



Melhores práticas para um **CX
de **sucesso** com as estratégias
de Voz e *Chats***



Introdução

Melhores práticas para um CX de sucesso com as estratégias de Voz e Chats

Com as transformações digitais do cotidiano, principalmente impulsionadas pela pandemia, o consumidor mostrou alto nível de exigência. A experiência do usuário é o fator mais decisivo para fidelizá-lo ou perdê-lo de vez. Segundo Philip Kotler, referência em marketing, “conquistar um novo cliente custa entre cinco a sete vezes mais se comparado com manter um atual”.

Dessa forma, inúmeras corporações precisam modernizar seus métodos para não perder espaço. Ou seja, tornou-se necessário aprimorar os canais de contato e adotar estratégias inteligentes para sempre propor ganhos na jornada. Como comprovado por diversas estatísticas, uma das opções com melhor retorno é investir na tecnologia voltada ao atendimento, como a de Voz e Chats.

Afinal, desde o isolamento social, cresceu o número de pessoas com preferência para resolver suas demandas sem sair de casa, utilizando apenas o autoatendimento. Por conta disso, vários segmentos perceberam a necessidade de humanizar o diálogo, focando no *customer experience* (CX) para valorizar todas as etapas de interação com a marca.

Pensando nisso, o objetivo desse material é fornecer dicas e concepções práticas para proporcionar a melhor vivência ao usuário, focando nas inovações de Voz e Chats, voltadas justamente para aprimorar o suporte e entregar uma alta performance. Desse modo, descubra melhores práticas para um CX de sucesso com táticas para agregar agilidade e eficiência. Nesse sentido, as soluções da Total IP são as melhores aliadas!

Sumário



Como o <i>Customer Experience</i> impacta minha empresa?	4
Como melhorar a experiência do cliente na jornada de compra?	6
Invista em robôs de Voz e <i>Chat</i> e proporcione a melhor experiência ao consumidor	13
Diferenciais e vantagens de contar com a Total IP	18
Sobre a Total IP.....	21

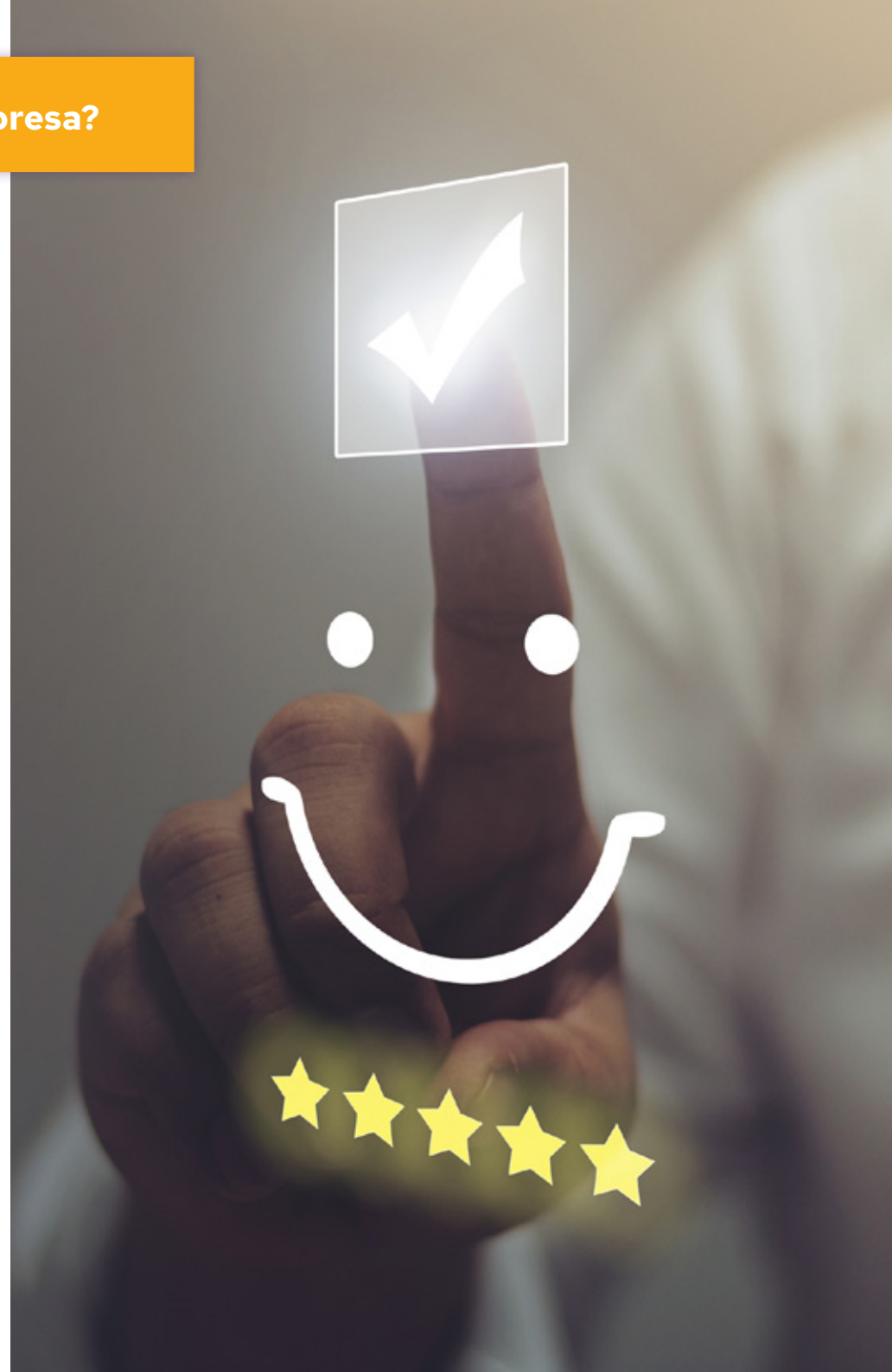




1. Como o *Customer Experience* impacta minha empresa?

É fundamental entender o conceito antes de seguir com sua aplicação. O *CX* (*Customer Experience*), ou Experiência do Cliente em português, diz respeito a um conjunto de percepções e impressões de um internauta sobre a sua companhia após interagir com ela. Do ponto de vista da organização, é a imagem repassada durante todo o processo, antes, durante e após uma conversão, seja ela como compra ou contratação.

Em geral, nesse aspecto são encontradas muitas respostas, bem como a principal diferença entre os conceitos de serviço ao consumidor (SAC) para esse termo em específico. O primeiro, como o próprio nome indica, trata-se de um suporte em algum momento da aquisição, ou seja, quando o usuário entra em contato com o empreendimento ou vice-versa.



Já o segundo caso, é bem mais amplo e tem diversas vertentes, pois envolve todas as etapas da trajetória, desde o momento no qual ele conhece a marca, navega pelo seu *site*, envia uma mensagem pela rede social ou faz uma ligação para então finalizar sua escolha. Momentos posteriores, como uma eventual assistência, também entram nessa concepção.

Por isso, uma coisa é certa: o diálogo estabelecido entre público e corporação é determinante. Afinal, qualifica sua satisfação. Se é engrandecedor, as chances de retenção aumentam exponencialmente.

Conforme um levantamento da NewVoice, após uma ajuda positiva, 69% dos respondentes recomendam o serviço para amigos, construindo uma imagem positiva para a companhia.

Nesse sentido, os empreendimentos de sucesso focam cada vez mais nessa expressão para elevar sua qualidade. Isso porque o princípio básico do CX é garantir os melhores resultados em toda a jornada, alcançando consequências proveitosas para ambos os lados. Desse modo, é fundamental identificar e antecipar os problemas do usuário antes mesmo dele expressar tais questões. A atenção deve ser voltada para prevenir os erros e se acontecer algum, é crucial já ter todo o planejamento de ação pronto para conter essa crise.





2. Como melhorar a **experiência do cliente** na jornada de compra?



2.

Como melhorar a experiência do cliente na jornada de compra?

Portanto, fica claro como focar em apresentar uma jornada de compra completa é um diferencial de sucesso para as companhias com desejo de ser destaque em seu nicho de atuação. Todavia, esse cuidado deve ser constante, pois qualquer interação tem a capacidade de gerar uma reação, seja positiva ou negativa.

Em contrapartida, existem uma série de fatores responsáveis por alcançar o melhor dos resultados. Para isso, todos os setores da corporação precisam estar a par da meta, pois demanda uma tática sólida e muito bem definida.

Segundo especialistas, uma boa dica é focar em três principais pilares: esforço (*effort*), emocional (*emotion*) e sucesso (*success*). Entenda mais a seguir:





1) Esforço:

Aqui, tratamos da importância de diminuir seu empenho durante a jornada de compra.

2) Emocional:

Esse tópico diz respeito ao desenvolvimento do vínculo emocional entre consumidor e vendedor.

3) Sucesso:

Por fim, esse ponto está voltado para impulsionar o usuário a atingir seus objetivos durante sua comunicação com a companhia.



1) Esforço:

Ao tratarmos dessa temática, o esforço não se refere a “arregaçar as mangas” e alterar todas as metodologias, mas sim ao caminhar do usuário dentro da sua plataforma com facilidade. Aqui, tratamos da importância de diminuir seu empenho durante todo o processo de interação. Logo, podemos incluir um atendimento rápido e efetivo por intermédio de *chatbots*, com o uso de uma linguagem clara e acessível.

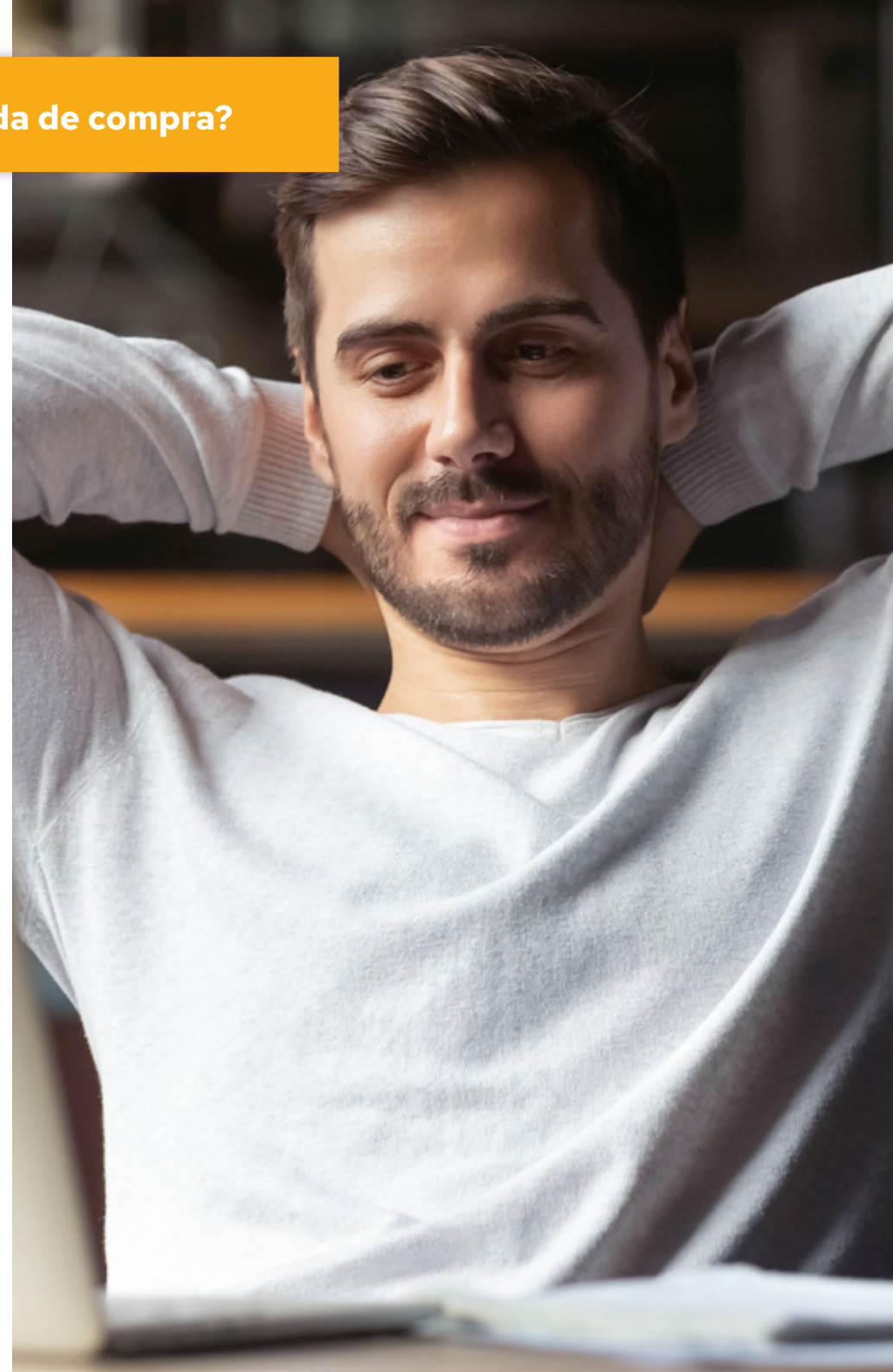
Dessa forma, os robôs conseguem resolver demandas simples, como 2º via de boleto, *status* do pedido, agendamento de consultas, matrícula ou até assuntos mais complexos, como uma negociação completa. Essas são estratégias para elevar a produtividade do time, despendendo a energia dos atendentes para questões difíceis e permitindo o autoatendimento por intermédio da inovação.



2) Emocional:

Esse tópico é vital, pois diz respeito ao desenvolvimento do vínculo emocional entre consumidor e vendedor. Colocar o cliente sempre na frente, mostrar como ele tem sido ouvido, entregar exclusividade e propor ações voltadas para ele é crucial para fidelizá-lo. De acordo com o relatório da Bain & Company, aumentar as taxas de retenção em 5% consegue alavancar os lucros em até 95%.

Sendo assim, é preciso focar em uma personalização assertiva. Com as soluções da Total IP, é possível configurar expressões específicas para gerar identificação na fala, ajustar as respostas de acordo com as perguntas, apresentar opções, entre outras facilidades voltadas para otimizar o SAC.

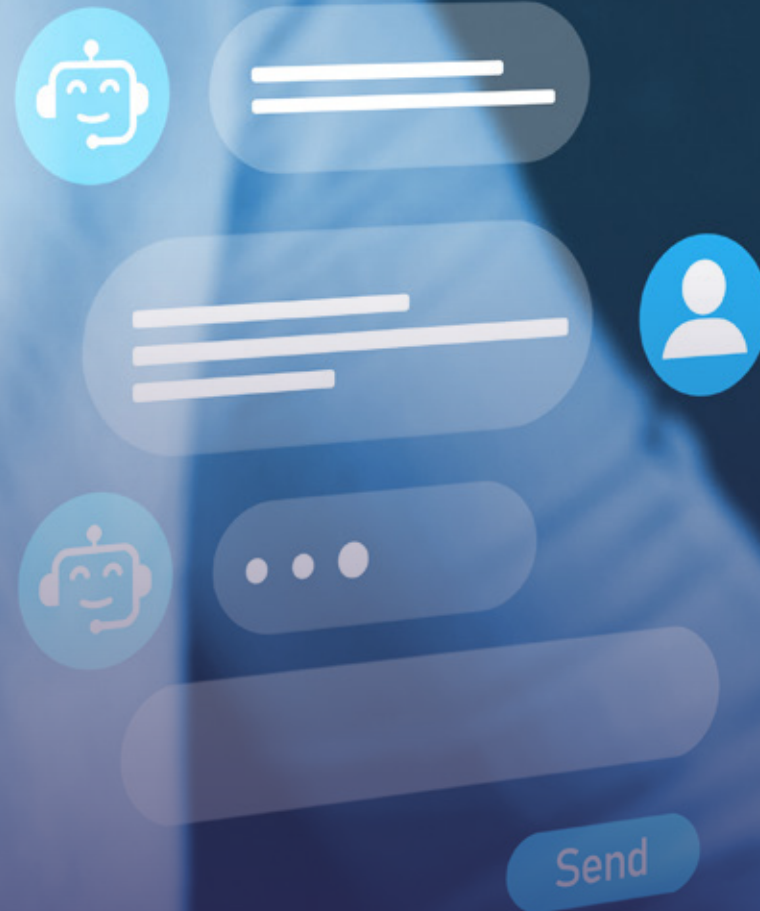


3) Sucesso:

Por fim, esse ponto está voltado para impulsionar o usuário a atingir seus objetivos durante sua comunicação com a companhia. Isso envolve toda a jornada, desde o momento no qual ele pesquisa mais informações sobre o produto até o auxílio quando ele precisa entrar em contato com a marca.

Conforme um estudo da Kissmetrics, depois de uma experiência negativa de suporte, 26% dos consumidores postam um comentário negativo em suas redes sociais. Esses canais também são utilizados quando alguém procura por um serviço. Por isso, é de extrema importância zelar para atender com êxito, proporcionando tecnologia, de modo a propagar uma boa imagem nesses veículos de comunicação.





3. Invista em **robôs de Voz e Chat** e proporcione a melhor experiência ao consumidor



3.

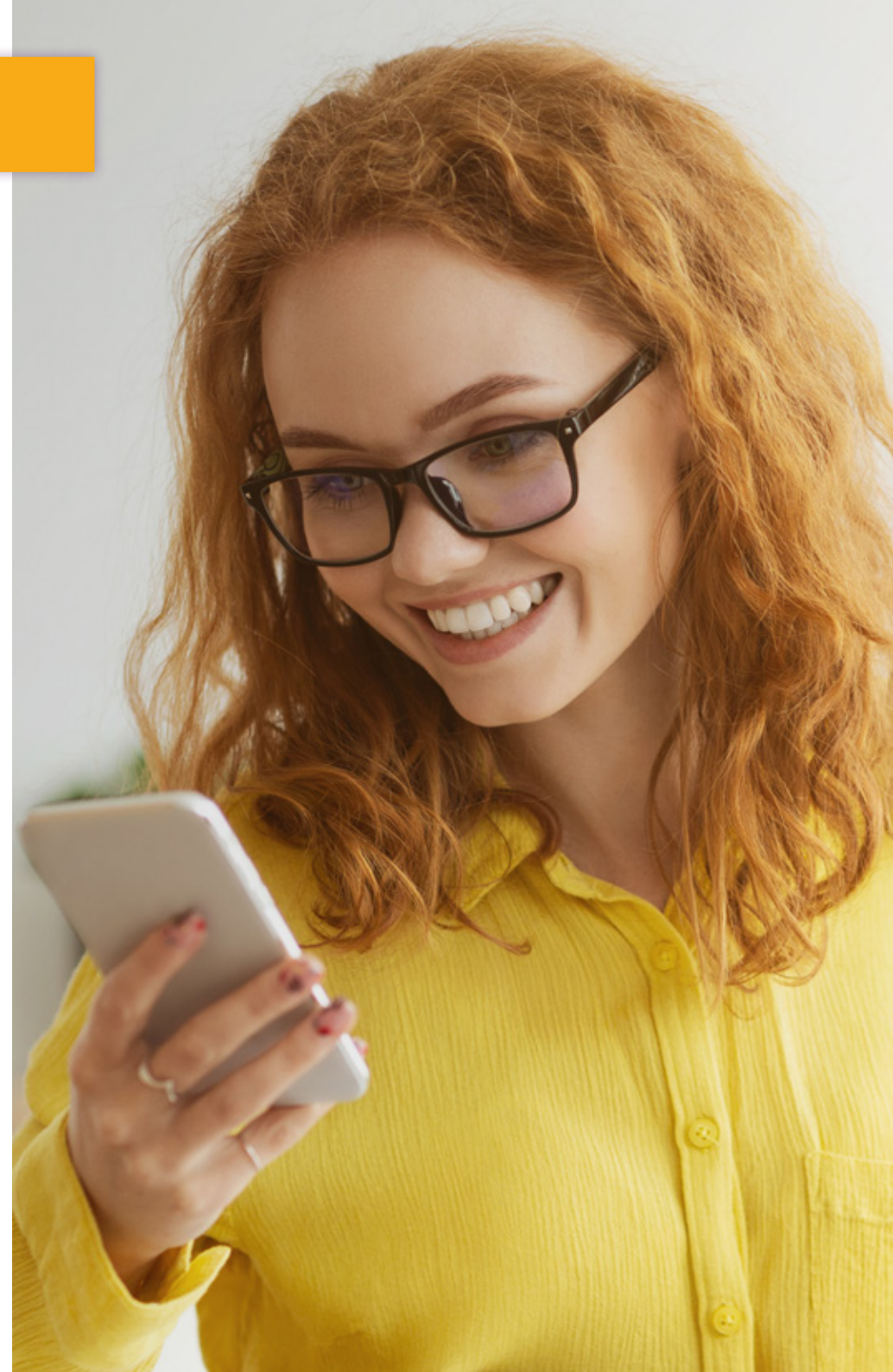
Invista em robôs de Voz e *Chat* e proporcione a melhor experiência ao consumidor

Dessa forma, estimular esse contato por meio de robôs de voz e *chat* é uma tática de destaque. Afinal,

de acordo com uma pesquisa do Instituto QualiBest, 51% dos entrevistados preferem o *chat* quando precisam entrar em contato com alguma instituição.

Todavia, a ligação telefônica também é um meio muito procurado (43%), principalmente quando se trata de pendências complexas, pois possibilita o suporte direto com um atendente.

Em suma, essa tecnologia apresenta opções, sejam robôs complexos ou simples. A Total IP faz o primeiro, mas também ensina e você modifica as configurações de forma fácil e autônoma. Além disso, possui inúmeros comandos pré-estabelecidos, sendo possível reconhecer expressões (ASR), falar nomes, números e textos, confirmar CPFs (TTS) e integrar o sistema para utilizar de forma dinâmica os dados variáveis.



Para melhorar, a plataforma é completa, pois apresenta um *dashboard* em *real time* da navegação dos seus clientes, mostrando a árvore de decisões. Dessa forma, é possível analisar, independentemente, as etapas e coletar *insights* para melhorias. Assim, otimiza-se o tempo dos colaboradores e aumenta a produtividade da operação como um todo.

Conforme a pesquisa “Tendências para Transformar sua Empresa”, da Great Place do Work, esses robôs são utilizados por 41,1% dos executivos.

Optar pela digitalização do atendimento facilita o procedimento, desde a triagem dos primeiros dados até o redirecionamento da pendência. Nesse cenário, todas as informações ficam armazenadas e com apenas uma palavra é possível encontrar a procurada. Ou seja, é uma maneira de organizar todas as referências do internauta sem

precisar perguntá-lo novamente, agilizando a sua assistência e tornando-a mais objetiva.

Segundo a Pesquisa Dimensional, 72% dos entrevistados consideram o SAC ruim quando precisam explicar quem são e qual é o problema em cada contato. Portanto, contar com uma gestão eficiente e segura desses dados é essencial, essencialmente quando adequada à LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais).

Ao modernizar a operação, o empreendimento turbinha não só os seus lucros, mas também decola a procura por suas mercadorias com um notável CX, enquanto aprimora o suporte e expande o rendimento do time. Com a Total IP, isso é feito sem dor de cabeça, desde a implementação do mecanismo até seu uso rotineiro. Além disso, os especialistas atuam em regime de emergência, *on-line* 24 horas em todos os dias da semana.



Benefícios de contar com estratégias eficientes de Voz e Chat no atendimento

Além das várias aplicações citadas para otimizar o dia a dia corporativo, entregando mais velocidade e efetividade, os robôs de voz e chat também apresentam uma série de proveitos. Confira:

- Disponibilidade 24h/dia, sete dias por semana, sem férias e pausas;
- Dicionário de palavras para reconhecimento de fala;
- Diferentes tipos de vozes (masculina ou feminina);
- Alimentação automática de respostas;
- Visualização intuitiva da árvore de decisões;
- Voz e diálogos humanizados;
- Rapidez, precisão e agilidade na interlocução;
- Incrível experiência para o cliente;
- Múltiplas ligações e conciliações simultâneas;
- Expansão da capacidade operacional sem amplificação do espaço físico;
- Retorno rápido do investimento;
- Sem problemas de absenteísmo;
- Automatização de diálogos;
- Escalabilidade de atendimento;
- Melhor qualificação dos dados;
- Redução de custo com atendentes;
- Relatórios e *dashboards*.



3.

Invista em robôs de Voz e Chat e proporcione a melhor experiência ao consumidor

Ademais, existem diversos tipos de robôs e o empresário pode montar o ideal para o seu empreendimento, conforme suas necessidades cotidianas. Alguns exemplos são os Robôs Dinâmicos Receptivos, Ativos e de Pesquisa. Entenda sua diferenciação:

O **Robô Dinâmico Receptivo** é uma ótima ferramenta para automatizar o atendimento, pois funciona com base em uma mensagem gravada. Ele fornece diversas informações sem a interação humana, sendo capaz de resolver questões repetitivas, como direcionar a ligação para os departamentos, informar saldo do cartão, horário de uma consulta médica, entre outros.

Por meio de uma segmentação prévia de *mailing* de pessoas a serem contatadas, o **Robô Dinâmico Ativo** inicia automaticamente o disparo de ligações simultâneas para os telefones da referida lista, divulgando um recado e permitindo a interação do cliente para potencializar os diálogos efetivos a uma fila de suporte.

Por fim, o **Robô Dinâmico de Pesquisa** é uma ferramenta responsável por analisar o desempenho da operação durante o auxílio. Ela funciona como um menu, aparecendo ao término de uma ligação e solicitando uma avaliação do usuário. Assim, é possível classificar os *feedbacks* e colocar melhorias em ação.





4. Diferenciais e vantagens de contar com a Total IP



4.

Diferenciais e vantagens de contar com a Total IP

Depois da crise sanitária, o mercado em geral precisou aderir ainda mais ao universo virtual. Isso acarretou uma pressão competitiva e levou 44% dos empreendimentos a investirem nos aportes tecnológicos, conforme pesquisas da Altimeter. Afinal, companhias com maior maturidade digital alcançam até 45% de crescimento de receita. Por isso, entenda nossos diferenciais e vantagens para impulsionar seu negócio. Confira:

- Atendimento em multicanais;
- *API* de fácil integração;
- Atendimento colaborativo;
- Suporte 24h/dia, sete dias por semana;
- Visão do negócio em tempo real;
- Plataforma 100% em português;
- Autonomia no gerenciamento do sistema;
- Infraestrutura de servidores em nuvem;
- Aumento de 45% na produtividade;
- Solução segura com certificado SSL;
- Conformidade com a LGPD.



Treinamento

Treinamentos e apostilas direcionados a todos os colaboradores, desde a área operacional até os níveis gerencial, estratégico e tático. Assim, é possível padronizar ações e tornar a consulta diária mais assertiva.

Implantação e Suporte Técnico

Nossa equipe de implantação analisa as necessidades do cliente, desenvolve o projeto técnico e elabora toda a estrutura necessária para o funcionamento da solução. Além disso, está sempre *on-line* e disposta a atender.

Servidores

A solução Total IP é instalada em servidores confiáveis, homologados e seguros com uma combinação ideal de memória, armazenamento e processamento de dados. Oferecemos ambientes em Nuvem e *On Premise*, com ou sem HA – *high available*, em modelo de locação ou próprios, com política de segurança para atender às exigências da LGPD.





5. Sobre a Total IP



Desde 2005, a Total IP é uma desenvolvedora de *softwares* com soluções inovadoras para o atendimento eficiente a clientes, seja com robôs ou humanos, via voz ou *chat*, com WhatsApp, Telegram, *sites* ou redes sociais, para empresas modernas.

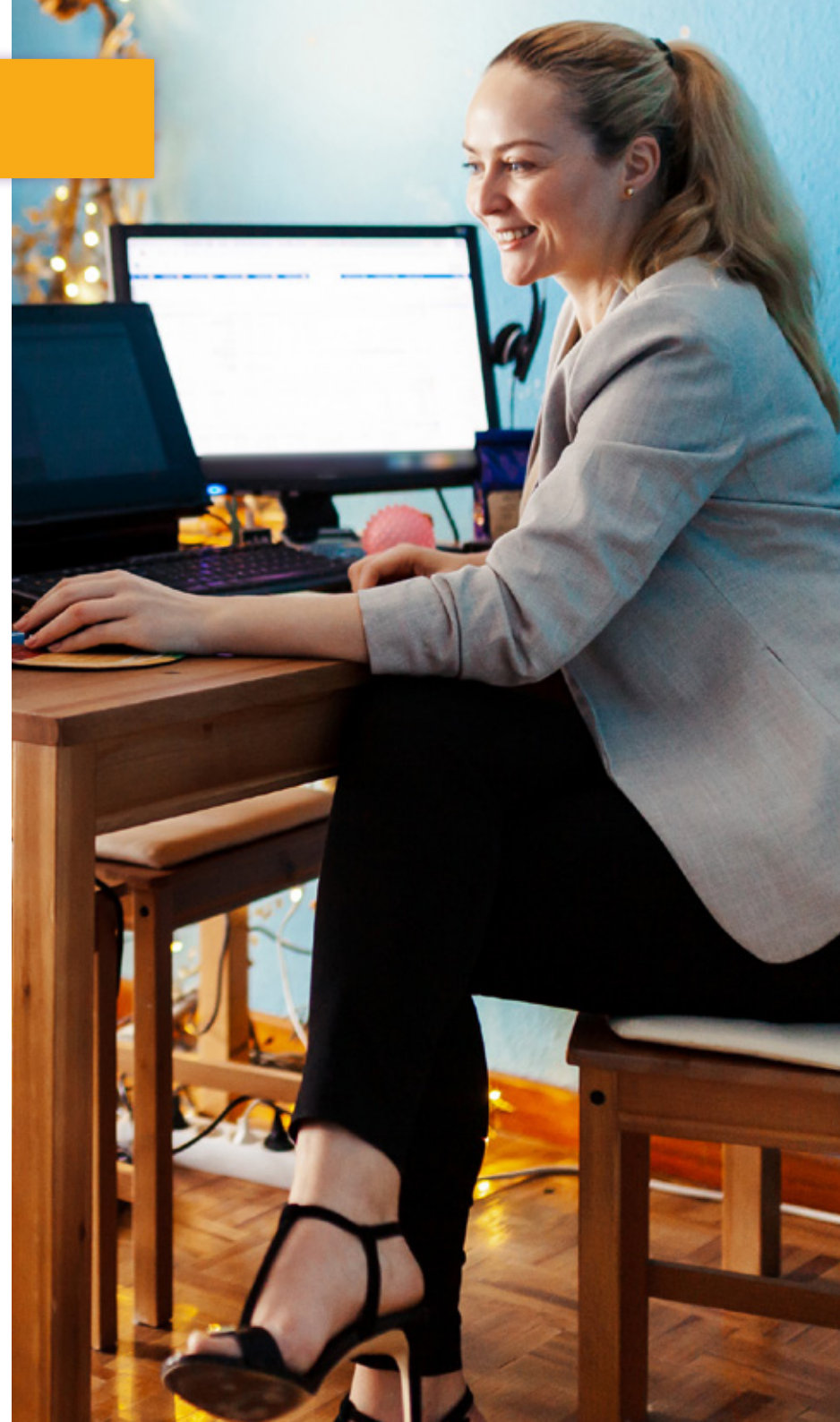
A cada projeto, nossos especialistas fazem um atendimento colaborativo para detalhar opções inovadoras e diversos tipos de integração. O resultado: os negócios se tornam mais lucrativos.

Com equipe multi tecnológica, a implantação e o treinamento são fáceis e intuitivos. Nosso suporte inclui a área de performance e auxilia sua equipe na otimização das soluções bem como sugestões de melhorias continuadas.



Conheça nossas soluções:

- Robôs Dinâmicos Ativos, Receptivos e Pesquisa
- Gravação de Voz e Tela
- Discadores Automático com Fatiador de *Mailing* e Gatilhos para integrações e redes sociais
- Classificação de chamadas: THD – Total IP *Human Detector*
- Formulário de Monitoria, Transcrição de Diálogos e *Speech Analytics*
- Robôs dinâmicos de *chats* (*chatbot*).
- *WebChat*, WhatsApp e Telegram
- Total *Chat Center* (caracterização de clientes)
- *Omni Center*
- PABX em nuvem com *Totalphone WebRTC*



Quer conhecer mais sobre **nossos benefícios** e diferenciais?

Entre em contato pelo telefone (11) 3355-3400
ou acesse: totalip.com.br

Produção editorial: Noticiando

Prefere mandar uma mensagem por
WhatsApp? Escaneie o QRcode
ao lado e mande uma mensagem!



totalIP

A melhor solução de atendimento para seus clientes!