

# Estratégias essenciais para o Digital Customer Service

---

 **Guia Ignite**



UMA LEITURA DE ONZE MINUTOS

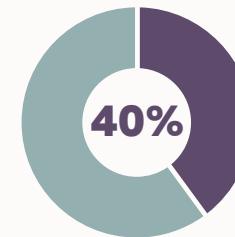


# Dê aos clientes opções e conveniência com atendimento digital ao cliente

Peça para alguém se lembrar de uma experiência recente de atendimento ao cliente, e há uma boa chance de você obter uma resposta emocional - seja amor ou ódio. Algumas empresas são notórias pelo mau atendimento ao cliente, inspirando hashtags virais picantes. Outras empresas ganham uma devoção fanática devido a seu excelente atendimento ao cliente. As experiências de serviço são críticas tanto para a satisfação do cliente a curto prazo quanto para a fidelidade do cliente a longo prazo. E, com a maioria das empresas operando on-line, nunca houve um momento melhor para aperfeiçoar sua estratégia de atendimento digital ao cliente.

Feito corretamente, as experiências de atendimento ao cliente digital podem ajudar as empresas a se ajustarem às circunstâncias de negócios que mudam, atendendo às necessidades dos clientes mesmo quando os canais tradicionais de atendimento são interrompidos. Seus clientes apreciam a conveniência e a flexibilidade de se engajarem nos canais - e nos horários que eles escolherem.

Os processos modernos e intuitivos de serviço digital também capacitam os agentes de serviço, aumentando sua satisfação no trabalho e reduzindo a dispendiosa rotatividade de funcionários. Ainda assim, os líderes de serviços e atendimento ao cliente que sentem a pressão para inovar devem fazê-lo, mantendo os custos sob controle.



**A Forrester prevê que o volume de interações digitais de atendimento ao cliente aumentará 40% em 2021.<sup>1</sup>**

Este guia delineia fatores a serem considerados ao elaborar uma estratégia digital de atendimento ao cliente que possa atender às crescentes expectativas dos clientes - ao mesmo tempo em que torna os processos de atendimento mais eficientes e lucrativos.



## E o conteúdo?

Atendimento digital ao cliente, definido	3
Construa a base de sua estratégia	5
Cinco passos para começar com o atendimento digital ao cliente	7
Aproveite os benefícios do atendimento digital ao cliente	9
Ofereça uma moderna experiência de serviço digital com a Oracle	10

# Atendimento digital ao cliente, definido

Serviço digital ao cliente é exatamente o que parece: fornecer experiências de serviço através de canais digitais, como um website ou aplicativo móvel. Essas experiências geralmente se encaixam em duas classes:

**No serviço assistido, os agentes humanos prestam atendimento ao cliente usando canais digitais** como bate-papo ou videoconferência on-line. Embora os modos de comunicação utilizados sejam diferentes, estas experiências são muito parecidas com suas contrapartidas tradicionais.

**O autosserviço digital torna possível aos clientes servirem a si mesmos** sem a assistência de um agente vivo - mas há muito mais do que um centro de ajuda on-line. Recursos avançados como automação de processos, processamento de linguagem natural (PNL) e inteligência artificial (IA) podem ser usados para

- Resolver problemas
- Explicar termos do contrato e da garantia
- Redefinir credenciais de login automaticamente
- Demonstrar montagem e uso adequados
- Conectar os clientes com especialistas - e muito mais

## Canais digitais comuns de atendimento ao cliente

**Assistente digital:** Geralmente aparecendo em uma janela pop-up ou caixa em um website, um assistente digital pode ser ativado por voz ou chat e utiliza AI e NPL para responder perguntas comuns dos clientes.

**Portal web:** Um portal web é um site de autoatendimento que permite aos clientes buscar respostas em uma base de conhecimento ou em uma comunidade de clientes. Muitos também convidam os clientes a enviar formulários de solicitação de ajuda ou entrar em contato com o suporte ao cliente com IA ou com assistência humana através de uma janela de bate-papo.

**Mensagens SMS:** Um canal cada vez mais popular, muitas empresas e clientes estão agora enviando e recebendo consultas e notificações de serviço via texto. 84% dos consumidores têm recebido uma mensagem de texto de uma empresa. E, desses, 55% receberam uma notificação de serviço.<sup>3</sup>

**Mídias sociais:** Muitos clientes agora recorrem às contas oficiais das empresas nas mídias sociais para se engajar com seus departamentos de atendimento ao cliente.

**35,4%**

das empresas podem **fornecer suporte de serviço completo** através das mídias sociais.<sup>2</sup>

**48,2%**

preferem **redirecionar solicitações de serviço** das redes sociais para outros canais.<sup>2</sup>

**32,8%**

alavancam os canais sociais de forma proativa **informam os clientes sobre o tempo de inatividade e outros problemas**, reduzindo as solicitações de serviço de entrada relacionadas.<sup>2</sup>

## Atendimento digital ao cliente, definido

Juntos, o serviço assistido digital e o autoatendimento podem ajudar as empresas a superar desafios persistentes e transformar o atendimento ao cliente de um centro de custos para uma fonte de aumento do valor do cliente e da empresa.



**Automatizam processos repetitivos**, reduzem o volume de chamadas de entrada e reduzem a rotatividade de agentes, reduzem os custos do serviço em 20–40%.<sup>4</sup>



**O custo de substituição de um funcionário pode variar da metade até duas vezes o salário anual desse funcionário.**<sup>5</sup>

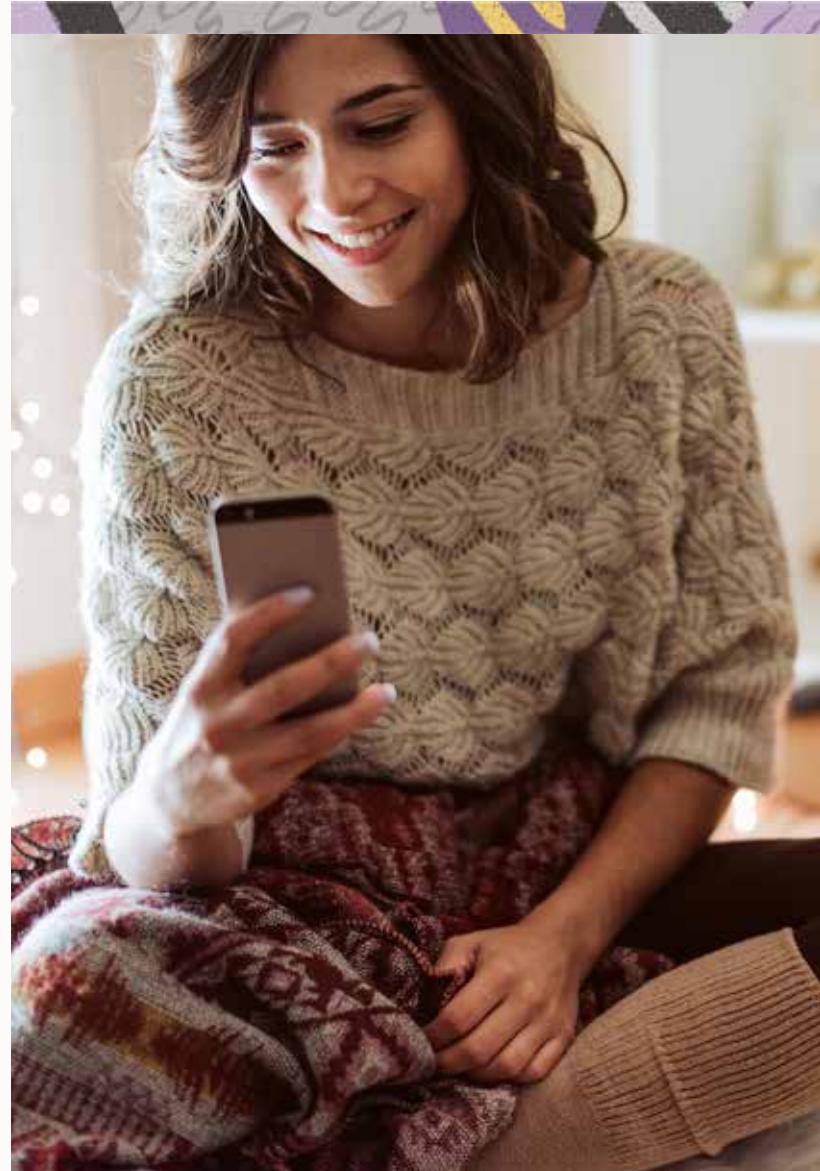


**Agentes sobrecarregados** ficam liberados para se concentrar em interações de serviço que fornecem valor exclusivo, como oferecer conselhos sobre novos produtos, ajudar os clientes a fazerem upgrade ou trabalhar em resoluções particularmente complexas.



**As empresas que oferecem experiências** de serviço através de canais digitais têm clientes mais fiéis e podem aumentar a satisfação de seus clientes em 15-20%.<sup>4</sup>

Vamos começar a construir sua estratégia de atendimento digital ao cliente.



# Construa a base de sua estratégia

A sabedoria convencional da indústria recomenda oferecer aos clientes múltiplos canais de serviço. Entretanto, a falha na conexão desses canais cria uma experiência desconexa e aumenta dependência da TI.

Os clientes atuais podem ser lentos em adotar canais digitais por inúmeras razões - não dispor dos meios e tecnologia necessários, ou se sentirem desconfortáveis em compartilhar dados digitalmente devido a preocupações com a privacidade. E os decisores em empresas avessas a risco podem hesitar em adotar o serviço digital ao cliente e duvidar de seu potencial de ROI.

Informações em silos ou incompletas também apresentam obstáculos. Por exemplo, agentes sem acesso a informações de conta que estão bloqueadas em sistemas financeiros e de cadeia de fornecimento não conseguem ter uma visão completa de cada cliente. E em empresas que vendem para outras empresas, as equipes de vendas e serviços que utilizam diferentes sistemas de gerenciamento e dados não têm uma compreensão completa das necessidades e do histórico do cliente.

Com estes desafios em mente, aqui estão fatores importantes na formulação da estratégia de atendimento digital ao cliente correta para seu negócio.

## 1. Seus clientes

O atendimento digital ao cliente não é uma solução de tamanho único, portanto é essencial considerar cuidadosamente os perfis dos clientes à medida que você constrói. Por exemplo, enquanto os assistentes digitais são populares entre os clientes da geração Z, as gerações menos experientes em tecnologia podem não estar tão ansiosas para adotá-los. Ou, clientes em indústrias fortemente regulamentadas como finanças podem preferir não fornecer informações sensíveis através de uma janela de bate-papo ou formulário web. Para incentivar mais clientes a usar os canais digitais, forneça opções que reflitam suas necessidades e preferências.



**A maioria dos líderes de serviços concorda que até 40% das solicitações de serviços ao vivo poderiam ser resolvidas através do autosserviço.<sup>6</sup>**

## 2. O equilíbrio humano-robô

A maioria das empresas se beneficiará de uma combinação de serviço assistido por humanos e autosserviço baseado em IA. Para fazer o melhor uso de seus recursos, estabeleça um limite para regular quando os clientes podem aumentar as solicitações de um bot para um agente humano. Muitas empresas preferem o autoatendimento para lidar com solicitações simples e recorrentes, tais como verificar o status de um pedido ou cancelar uma assinatura. Tarefas com mais nuances, como determinar a elegibilidade para um upgrade ou substituir uma peça complexa de maquinaria, provavelmente exigem uma mão humana. Encontre a combinação certa que satisfaça os clientes e apoie os agentes.



## Construa a base de sua estratégia

### 3. Combinação e complexidade de canais

Os clientes modernos gostam de ter opções quando precisam entrar em contato com o atendimento ao cliente. No entanto, há demasiados canais. Uma pesquisa do Gartner constatou que as empresas que oferecem mais canais de serviço viram um volume maior de solicitações em seus centros de serviço. A mesma pesquisa descobriu que 61% dos clientes usarão tanto os canais assistidos quanto os de autoatendimento para resolver uma única solicitação de serviço - uma prática conhecida como mudança de canal, que pode complicar as jornadas de resolução e duplicar os custos ao envolver agentes humanos e IA.<sup>6</sup> Para mitigar isso, selecione cuidadosamente os canais de serviço digital e defina casos de uso distintos para cada um deles.

**Os canais de autoatendimento, como portais web, custam cerca de \$0,10 por contato, contra \$8,01 por contato para canais ao vivo, como telefone, e-mail e chat ao vivo.<sup>6</sup>**

### 4. Silos de canais e dados

Cada canal gera dados transacionais, de clientes e/ou comportamentais. Mas, se esses dados estiverem em silos e desconectados, seu valor é limitado. Agentes e clientes terão dificuldades para conectar os pontos, unindo manualmente as interações e registros de diferentes sistemas - e provavelmente notando lacunas no processo. É ineficiente e frustrante para ambas as partes quando os clientes têm que fornecer as mesmas informações repetidamente. Para evitar lapsos no entendimento do cliente, uma estratégia de serviço digital deve integrar canais para que os dados de acompanhamento estejam conectados e completos.

### 5. Desempenho de canal existente

Pense nos canais de serviço digitais como algo para aumentar o tempo - em vez de substituir - os canais existentes. 56% dos líderes de serviço estão adicionando novos canais ou recursos dentro de seus canais existentes, mas os clientes ainda pedem suporte ao vivo.<sup>7</sup> Para dar aos clientes uma escolha, otimize e aumente os canais que você tem enquanto constrói suas contrapartes digitais.

Com uma estratégia criteriosa, você será capaz de oferecer um serviço digital ao cliente que satisfaça as expectativas do cliente enquanto utiliza os recursos de forma eficiente.



# Cinco passos para começar com o atendimento digital ao cliente

01

## Audite sua concorrência

Saber como os concorrentes prestam serviços digitais pode ajudá-lo a compreender as expectativas dos clientes. Descubra quais canais seus concorrentes estão usando, e como. Consulte as análises públicas de clientes, relatórios de analistas e outras análises de mercado. Se possível, vá disfarçado como "cliente" de um concorrente e experimente você mesmo o serviço digital.

02

## Analise regularmente o desempenho do canal digital

Faça a si mesmo as seguintes perguntas:

- **Adoção:** Com que frequência cada canal é utilizado?
- **Satisfação do cliente:** Como os clientes avaliam sua experiência com cada canal? Qual é a taxa de resolução e o tempo médio de resolução associado a cada canal? Os clientes estão trocando de canal durante um compromisso, e se sim, por quê?
- **Eficiência:** Com que frequência as interações de autoatendimento são escaladas para agentes humanos? Essas interações são realmente tão complexas que é necessário um humano, ou você poderia otimizar a experiência de autosserviço para facilitar a resolução?

03

## Consulte seus agentes de melhor desempenho

Os processos digitais devem beneficiar ambos os lados da experiência do serviço - seus clientes e seus funcionários. Seus melhores agentes já viram de tudo, e muitos agarrariam a oportunidade de ajudar a moldar novos processos de acordo com sua experiência. Considere fortemente a contribuição deles à medida que você definir sua estratégia.

## Cinco passos para começar com o atendimento digital ao cliente

### 04 **Reúna-se com sua equipe de TI**

Aprofunde-se no roteiro técnico de sua empresa para entender as pressões comerciais que a TI enfrenta, pois provavelmente você também as enfrentará. Pergunte a sua equipe quanto custa manter e integrar os canais de serviço atuais, conheça as atualizações planejadas da infraestrutura técnica e avalie seu nível de conforto com a tecnologia emergente, como assistentes digitais e inteligência artificial.

### 05 **Converse com sua liderança de marketing**

Peça pesquisas e insights sobre as condições atuais do mercado e a percepção de sua marca. Certifique-se de que você está alinhado com quem são seus clientes, o que eles esperam e o que pensam sobre sua empresa.



# Aproveite os benefícios de uma estratégia de atendimento digital ao cliente bem-sucedida

Os canais digitais estratégicos ajudam a atender à crescente demanda por assistência e autoatendimento a qualquer hora, em qualquer lugar, para elevar sua marca na mente de seus clientes.



## 1. Satisfação do cliente

Uma combinação eficiente de canais tradicionais e digitais torna mais rápido e fácil para os clientes obterem a assistência que precisam.



## 2. Realização do agente

Agentes especializados podem se concentrar em solicitações de serviços únicos que lhes dão a oportunidade de oferecer mais valor aos clientes, impulsionando a satisfação e retenção no trabalho.



## 3. Menores custos

A implementação de IA e automação para resolver consultas simples de serviço acelera o tempo de resolução e contém custos.



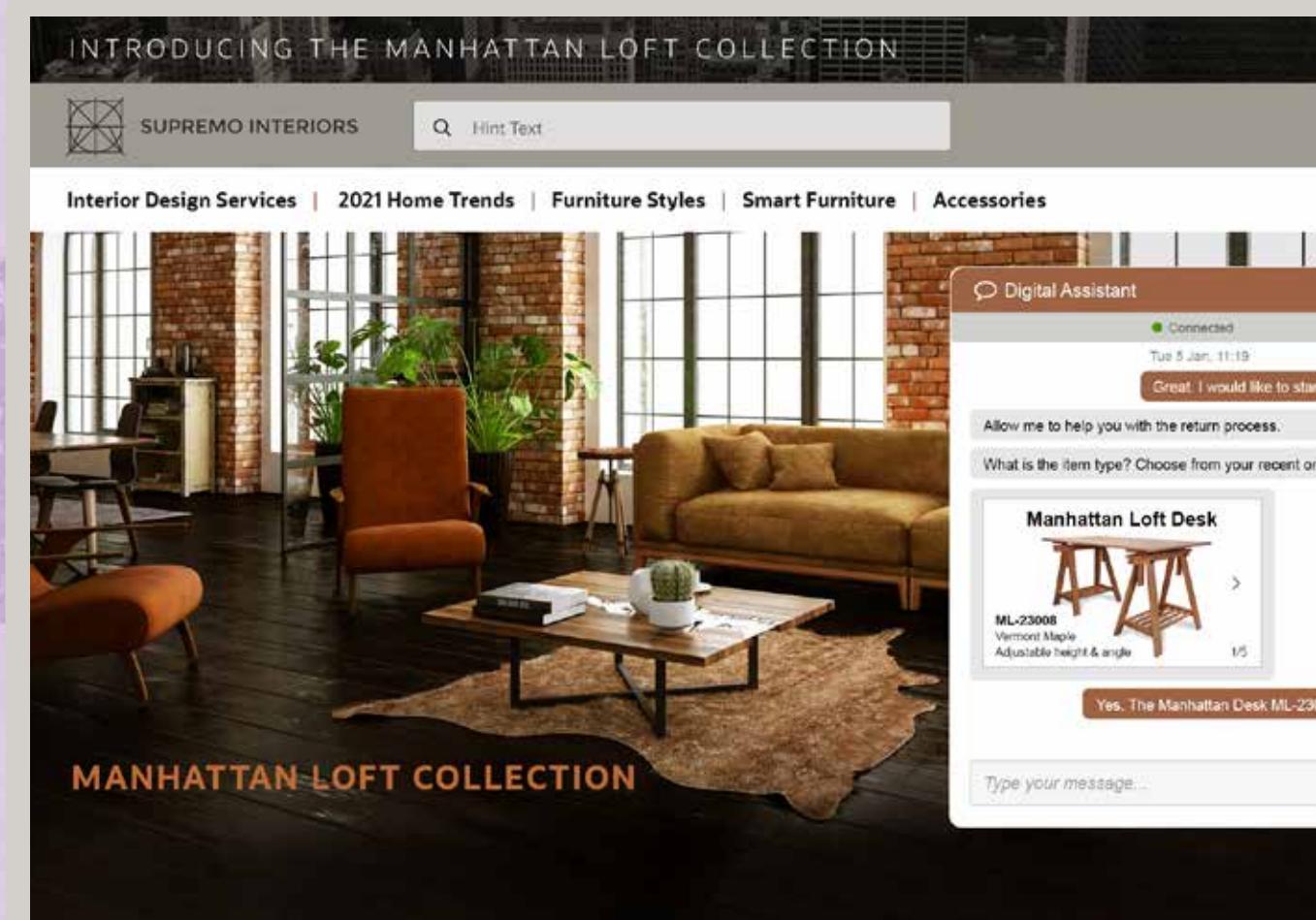
## 4. Geração de receita mais forte

Sem o ônus adicional de ter que resolver pedidos repetitivos de serviços, os agentes com melhor desempenho podem concentrar seus talentos em ajudar a tornar o serviço um gerador de receita.

# Ofereça uma moderna experiência de serviço digital com a Oracle

Resolva problemas mais rapidamente e melhore a experiência de serviço para clientes e agentes com recursos como navegação digital, ferramentas simplificadas de produtividade de agentes, teste de serviço A/B, e muito mais com o Oracle Digital Customer Service.

Quer saber [mais](#)?



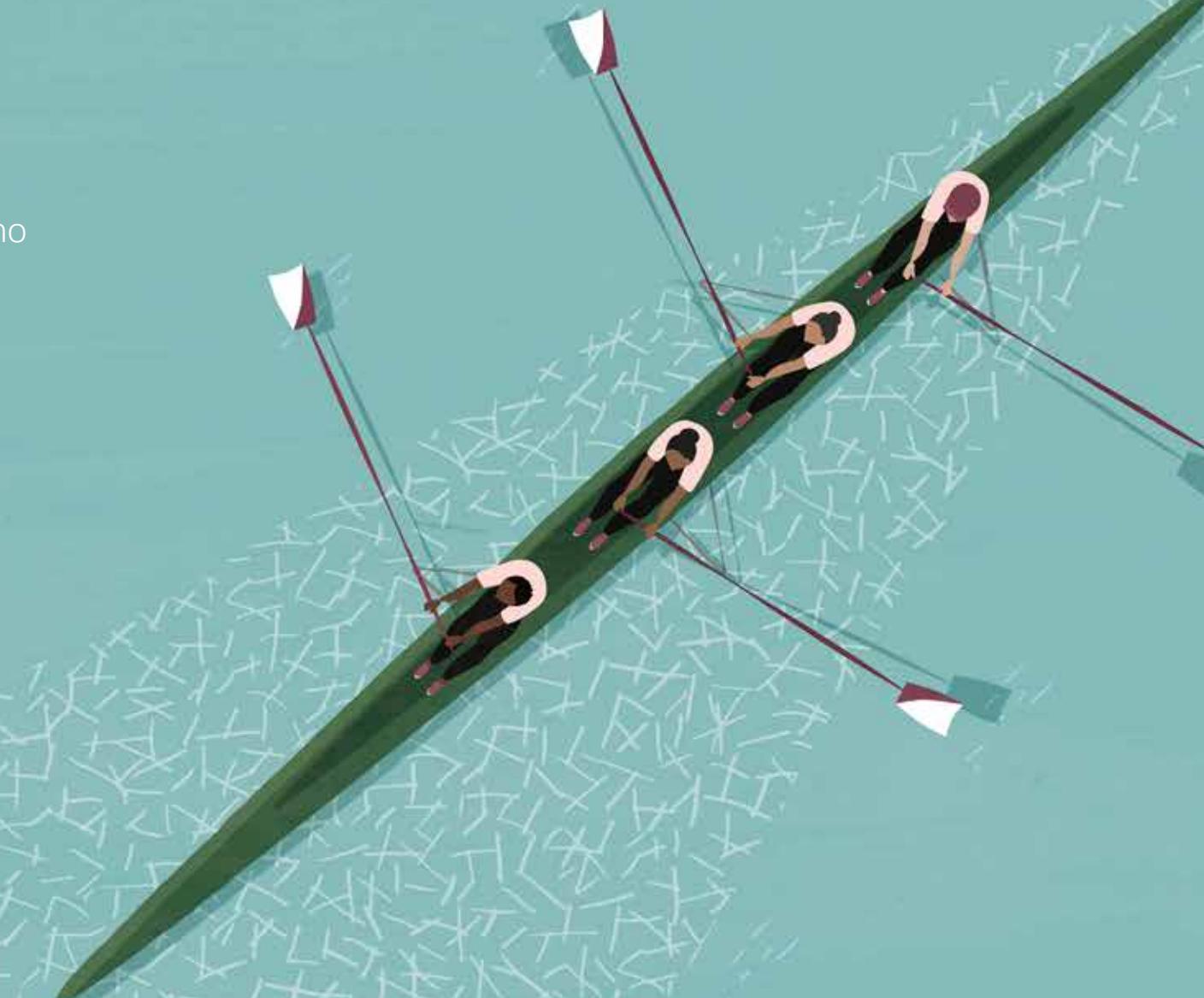
# Para o criador de experiências que está sempre em evolução

Como os clientes modernos parecem mudar de forma de um momento para o outro, é fundamental manter o ritmo das expectativas. Para ajudar, criamos a série Ignite para estimular a busca contínua de experiências de cliente que sempre acertem o alvo.

Guias como este sobre serviço digital ao cliente têm como objetivo avançar sua experiência e ajudar você a elaborar estratégias fundacionais em menos tempo. Assim, você pode sair para cativar os clientes e impulsionar a receita.

## E o que você vai descobrir depois?

- [Blog: Como combinar Serviço Automatizado e Interação Humana para uma Experiência do Cliente sem Atrito](#)
- [Infográfico: 6 maneiras de atender às expectativas digitais de seus clientes](#)
- [Replay: O fornecedor líder de energia Exelon oferece um ótimo serviço com uma combinação de canais digitais](#)



## Sobre Oracle Advertising e CX

Faça com que cada interação com o cliente seja importante, conectando todos os seus dados de negócio de publicidade, marketing, vendas, comércio e serviços. Oracle Advertising and Customer Experience (CX) é um conjunto conectado de aplicativos que vai além do CRM tradicional para ajudar você a criar e nutrir relacionamentos duradouros com o cliente.

Construa uma visão completa de cada interação e de cada cliente, não importa como e quando eles se engajam. Empodere toda a sua empresa para oferecer experiências excepcionais ao cliente - da aquisição à retenção - e tudo o que estiver no meio.

## Fontes

1. ["Predições para 2021: Atendimento ao Cliente"](#), Forrester Research, 2020
2. ["Relatório Global 2020 de Benchmarking de Experiência do Cliente"](#), NTT Data, última modificação em 2020
3. ["Comunicação por texto: A próxima geração de comunicação corporativa 2019"](#), EZTexting, 2019
4. ["Indústrias de serviços podem alimentar o crescimento tornando as experiências digitais dos clientes uma prioridade"](#), McKinsey Digital, última atualização em abril de 2020
5. ["Este problema corrigível custa às empresas americanas \\$1 trilhão"](#), Gallup, última atualização em 13 de março de 2019
6. ["Sua estratégia de atendimento digital ao cliente realmente cumpre a promessa?"](#), Gartner, 2019
7. ["Repense sua estratégia de atendimento ao cliente para impulsionar o autosserviço"](#), Gartner, 2019

