

# QUATRO MANEIRAS DE RECEBER ELOGIOS DOS CLIENTES COM SEU SISTEMA URA DE VOZ

“ Como podemos projetar um sistema URA que nossos clientes realmente queiram utilizar? ”

Os fornecedores de sistemas URA habilitados para voz devem responder a essa pergunta diariamente. Existe uma razão para a importância dessa questão: desenvolver um sistema URA que atenda às necessidades de todas as partes envolvidas - atendimento ao cliente, equipes de TI e marketing e os próprios clientes - pode ser uma tarefa muito difícil.

Os sistemas URA de fácil utilização, bem desenvolvidos e intuitivos talvez sejam a exceção e não a norma, mas isso não precisa ser assim no caso de sua empresa. De fato, existe a tecnologia para desenvolver sistemas URA rápidos e fáceis de implementar que tornem a experiência do cliente eficaz e agradável.

Aqui apresentamos quatro dicas para que sua empresa possa receber elogios dos clientes por causa de seu sistema URA bem concebido.

## 1: Conheça seus clientes

Uma das principais queixas dos clientes em relação à maioria dos sistemas URA é que os menus são muito extensos, confusos ou inadequados, mesmo para as consultas mais simples. Muitas dessas opções estranhas são o resultado de um conhecimento incompleto sobre as pessoas que telefonam e sobre as informações que elas procuram quando se comunicam com a empresa.

Um bom fornecedor de URA pode ajudá-lo a projetar um sistema baseado no que o seu cliente pretende solucionar quando realiza o telefonema. Em primeiro lugar, deve ser realizada uma pesquisa para determinar o que seus clientes estão solicitando através de seu sistema automático atual e através dos agentes. Depois, será possível desenvolver em conjunto um sistema URA que possa atender essas necessidades específicas. Além disso, é importante manter o conhecimento demográfico das chamadas; os clientes mais jovens podem ser mais propensos a tentar resolver transações complexas através de um sistema automatizado, enquanto os mais velhos talvez prefiram dirigir-se a um agente na primeira dificuldade.

## 2: Evite a saturação

No universo URA, utilizamos o termo "elegante" para referir-nos a um sistema URA bem projetado e habilitado para voz que processa as tarefas adequadamente. Trata-se de uma regra simples: qualquer transação que não possa ser realizada elegantemente pelo cliente através do sistema automatizado deve ser dirigida rapidamente para um agente.

Com a incorporação das tecnologias avançadas de reconhecimento de voz e de gerenciamento de dados utilizadas hoje nos sistemas URA, é tentador para as empresas (e para os fornecedores de URA) tentar automatizar a maior quantidade possível de tarefas. Mas os sistemas URA com excesso de elementos dificultam a navegação dos clientes e muitas vezes acabam aumentando o tráfego de chamadas para os agentes, e isso é exatamente o oposto do que se pretende de uma URA de última tecnologia.

Uma vez que analisou as necessidades atuais de seu call center e definiu a lista de recursos que desejaria instalar em seu sistema URA, sente-se com o seu fornecedor para determinar quais serão as tarefas que poderão ser completadas de forma elegante pelos clientes através do sistema com reconhecimento de voz.

### 3: Envolve os funcionários de atendimento ao cliente

O sistema automatizado URA é o mais importante ponto de contato de seus clientes com sua empresa. Transmite tanto sobre a sua imagem de marca e suas propostas de venda como qualquer campanha de publicidade ou marketing. Por este motivo, na hora de projetar o sistema, envolva os representantes e gerentes de marketing do call center nesta tarefa, em vez de limitar-se somente aos empresários e executivos. Esses funcionários de atendimento ao cliente compartilharão valiosos conhecimentos sobre o que seus clientes consideram mais útil.

### 4: Preste atenção a cada detalhe

Até mesmo o sistema URA mais habilmente concebido e mais cuidadosamente elaborado será insuficiente se pequenos aborrecimentos impedem que seus clientes tenham uma excelente experiência. Por exemplo, considere cuidadosamente o "personagem" do sistema com quem seus clientes vão interagir durante seus contatos telefônicos. Este "personagem" ou papel do sistema deve ser fácil de entender, consistente ao longo de toda a comunicação e não deve aborrecer o cliente, como podem ser aquelas vozes muito impostadas ou artificiais.

As estratégias de recuperação são outro fator que pode conduzir ao êxito ou ao fracasso do sistema URA. Tenha presente que, idealmente, o objetivo é que os clientes não sintam diferença entre falar com o sistema URA e com um ser humano. Quando as pessoas não se entendem, fazem perguntas ou reformulam suas afirmações para manter a fluidez da conversação. Sua URA deve empregar estratégias de conversação semelhantes para manter os clientes confiantes e vinculados quando ocorra algum mal-entendido.

Em 2011, uma pesquisa da American Express constatou que 67% dos clientes desligaram o telefone frustrados porque não puderam falar com um agente. Um sistema URA bem concebido torna o autoatendimento parte da solução e não do problema para ter acesso a um agente.



Sede Corporativa 2001  
Junipero Serra Blvd. Daly  
City, CA 94014 EUA  
Tel: +1 650 466 1100  
Fax: +1 650 466 1260  
info@genesys.com  
www.genesys.com

#### Sobre a Genesys

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 ótimos percursos 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.

Visite-nos em [www.genesys.com/pt](http://www.genesys.com/pt) ou ligue para (11) 4950-8500.

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. © 2014 Genesys. Todos os direitos reservados.