



Conectando as  
**jornadas do cliente**

Entrevista com uma  
executiva da Emirates

Caso de sucesso

## CONECTANDO AS JORNADAS DO CLIENTE

Entrevista com uma executiva da Emirates

**Karen Bell-Wright é Vice-presidente sênior para varejo e contact centers global**

O papel de Karen é desenvolver a estratégia global de contato com o cliente da Emirates. Suas responsabilidades incluem a gestão operacional dos contact centers, o desempenho comercial, a gestão de chamadas, o planejamento de recursos humanos, o estabelecimento de metas de desempenho (qualidade e vendas), bem como o treinamento e o desenvolvimento dos funcionários, a otimização da tecnologia e o controle de custos. Karen também é responsável pelo engagement de clientes para o programa de passageiros frequentes da Emirates (Skywards) e pelo suporte direto para o nível mais alto e mais exclusivo de membros do programa (IO).

Antes de trabalhar para a Emirates, Karen trabalhou no setor de TI da HP, Compaq e Lotus Development.



# CONTE UM POUCO SOBRE A EMIRATES

A Emirates é uma das companhias aéreas mais globais do mundo atualmente.

A Emirates é uma das companhias aéreas mais globais do mundo atualmente.

A experiência do cliente é muito importante para a Emirates, e é conduzida pelo nível gerencial mais alto da empresa. Isso é refletido pelos investimentos estratégicos realizados pela empresa. Temos uma das frotas mais modernas do mundo. Estamos constantemente introduzindo novas melhorias para os nossos clientes, incluindo chuveiros, spas e bares no A380. Também temos mais de 1.600 canais em nosso sistema de entretenimento a bordo.

Mas, o que é mais importante, investimos em nosso pessoal e em nossa tecnologia. Conversamos muito sobre a experiência do cliente nas nossas reuniões de equipe e eles estão muito bem informados sobre o que precisamos fazer em cada ponto de contato.

Se você viajasse em um voo da Emirates hoje, teria uma experiência completamente diferente comparada com a das outras companhias aéreas.



"Temos mais de 50 mil funcionários. Nossa companhia é muito cosmopolita. Temos mais de 170 nacionalidades e mais de 200 idiomas representados no nosso grupo de funcionários."

# QUAL É O PAPEL DA EXPERIÊNCIA DO CLIENTE NA ESTRATÉGIA EMPRESARIAL DA EMIRATES?

A Experiência do Cliente é um conceito comum para todos.

A Emirates vem trabalhando há muitos anos com um mapa da jornada do cliente. É importante que todo o pessoal saiba qual é o seu papel e o que o cliente espera em cada ponto de contato ao longo de sua jornada. Se analisamos esta questão a partir da perspectiva do passageiro, vemos que eles começam com uma reserva, fazem o check-in e depois embarcam. Essa é uma jornada do cliente propriamente dita, e existem algumas variáveis que precisamos administrar para proporcionar a experiência que os clientes esperam.

Também existe a jornada que os clientes realizam ao interagir com o contact center, que é a minha principal área de ação. Nosso maior desafio é proporcionar uma experiência consistente, e essa é a área onde mais trabalhamos. Somos uma companhia global e nossos clientes esperam o mesmo nível de experiência em todos os lugares do mundo.

Com a Genesys Customer Experience Platform, somos capazes de atender 44 países em 17 idiomas. Contamos com cerca de 2.200 agentes que trabalham em todo o mundo distribuídos em seis contact centers. Processamos dez milhões de chamadas, um milhão de e-mails e milhares de interações nas mídias sociais por ano. Recentemente, lançamos o web chat e a quantidade de interações neste meio já chega a milhares.

Atualmente, o nosso contact center virtual com múltiplos canais está funcionando muito bem e está oferecendo o tipo de experiência que nossos clientes esperam da Emirates.



**44**

PAÍSES



**17**

IDIOMAS



**2,200**

AGENTES



**6**

CONTACT  
CENTERS



**10** MILHÕES

DE CHAMADAS

## QUAIS SÃO OS PRINCIPAIS DESAFIOS ENFRENTADOS PELA EMIRATES ATUALMENTE?

Desde 2012, lançamos mais de 30 novos destinos.

Somente no ano passado, começamos a voar para Erbil, Sialkot, Estocolmo e Boston. É importante que desde o primeiro dia a nossa presença de marca seja muito, muito poderosa, e que tenhamos um sólido engagement de clientes. Nosso pessoal deve ser experiente e deve contar com todas as ferramentas necessárias para realizar o seu trabalho.

Quando se trata de administrar interações em múltiplos canais, os princípios empresariais são os mesmos. Os relatórios são os mesmos. As métricas de qualidade são as mesmas. Isso faz com que nossos clientes tenham a oportunidade de experimentar um atendimento consistente, mas também nos ajuda a entrar no mercado com maior velocidade. Com a Genesys Customer Experience Platform, pudemos implementar esses canais com muita rapidez. Isto significa que não temos que tornar a criar a nossa estratégia cada vez que incluímos um novo canal.

Nossos agentes também sabem o que esperar quando se deslocam de um canal para outro. Quando analisamos os relatórios e os configuramos para um novo canal, continuam sempre baseados na mesma filosofia. Se estamos procurando o reconhecimento de clientes ou a priorização de interações, a estratégia e abordagem também são sempre as mesmas, porque é a mesma plataforma da Genesys para todas essas funções.

Isso realmente nos ajudou a alcançar estes novos destinos com um alto nível de atendimento e rapidez.



"Criamos um contact center virtualizado com múltiplos canais. À medida que incorporamos novos destinos, eles são conectados imediatamente com o nosso contact center virtual."

# O QUE A EMIRATES ESTÁ FAZENDO PARA ADMINISTRAR SEU CRESCIMENTO EM TODOS OS PONTOS DE CONTATO E CANAIS?

Há muitos elementos relacionados com a administração do nosso crescimento.

Instalamos uma plataforma que pode ser implementada globalmente, que é escalável e fácil de instalar, porque nosso negócio está avançando rapidamente.

Do ponto de vista dos agentes, a plataforma tem que contar com uma interface comum, independentemente do canal de operação. Necessitamos que o funcionário que está trabalhando no canal de voz, por exemplo, possa passar rapidamente para o canal de e-mail ou chat na web mantendo sempre a mesma fisionomia ou aspecto deste ambiente. A transição entre canais não deve apresentar discontinuidades. Queremos que o trabalho seja tão fácil quanto possível para nossas equipes.

Em relação aos relatórios, também devem ser uniformes e consistentes. O que estamos procurando é um mecanismo de relatório comum que funcione de forma integrada entre os canais. O histórico do cliente também é fundamental; é muito importante compreender onde começou a interação conosco e quantas vezes entrou em contato. É claro que se o cliente nos chamou várias vezes, poderia haver algum problema ou alguma coisa que deveríamos melhorar.

Do ponto de vista do fornecedor, queríamos alguém que possuísse a mesma mentalidade que nós, o mesmo foco no cliente, e que pudesse proporcionar suporte de forma global. A Genesys tem sido capaz de proporcionar tudo isso. Considero que também é importante destacar que, à medida que incorporamos novos canais, o fornecedor tem que estar aí, conosco. Deve contar com um modelo bastante maduro, compreender profundamente o ambiente de múltiplos canais e realmente trabalhar conosco para proporcionar o que necessitamos e no momento em que ocorre esta necessidade.

# QUAIS FORAM OS BENEFÍCIOS?

Houve muitos benefícios com a nossa plataforma virtualizada.

Em primeiro lugar, temos podido administrar o nosso crescimento sem problemas. Podemos reagir rapidamente no momento exato em que incorporamos novos destinos. Podemos oferecer consistência no atendimento, independentemente do lugar onde estão as pessoas que interagem conosco. Somos muito mais eficientes com esta plataforma virtual. Podemos administrar nossos períodos de intensa e de baixa atividade de forma muito mais eficaz. Em vez de trabalhar com contact centers isolados, aproveitamos todos os recursos de que dispomos. Também obtemos uma grande quantidade de benefícios trabalhando com uma única equipe virtual, porque podemos compreender o engagement de nossos clientes e aprender com os clientes ao redor do mundo.

Do ponto de vista dos custos, percebemos muitos benefícios. No passado, costumávamos desenvolver centrais de reserva em cada destino que atendíamos. Agora isso não é mais necessário. Conseguimos unificar todos esses pontos de contato com os clientes dentro de um único contact center virtualizado. No ano passado, evitamos ter que abrir escritórios em 17 novos destinos incorporados pela empresa. Também pudemos desviar as chamadas dos mercados com alta densidade populacional e trazê-las para o nosso ambiente virtual, economizando recursos em muitas das nossas pequenas estações.

Por último, a qualidade geral dos serviços que oferecemos a nossos clientes melhorou significativamente.



**Administração  
do crescimento**



**Rápida saída  
ao mercado**



**Atendimento  
consistente**



**Mais  
eficiência**



**Aproveitamento  
de todos os recursos**

# QUAL É O FUTURO DA EXPERIÊNCIA DO CLIENTE NA EMIRATES?

Nossos planos para o futuro possuem muitas facetas.



Do ponto de vista tecnológico, estamos trabalhando cada vez mais na área de mídias sociais e dispositivos móveis.

Do ponto de vista da experiência do cliente, estamos analisando como medir a nossa eficácia e como facilitar ainda mais o atendimento aos nossos clientes. Também começaremos a trabalhar com outros departamentos dentro da Emirates para garantir que o engagement do cliente com a empresa seja realmente fluido.

E ainda mais importante, do ponto de vista do treinamento, queremos ter a certeza de que nossos funcionários estão devidamente equipados e felizes com o treinamento que oferecemos. Lançamos um novo programa de treinamento sobre experiência do cliente no ano passado. Tem sido realmente muito bem-sucedido e nossa equipe desfrutou bastante.

Por último, outro ponto que consideramos importante é que vamos compartilhar esta metodologia com outras divisões do grupo Emirates. A Emirates está composta por vários departamentos e queremos ter a certeza de que todo o pessoal do grupo possa aproveitar os investimentos e o sucesso que tivemos com essa plataforma.



# COMIENCE A GESTIONAR LOS VIAJES DEL CLIENTE

Planeje as jornadas do cliente que atravessam múltiplos canais e faça com que toda a sua empresa participe.

Migre para uma única plataforma para obter consistência nas interações.

Faça com que a informação do cliente esteja disponível para a URA e para os agentes em todos os canais e pontos de contato.

# SAIBA MAIS SOBRE A GENESYS CUSTOMER EXPERIENCE PLATFORM

A Genesys Customer Experience Platform garante que a experiência que sua empresa proporciona é a que seus clientes esperam e está adequada a cada etapa de sua jornada. Adaptando a carga de trabalho e a quantidade de pessoal de acordo com cada etapa da jornada do cliente, sua empresa pode fornecer níveis de atendimento mais consistentes em todos os pontos de contato, canais e interações.

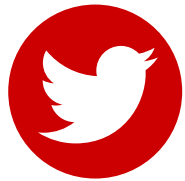
[Assista ao videocast da Gartner](#)

[Conheça as histórias de sucesso](#)

[Solicite uma demonstração](#)



Website: [www.genesys.com/pt](http://www.genesys.com/pt) Fale conosco: **(11) 4950-8500**



A Genesys é líder no mercado de soluções omnichannel para contact centers e gestão da experiência do cliente (CX) na nuvem e em suas instalações. Ajudamos as empresas de todos os tamanhos a gerar uma incrível CX e importantes negócios. A Customer Experience Platform da Genesys habilita ótimas jornadas dos clientes de forma consistente em todos os pontos de contato, canais e interações, transformando cada cliente num defensor da marca. Mais de 4.500 clientes em 80 países confiam na Genesys para orquestrar mais de 100 milhões de interações digitais e de voz todos os dias.

Copyright ©2014 Genesys. 2001 Junipero Serra Blvd. Daly City, CA 94014 EUA  
Todos os direitos reservados. Genesys e o logotipo da Genesys são marcas registradas da Genesys. Todos os demais nomes de empresas e logotipos podem ser marcas comerciais ou marcas comerciais registradas das respectivas empresas.