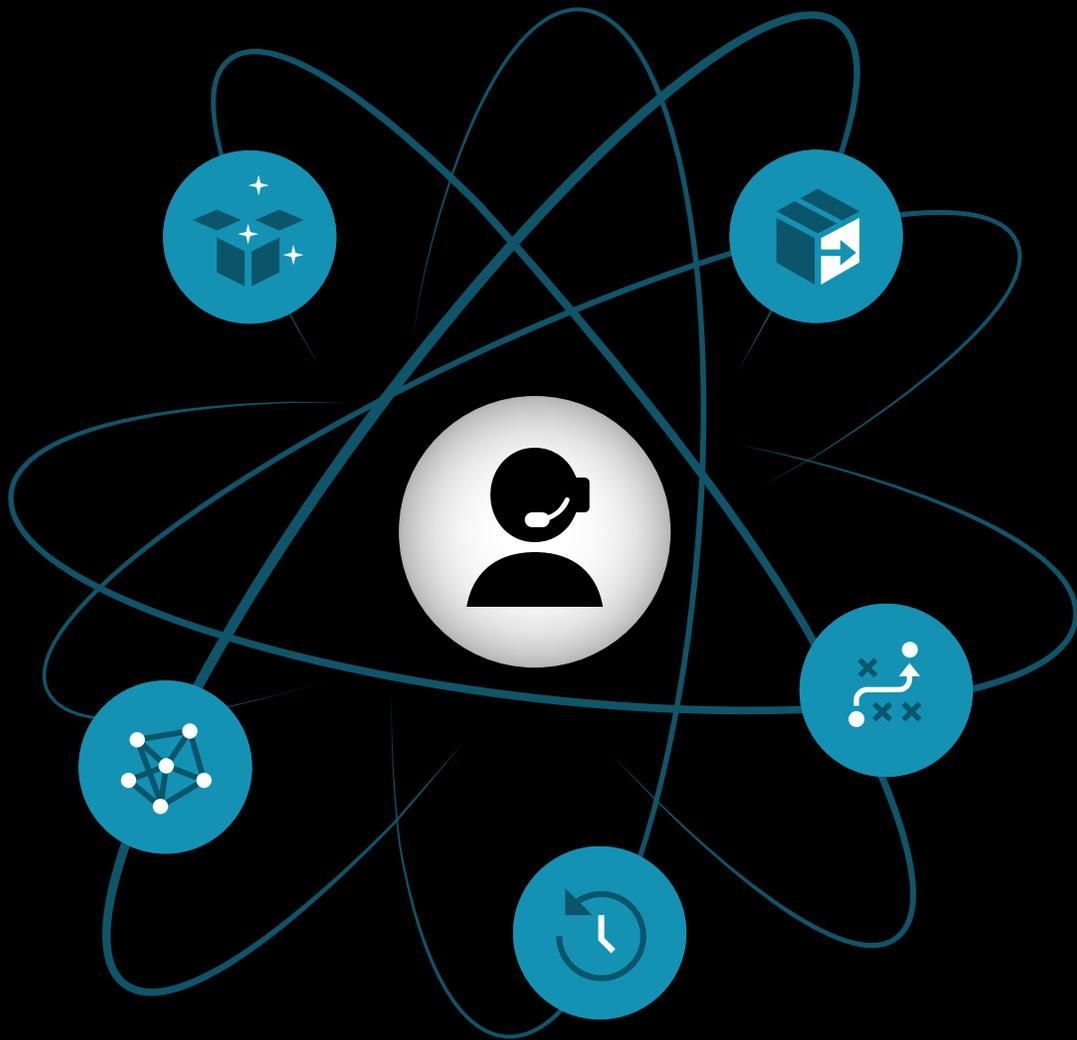


Cinco ingredientes para inflamar o serviço Always-On



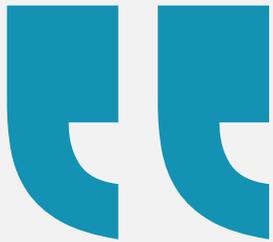
A quem se destina

Este e-book destina-se a líderes de negócios, como VPs de vendas e serviço de atendimento ao cliente, bem como executivos de receita, finanças, operações e tecnologia que:

- Estão enfrentando um volume crescente de solicitações de clientes e expectativas de clientes mais elevadas.
- Querem explorar novas estratégias para melhorar o serviço de atendimento ao cliente, a central de contatos e o serviço de campo.
- Gostariam de ver como as empresas usam a tecnologia para capacitar os agentes de serviço de campo e os clientes.

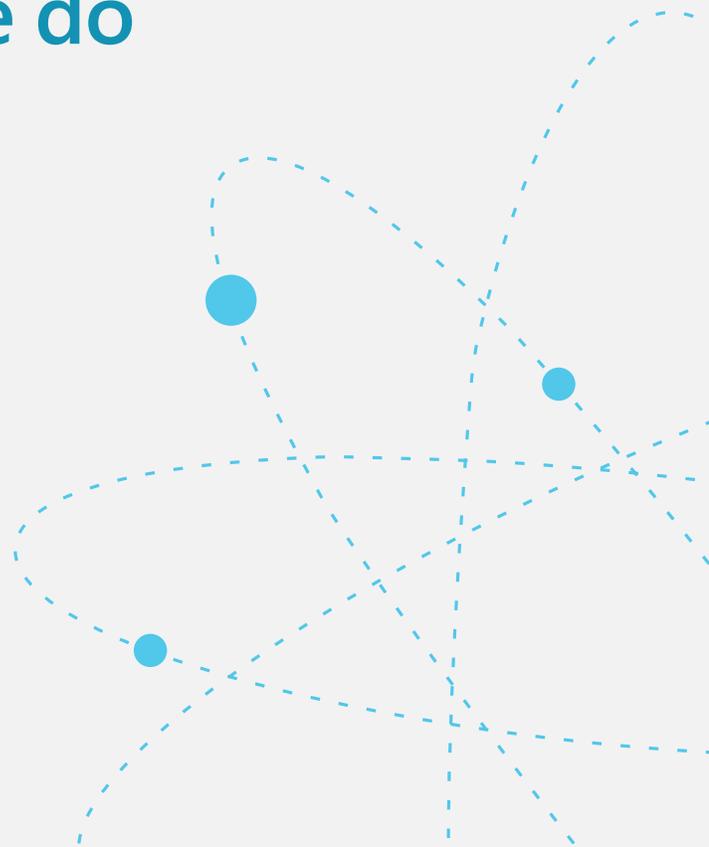


Tempo de leitura estimado: <6 minutos



Embora não tenhamos uma pandemia há muitos anos, podemos analisar a história para supor que haverá grandes mudanças duradouras na mente do cliente."

Blake Morgan
Forbes



Após uma crise, o desafio de atender ao volume e à intensidade das consultas dos clientes aumentou. Há **cinco ingredientes principais** que toda organização de serviços pode incorporar para garantir excelentes experiências do cliente.

1. Manter a qualidade do serviço à medida que as demandas do cliente aumentarem

Pág. 6

2. Aumentar a eficiência e a automação para reduzir custos

Pág. 9

3. Apoiar as equipes remotas para trabalharem com eficiência

Pág. 11

5. Alinhar o serviço de atendimento ao cliente, o serviço de campo, os agentes virtuais e a realidade misturada para criar uma experiência do cliente vinculada

Pág. 13

4. Oferecer experiências conectadas e empáticas aos clientes

Pág. 12



Na mente dos clientes

Na última década, a excelência em serviço tornou-se um diferencial competitivo para as marcas. Em tempos de crise, no entanto, manter um serviço de alta qualidade à medida que o número de solicitações aumenta é mais desafiador.

Os clientes esperam que as organizações ofereçam um serviço excepcional 24/7, independentemente do que esteja acontecendo dentro ou fora da sua organização. As empresas que respondem bem a novos desafios se diferenciarão no curto e no longo prazo. Para fazer isso, elas precisam da tecnologia certa.

Muitas organizações de serviço podem ser tentadas a procurar soluções pontuais para problemas específicos. Aqueles que optam por soluções integradas descobrirão uma vantagem única resultante da síntese de vários elementos vitais. Este e-book explora cada um dos cinco elementos que são fundamentais para desbloquear o potencial de sucesso dos clientes e serviços de campo de cada empresa.





1. Manter a qualidade do serviço à medida que as demandas do cliente aumentarem

Muitas empresas dos EUA estão competindo para acompanhar um aumento nas chamadas de serviço. Essa tendência permanecerá conforme o impacto da pandemia de 2020 atravessar nossas vidas e a economia.

Os serviços financeiros, a manufatura e as organizações do setor público enfrentam alguns dos maiores desafios. Os bancos, por exemplo, podem enfrentar um aumento no número de clientes que tentam se adaptar a novos arranjos para pagamentos de automóveis, cartões de crédito e hipoteca. Os trabalhadores de linha de frente na manufatura estão sob pressão para manter a produção, apesar de haver menos pessoas no trabalho.

As organizações do setor público estão recebendo um número recorde de solicitações de auxílio-desemprego e outros serviços em seus portais e em centrais de contatos. Em muitas indústrias, agentes e técnicos estão enfrentando volumes de casos maiores de clientes que estão estressados e frustrados.

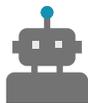




O impacto nas organizações de serviços

Para entender melhor o impacto de uma crise nos departamentos de serviço de atendimento ao cliente, a equipe da [Harvard Business Review](#) da [Tethr](#) (um empreendimento de IA e machine learning) concluiu um estudo de 1 milhão de chamadas de serviço de atendimento ao cliente envolvendo mais de 20 empresas que representam uma ampla seção das indústrias.¹ As chamadas ocorreram entre 11 de março de 2020, quando a OMS declarou a pandemia de COVID-19, e 26 de março de 2020.

A equipe classificou as chamadas de acordo com o nível de esforço necessário para que o cliente atingisse seu objetivo (de fácil a difícil). Ao fim de duas semanas, a empresa média que participava do estudo viu a porcentagem de chamadas na categoria difícil dobrar, de 10% para 20%.



O papel da tecnologia

A tecnologia pode ajudar a resolver esses problemas. Por exemplo, os departamentos de serviço podem automatizar tarefas repetitivas para liberar o tempo valioso do agente. Os clientes também estão se acostumando a interagir com canais self-service, como portais e chatbots. Muitas vezes, os chatbots podem ajudar os clientes a resolver problemas comuns sem envolver um agente ao vivo. Quando necessário, o chatbot pode conectar um cliente com o agente mais adequado para resolver o problema.

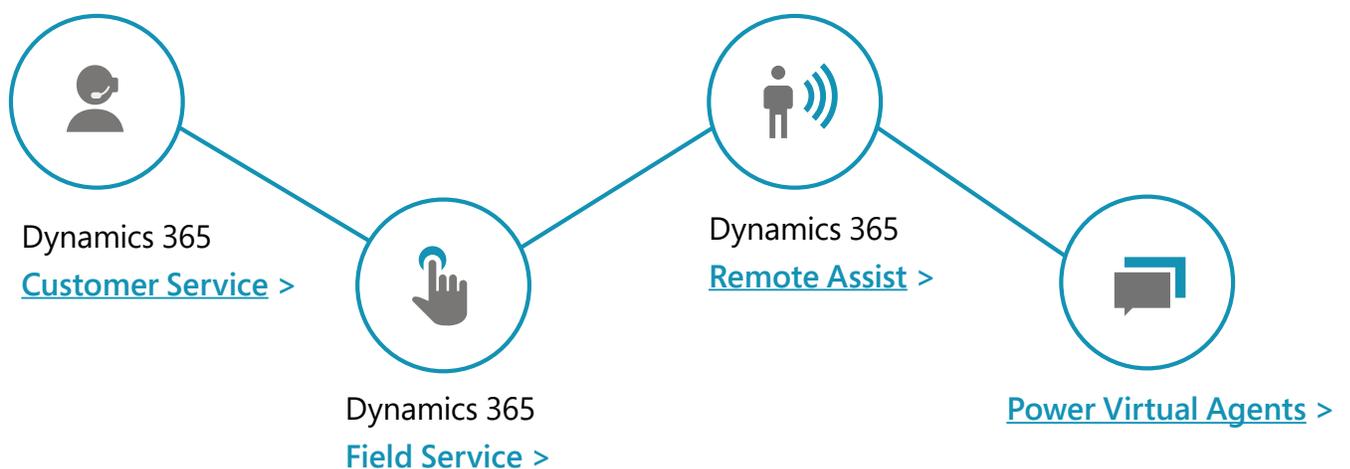
¹["O serviço de atendimento ao cliente durante a crise do coronavírus", Harvard Business Review, 2020.](#)



Os recursos de análise podem fornecer aos agentes de serviço de campo e ao cliente uma visão mais holística dos clientes para tomar decisões melhores. As ferramentas de colaboração ajudam os trabalhadores de linha de frente a apoiar uns aos outros, mesmo quando não estão no escritório.

O verdadeiro poder da tecnologia surge quando essas ferramentas se juntam, com dados e insights passando de agente virtual para agente de serviço de atendimento ao cliente e técnico de campo, proporcionando uma experiência perfeita e positiva para os clientes.

Soluções de organização de serviço para atender ao aumento da demanda do cliente





2. Aumentar a eficiência e a automação para reduzir custos

Embora muitas empresas estejam vendo o número de consultas de clientes aumentar, na maioria dos casos, o tamanho da equipe de serviço e os recursos permaneceram os mesmos ou até mesmo diminuíram devido a demissões. Essa tendência pode continuar por anos, pois as equipes de serviço lidam com departamentos sem recursos necessários e orçamentos limitados. A resposta a esse problema reside na automação.

Há várias maneiras pelas quais as empresas podem reduzir o trabalho administrativo dos agentes e liberar tempo para se concentrarem nos clientes. Elas incluem o foco na automação de processos, como:



Fluxos de trabalho



Gerenciamento de documentos



Revisão e aprovação de documentos

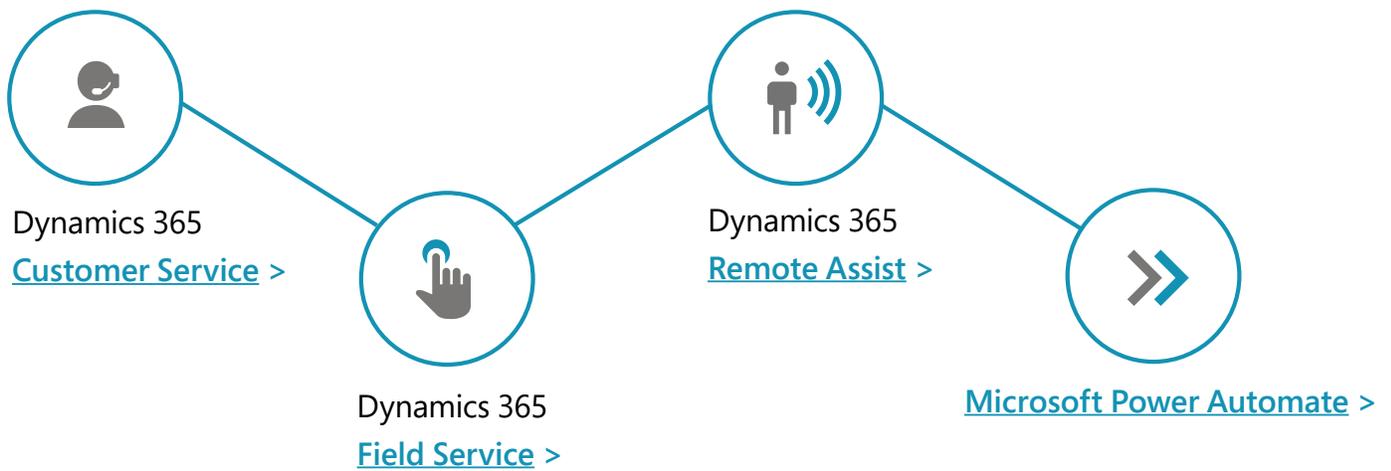


Gerenciamento de solicitações de funcionários



Ao simplificar o gerenciamento de processos de negócios relacionados a serviços, os agentes são mais propensos a ter informações precisas e atender melhor os clientes.

Soluções de serviço para automação



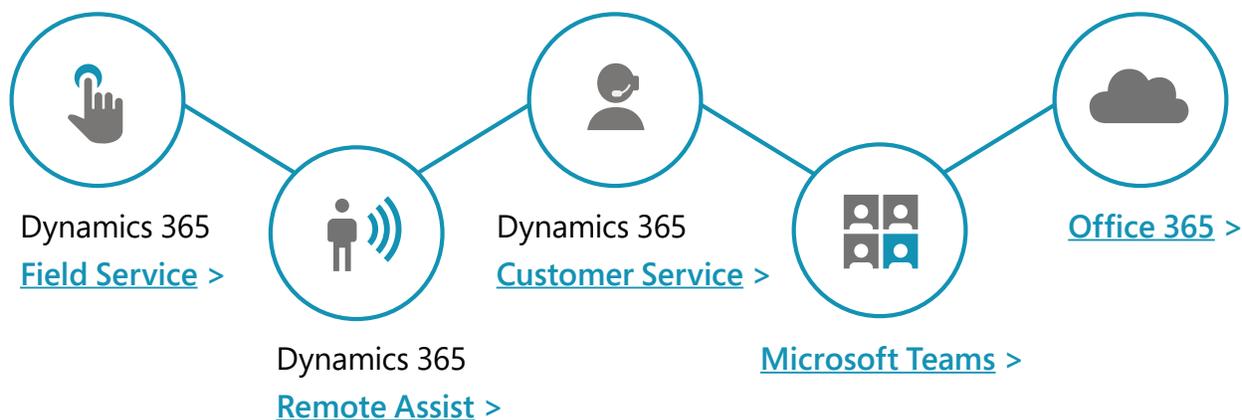


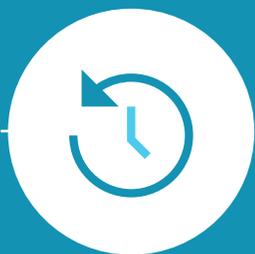
3. Apoiar as equipes remotas para trabalharem com eficiência

As organizações de serviço de atendimento ao cliente também viram uma mudança para mais agentes trabalhando remotamente, uma tendência que os analistas preveem que continuará. Mais agentes trabalhando remotamente podem exigir o aumento do suporte à tecnologia, incluindo investir ou atualizar a tecnologia para os trabalhadores e mudar de centrais de contatos para serviços baseados em nuvem.

As equipes que costumavam trabalhar e colaborar lado a lado também podem se beneficiar de ferramentas e plataformas de colaboração online. Boas ferramentas de colaboração tornam a conexão e a consultoria algo informal e ad hoc fácil para os funcionários.

Soluções de serviço para trabalho remoto



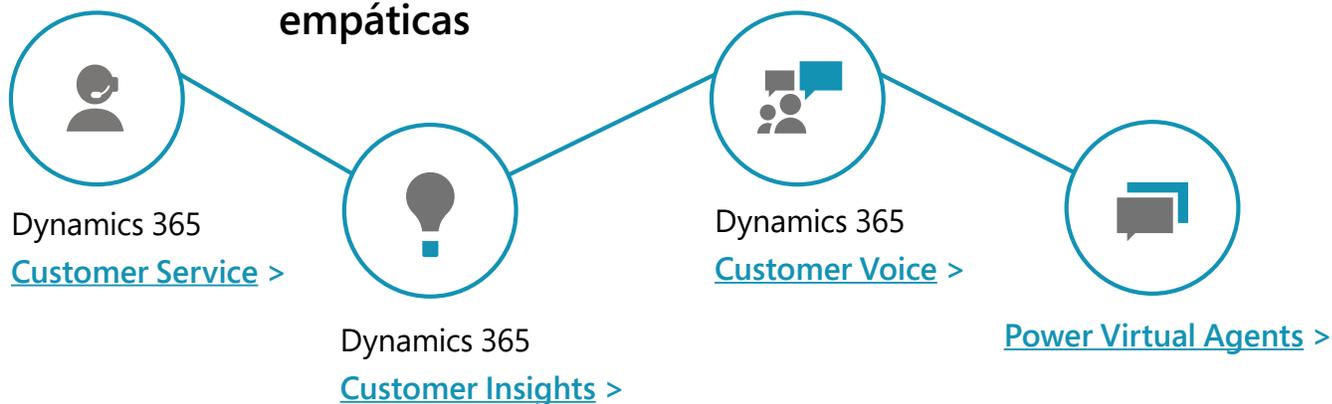


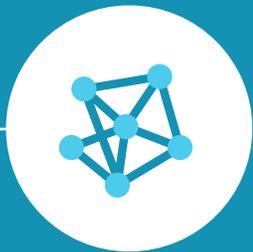
4. Oferecer experiências conectadas e empáticas aos clientes

Tornar-se uma organização centrada no cliente requer informações de alta qualidade, insights sobre os clientes e aplicações de serviço integrados para criar um engajamento mais personalizado em toda a jornada do cliente. Ao adotar uma visão holística dos clientes e reunir dados transacionais, observacionais e comportamentais em tempo real, os profissionais de serviços podem identificar melhor as próximas melhores ações e recomendações de produtos.

As organizações também estão incorporando insights de clientes sobre processos digitais. Por exemplo, se um cliente entrar em um portal self-service, um chatbot habilitado para IA poderá reconhecer o cliente, acessar seu perfil e identificar o produto ou serviço relacionado à consulta. Ter um chatbot que reconhece a pessoa e seu histórico de compras é uma maneira digital de criar uma experiência positiva do cliente.

Soluções de serviço para experiências de cliente empáticas





5. Alinhar o serviço de atendimento ao cliente, o serviço de campo, os agentes virtuais e a realidade misturada para criar uma experiência do cliente vinculada

Quando os líderes de serviço exploram soluções tecnológicas, eles geralmente buscam uma solução para abordar um problema específico. Por exemplo, uma empresa pode comprar um produto de agente virtual para atender a consultas crescentes dos clientes ou investir em uma oferta de realidade misturada para aumentar a produtividade dos técnicos de campo e manufatura, reduzir a necessidade de viagens de especialistas e permitir uma resolução de problemas mais rápida.

O problema dessa abordagem é que as soluções pontuais não têm o elemento crítico para o sucesso do serviço: a integração em todas as aplicações na jornada do cliente.



Torne a integração a base

As empresas que usam soluções pontuais criam trabalho extra para seus agentes, que devem navegar por vários sistemas para ver todas as atividades de um cliente em todos os canais. Uma solução integrada fornece aos agentes uma visão completa do cliente, capacitando-os a fornecer um serviço rápido e personalizado.



Uma abordagem de solução pontual também sobrecarrega os agentes com tarefas administrativas que uma solução integrada pode automatizar. Por exemplo, uma solução integrada pode unir vários aspectos do suporte telefônico, como a criação automática de tickets, gravação de chamadas e a documentação de histórico do cliente, para que os agentes possam se concentrar nas interações do cliente.

Trabalhar com uma solução integrada também oferece aos gerentes uma melhor visibilidade da performance de seus departamentos e agentes individuais, o que pode ajudar a definir metas e direcionamento de treinamento.

As organizações de serviço devem, no mínimo, começar com algumas soluções integradas. Trabalhar com uma plataforma inteira de soluções integradas leva os pontos fortes de cada solução para um novo padrão de performance.

Soluções de serviço D365



Próximas etapas

As organizações de serviço não podem mais comparar os níveis de serviço atuais com os do passado. Os clientes interagem com centenas de fornecedores todos os meses. Assim, eles comparam os negócios não apenas com a performance passada, mas também com todas as outras empresas com as quais eles interagem, dentro e fora da sua indústria.

Os definidores de padrão em um setor, como o varejo, estão entregando níveis de serviço que os clientes esperam de cada empresa. Isso significa que os profissionais de serviço precisam de todas as vantagens possíveis para atender às expectativas dos clientes e oferecer um serviço de qualidade.

A solução de tecnologia integrada certa pode ajudar a atender às necessidades de escalar consultas de clientes usando recursos limitados. Ao adotar uma solução integrada, as informações relacionadas ao cliente podem fluir ao longo da jornada de serviço do cliente, tornando sua experiência mais personalizada, relevante e positiva.

Saiba mais sobre como você pode desenvolver todo o potencial das equipes do cliente e do serviço de campo da sua organização.

[Fale com um consultor de vendas](#)

Microsoft Dynamics 365

©2020 Microsoft Corporation. Todos os direitos reservados. Este documento é fornecido "no estado em que se encontra". As informações e as opiniões expressas nele, incluindo URL e outras referências a sites da Internet, podem ser alteradas sem aviso prévio. Você assume o risco de utilização. Este documento não oferece a você direitos legais sobre a propriedade intelectual de produtos da Microsoft. Você poderá copiar e usar este documento para finalidades internas e de referência.