tecnologia e muito mais tempo para oferecer um atendimento qualificado.

No entanto, não precisamos esperar até 2020 para saber que o futuro já chegou. Em muitas empresas, novas tecnologias de atendimento ao cliente - como os chatbots -, já são realidade há alguns anos.



Inteligência artificial



A Inteligência Artificial é um ramo de pesquisa da Ciência da Computação que se propõe a elaborar dispositivos que simulem o raciocínio humano.

Retratado em filmes, séries e livros, o conceito de Inteligência Artificial já é bem conhecido pelo público. Mesmo que você não perceba, os processos de atendimento estão cada vez mais automatizados. Quem nunca recebeu uma ligação de uma empresa de telefonia e percebeu, segundos depois, que estava falando com um robô?

E não é apenas nas ligações que a Inteligência Artificial é aplicada. Diversas empresas também já utilizam o atendimento automatizado em chats. Em muitas vezes, por conta da similaridade com a interação humana, as pessoas nem percebem que estão conversando com robôs.

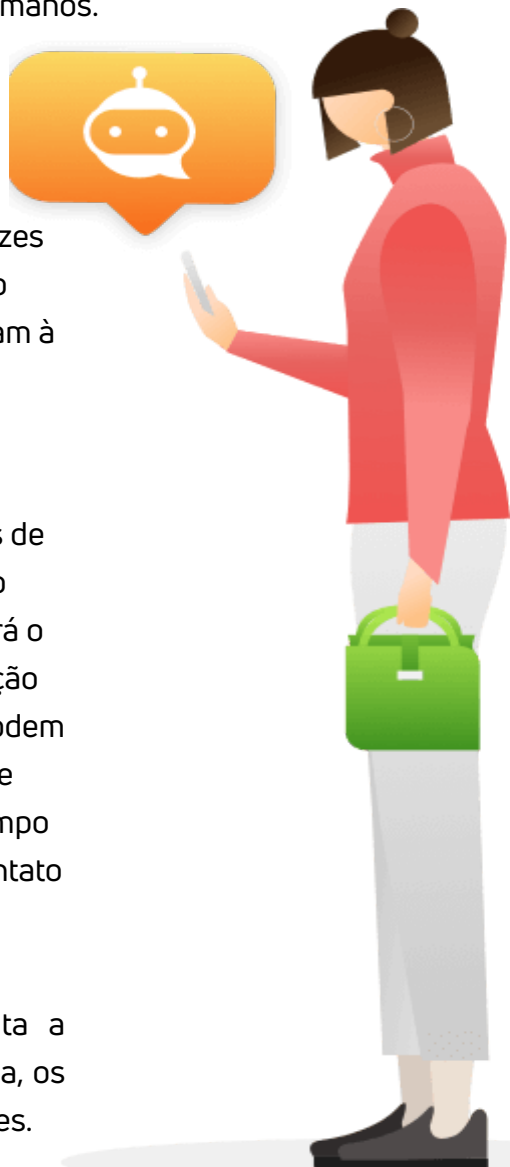
Isso acontece porque as máquinas estão ganhando a capacidade de aprender e acumular conhecimento. Assim, elas conseguem realizar funções operacionais com facilidade - tarefas que antes eram executadas apenas por seres humanos.

Chatbots

Como mencionamos no tópico anterior, os chatbots são capazes de interagir de forma quase humana com os clientes. Quando alimentados com Inteligência Artificial, os chatbots se adaptam à consultas complexas e descobrem soluções rápidas para os problemas.

Existem diversas maneiras de extrair os melhores resultados de um chatbot. Uma delas é utilizar a ferramenta para otimizar o processo de SAC. Ao contrário do telefone, o chatbot atenderá o consumidor imediatamente e, se possível, indicará uma solução para a solicitação. Outro benefício dos chatbots é que eles podem ser utilizados para melhorar o relacionamento com os leads e clientes. Inserir a ferramenta em canais online aumenta o tempo de permanência do usuário no site e gera informações de contato para as equipes de vendas.

Um chatbot ainda agiliza processos de vendas e facilita a realização de pesquisas. Como tudo é feito de maneira rápida, os diálogos acabam sendo mais dinâmicos e menos desgastantes.





O atendimento já foi visto como um custo para as empresas. Hoje essa visão mudou muito e o atendimento tornou-se uma peça-chave para o sucesso de um negócio. Estamos em um novo modelo, o de excelência e encantamento. Grandes empresas já apostam nesses dois fatores e estamos caminhando cada vez mais para isso.

Além disso, a inteligência artificial e os chatbots também já são realidade em muitas empresas. Acredito que, com o tempo, os processos padrões serão automatizados e dominados por uma nova forma de inteligência. Esse é o futuro do atendimento”.

Donisete Gomes,
CEO da Movidesk

Sobre a Movidesk

A Movidesk é uma empresa especializada em criar conexão e relacionamento entre as empresas e seus clientes. Desenvolvemos um sistema de atendimento que integra múltiplos canais e gerencia toda a comunicação em um único lugar, resolvendo processos complexos de forma simples.

Quer saber tudo o que podemos fazer pela sua empresa? É só testar o nosso software gratuitamente e descobrir por que somos a melhor opção do mercado:

Teste grátis



Quem são as pessoas responsáveis por esse e-book



Carolina Ignaczuk, formada em jornalismo e apaixonada pela escrita em todas as suas formas. Escritora de crônicas dramáticas nas horas vagas e idealista durante as 24 horas do dia. Na Movidesk, escreve sobre todos os assuntos relacionados ao incrível mundo do atendimento ao cliente.



Rebeca Pfau, designer de formação e apaixonada pelo mundo digital. Com as suas peças, tenta deixar o mundo mais bonito e colorido. Na Movidesk, atua como designer do marketing produzindo diversos materiais, desde páginas web focadas no usuário, até camisetas com estampas divertidas!