

Guia estratégico sobre a experiência do cliente

agosto de 2020

Sumário

Introdução	3
Novas realidades do mercado	4
Por que a experiência de cliente importa	5
Uma estrutura estratégica para a transformação da experiência de cliente	7
Pilar: Envolver os clientes	8
Criar interações 1:1 escaláveis	9
Capacitar os clientes a alcançar metas por conta própria	11
Prever as necessidades dos clientes	13
Próximas etapas para aprimorar o customer engagement	15
Pilar: Capacitar os funcionários	16
Criar perfis de clientes de 360 graus	17
Simplificar a colaboração a qualquer hora e em qualquer lugar	19
Incorporar a assistência inteligente nos fluxos de trabalho	21
Próximas etapas para capacitar os funcionários	24
Pilar: Otimizar operações	25
Eliminar silos organizacionais	26
Permitir a agilidade operacional	29
Refinar operações em tempo real	31
Prever futuros para garantir o sucesso	33
Próximas etapas para otimizar operações	35
Segredos para a transformação de experiências de cliente com êxito	36
Sobre o Microsoft Dynamics 365 / PSFK	38

Introdução

Hoje, quase todas as experiências de clientes em diferentes indústrias, desde varejo na loja até serviços bancários pessoais e manufatura, têm orientação ou suporte da tecnologia digital. Os clientes esperam atenção e serviço em qualquer lugar em todas as fases da jornada, desde o alcance de vendas até o atendimento de pedidos e o suporte pós-venda. Para atender às expectativas dos clientes, as empresas devem investir na tecnologia certa para gerar experiências e serviços proativos e pessoais.

O potencial das novas tecnologias de experiência de cliente atuais é empolgante. Desde o aprendizado de máquina até o processamento de linguagem natural e a realidade misturada, as ferramentas e plataformas empresariais de hoje prometem mudar de forma significativa como as empresas interagem com os clientes, a velocidade com que escalam e a precisão com que fazem recomendações e solucionam problemas. Cada interação com o cliente é uma oportunidade para as empresas aprenderem mais sobre cada cliente individual e melhorarem a jornada de ponta a ponta por meio de serviço e tecnologia.

Embora as empresas reconheçam o potencial da tecnologia para melhorar a experiência do cliente, é difícil alinhar novas soluções com os departamentos e cenários de clientes certos para obter seu verdadeiro valor. A tecnologia empresarial só é útil quando entendida e utilizada pelos funcionários. Os líderes empresariais precisam entender como cada decisão ou investimento em tecnologia de experiência do cliente capacitará as equipes a se destacarem em Customer Engagement e eficiência operacional.

Quando focados nos problemas, metas e métricas certos, as soluções digitais atuam em conjunto para conduzir uma empresa a novos níveis de satisfação e sucesso do cliente. Este relatório de tendências foi criado para explorar as tecnologias empresariais mais recentes e compartilhar como eles estão afetando a experiência do cliente por meio de Customer Engagement, produtividade dos funcionários e eficiência operacional. Juntos, esses sistemas oferecem experiências de clientes modernas e unificadas, ajudando sua empresa a superar as ações de concorrentes e, o mais importante, as expectativas de clientes.

Novas realidades do mercado

Os clientes estão mais envolvidos

O mundo agora prioriza dispositivos móveis e tem fluidez digital. Como resultado, os clientes esperam que marcas e empresas estejam sempre disponíveis no momento certo e no lugar certo para oferecer experiências consistentes, convenientes e personalizadas.

A confiança em marcas e empresas foi afetada

A mídia social ampliou a voz do cliente e democratizou a influência e o acesso às informações. As opiniões de amigos e colegas têm maior impacto. Nunca foi tão fácil mudar para um concorrente. Os clientes agora têm controle.

Clientes e mercados avançam em tempo real

Os sistemas herdados e as operações em silos não podem mais acompanhar o ritmo. Para serem bem-sucedidas, as marcas e as empresas precisam permitir que pessoas e processos respondam rapidamente às mudanças, quando elas ocorrem, para proporcionar experiências excepcionais e capturar novas oportunidades de receita.

Os dados são o recurso mais valioso

Marcas e empresas se baseiam em uma grande quantidade de informações geradas por operações internas e interações com clientes que abrangem canais e plataformas, mas grande parte desse potencial não é realizado. Para realmente capitalizar, as empresas precisam adotar uma abordagem integrada capaz de extrair insights acionáveis e compartilhá-los em toda a organização.

Novos caminhos para escalar

Equilibrar os recursos existentes com novos investimentos para promover o crescimento continua sendo um desafio para qualquer organização. A adoção de ferramentas de automação inteligente traz ganhos significativos em produtividade e eficiência, liberando os funcionários para focarem tarefas centradas no cliente e na inovação para melhorar o resultado final.

Por que a experiência de cliente importa

A experiência de cliente leva ao customer engagement positivo

94%

94% dos consumidores que classificam a experiência de cliente da empresa como “ótima” estão “muito propensas” a comprar mais produtos ou serviços dessa empresa no futuro. 95% dos consumidores que classificam a experiência de cliente da empresa como “ótima” estão “muito propensas” a recomendar a empresa.

[ROI de experiência do cliente, XM Institute, 2019](#)

82%

82% dos compradores de negócios e 59% dos consumidores estão dispostos a pagar mais por uma ótima experiência.

[Relatório de estado do cliente conectado, Salesforce, 2019](#)

A experiência de cliente melhora o resultado final



A transformação digital e o foco na experiência do cliente podem gerar um aumento de 20-30% na satisfação do cliente, um aumento de 10 a 20% na satisfação dos funcionários e ganhos econômicos de 20-50%.

[O que importa nas transformações de experiência do cliente, McKinsey, 2019](#)



63% dos executivos cujas empresas adotaram a IA relatam que isso levou a um aumento na receita nas áreas de negócios onde ela foi usada e 44% dizem que a IA reduziu custos.

[Pesquisa global de IA, McKinsey, 2019](#)



Entre 2018 e 2019, as organizações que implantaram a inteligência artificial tiveram um crescimento de 4% para 14%.

[Pesquisa da agenda CIO 2019, Gartner, 2018](#)

A experiência de cliente traz a vantagem competitiva



81% das grandes empresas pretendem aumentar o foco na experiência do cliente no próximo ano.

[O estado de gerenciamento de experiência do cliente, XM Institute, 2019](#)



93% dos líderes de TI dizem que a tecnologia avançada voltada para o cliente é essencial para a empresa competir. 77% dos líderes de TI estão investindo mais na experiência do cliente.

[Relatório de tendências tecnológicas corporativas, Salesforce, 2019](#)



Quando se trata de inovação, 35% das empresas de alta performance foram as primeiras a se posicionar em relação a 11% das empresas de baixa performance.

[Estado de inovação, CB Insights, 2018](#)



70% dos profissionais de alta performance são ágeis o suficiente para responder rapidamente às demandas e insights do consumidor versus 37% dos funcionários com baixa performance. 72% dos profissionais de alta performance coletam continuamente informações sobre as expectativas, tendências e comentários dos consumidores versus 54% dos funcionários com baixa performance.

[Experiência do consumidor na Renascença do varejo, Deloitte Digital e Salesforce, 2018](#)

Uma estrutura estratégica para a transformação da experiência de cliente

Envolvimento dos clientes

- Criar interações 1:1 escaláveis
- Capacitar os clientes a alcançar metas por conta própria
- Prever as necessidades dos clientes

Capacitação dos funcionários

- Criar perfis de clientes de 360 graus
- Simplificar a colaboração a qualquer hora e em qualquer lugar
- Incorporar a assistência inteligente nos fluxos de trabalho

Otimização das operações

- Eliminar silos organizacionais
- Permitir a agilidade operacional
- Refinar operações em tempo real
- Prever futuros para garantir o sucesso

Pilar: Envolver os clientes

Quando se trata da experiência do cliente, as organizações se destacam quando não apenas ao lidar com as preocupações do comprador, mas também ao investir na criação de relacionamentos proativos e personalizados com o público-alvo. Os clientes não se veem como problemas a serem resolvidos, mas como indivíduos com metas e necessidades específicas — e esperam que as marcas entendam e tratem isso. Ao associar as práticas recomendadas de envolvimento do cliente com soluções digitais orientadas a dados, como sistemas CRM sincronizados e serviço de antecipação impulsionados pela IA, as empresas podem garantir que cada interação seja relevante, pessoal e eficaz.



“Os consumidores sabem que as empresas podem oferecer uma experiência perfeita, personalizada e envolvente — é isso que esperam cada vez que encontram uma marca. A organização como um todo desempenha um papel importante para atender essa expectativa.”

Christi Olson, diretor de difusão para pesquisa, Microsoft

Habilitar soluções

- **Perfis de dados de clientes unificados:** as plataformas de dados abrangentes do cliente agregam informações sobre clientes de cada canal e cada etapa da jornada do usuário para extrair insights acionáveis sobre necessidades e preferências.
- **Curadoria computadorizada:** as plataformas de aprendizado de máquina encontram padrões em comportamentos, opções e comentários de clientes para personalizar recomendações e planos de ação futuros.
- **Pesquisa guiada:** o processamento de linguagem natural aproveita o big data da sua empresa para orientar clientes sobre os produtos ou as respostas necessárias, com o mínimo de atrito e frustração.
- **Serviço proativo:** usando dados históricos e em tempo real coletados de interações de 1 para 1, dispositivos habilitados para IoT e outros pontos de contato do cliente, o software baseado em IA prevê necessidades, bloqueios ou eventos futuros e altera o curso dos negócios para abordar essas situações antes mesmo que ocorram.

Criar interações 1:1 escaláveis

Os clientes têm tempo e atenção limitados. Para eliminar o acúmulo de informações, notificações e comunicações que definem o panorama atual, eles esperam personalização e relevância. Os perfis de dados do cliente unificado e os sistemas CRM avançados permitem que as empresas ofereçam serviços personalizados e de alto nível que superam as expectativas dos clientes. Essas plataformas inteligentes rastreiam e analisam as preferências, os objetivos e o histórico de envolvimento dos clientes, juntamente com fatores externos, como mudanças nas condições do mercado, para fornecer um nível de serviço de concierge antes limitado apenas aos melhores agentes do cliente. O gerenciamento de relacionamentos orientados por dados cria conexões com o cliente, aumenta a satisfação e alimenta a demanda, tudo em escala empresarial.

Dados de apoio

“”

“A parte importante de uma experiência de compra da Nike é que, com aprendizado de máquina e IA, podemos fazer com que todas as experiências digitais na Nike sejam únicas e pessoais. Desejo que um dia você sinta que tem sua própria loja pessoal com curadoria personalizada em nossas experiências de aplicações.”

Heidi O'Neill, presidente da Nike Direct

62%

A maior personalização no varejo leva a um aumento de 40% na ordem de valor médio e a um aumento de 110% no número de itens comprados.

**Nível de personalização no varejo,
Boston Consulting Group, 2019**

Como isso se manifesta

24 Hour Fitness

Escala de personalização por meio de análise de dados inteligente

Para se destacar em um mercado competitivo, a academia de ginástica 24 Hour Fitness, com sede nos EUA, conectou dados de marketing e vendas com o Microsoft Dynamics 365 e o Adobe Experience Cloud no Microsoft Azure, enviando mensagens de marketing personalizadas a todos os membros. Ao aplicar a análise de dados ao marketing de membros, a abordagem de personalização baseada em inteligência da 24 Hour Fitness acabou impulsionando experiências personalizadas em grande escala para os milhões de membros em mais de 400 academias. Ao colaborar com a Microsoft para criar novas soluções, a 24 Hour Fitness conseguiu alcançar clientes de novas maneiras surpreendentes, oferecendo a membros antigos e novos membros o mesmo nível de personalização e ajudando mais pessoas a atingirem metas de condicionamento físico do que antes.

[Saiba mais](#)

Citizens Bank

Produtos financeiros personalizados de acordo com objetivos e estágios de vida dos compradores

O grupo financeiro Citizens Bank lançou uma nova iniciativa de serviços bancários, o Made Ready, que adapta os produtos financeiros da empresa aos estágios atuais dos clientes na vida ou nos negócios. Utilizando dados de clientes individuais, o Citizens Bank organiza produtos e serviços em torno de uma experiência relevante para a jornada de cada cliente, como candidatar-se a uma vaga na faculdade, comprar a primeira casa, iniciar um negócio ou planejar a aposentadoria. Voltado mais especificamente aos clientes mais jovens, o Made Ready foca as necessidades financeiras relevantes do milênio, incluindo empréstimos de ponto de venda e refinanciamento de empréstimo estudantil.

citizensbank.com

Capacitar os clientes a alcançar metas por conta própria

Na nossa era de tecnologia onipresente, os clientes estão cada vez mais confortáveis navegando, comprando e até mesmo solucionando problemas por conta própria antes de recorrer às marcas para obter suporte. Em vez de atrapalhar a independência do cliente, as empresas podem melhorar a experiência automatizando etapas da jornada, removendo obstáculos e desenvolvendo suportes fáceis de usar que simplifiquem o processo e capacitem os clientes a obter mais por conta própria.

Dados de apoio

57%

Quando um cliente de varejo está online e uma opção de self-service é disponibilizada para ajudá-lo, 57% dos clientes dizem que costumam testar uma opção de self-service antes de procurar o serviço de atendimento ao consumidor.

[Relatório de varejo, CFI Group e Radial, 2019](#)

“”

“As organizações de serviço de atendimento ao consumidor precisam tornar o self-service fácil e eficaz. Ele deve conectar o cliente à resposta ou à resolução certa. O self-service deve ser entregue quando o cliente está envolvido, com compreensão completa do contexto e do fluxo de suas ações na aplicação utilizada.”

[Os clientes desejam self-service — isso é bom para eles e para você, Forrester, 2019](#)

Como isso se manifesta

Directly

Produtos financeiros personalizados de acordo com objetivos e estágios de vida dos compradores

Ao colaborar com um provedor de software, a Directly, para automatizar ofertas de serviço de atendimento ao consumidor, a Microsoft associou apoiadores da marca à IA para criar uma experiência de suporte ao cliente mais eficiente e autoalimentada. Embora a IA treinada trate de questões mais simples, os especialistas em produtos e serviços são livres para cuidar de questões mais complexas. Por conseguir resolver uma média anual de 2 milhões de interações de suporte ao cliente, a abordagem do trabalhador de gig da Directly ajudou a Microsoft a explorar uma equipe de trabalho já treinada e a escalar de maneira eficaz as equipes de suporte em momentos críticos ao longo do ano, agregando valor aos clientes que buscam soluções instantâneas. Esse nível de serviço autoalimentado levou a Microsoft a atingir pontuações de satisfação do cliente acima de 90%, enquanto 25% de todos os problemas do Xbox agora podem ser resolvidos automaticamente.

[Saiba mais](#)

Ethos

O aprendizado de máquina simplifica aplicações de seguro de vida

A Ethos, uma empresa de seguros diretamente ao consumidor, usa o aprendizado de máquina e a análise de big data para reduzir o tempo e os problemas que os clientes enfrentam para comprar um seguro de vida. O seguro de vida tradicional é vendido aos clientes por meio de agentes e todo o processo leva em média 15 semanas, às vezes exigindo que os clientes passem por exames médicos e exames de sangue extensos. Para simplificar a experiência, a Ethos solicita que os clientes preencham um rápido questionário online, que é verificado com registros médicos. Os dados pessoais passam por análise algorítmica em relação aos padrões de big data para gerar várias cotações de seguros, que os clientes podem revisar e selecionar no navegador. Ao simplificar o desenvolvimento de cotações, a Ethos melhora o acesso ao seguro e orienta os clientes a tomar decisões embasadas ao escolher políticas.

ethoslife.com

Prever as necessidades dos clientes

À medida que as empresas aproveitam os sistemas e softwares conectados, as ferramentas de IA aprendem com comentários e uso repetido para entender melhor as necessidades e os objetivos do cliente. Por meio desse ciclo de performance e comentários, as experiências baseadas em IA evoluirão do fornecimento de suporte reativo à oferta de serviços proativos, que inclui automatizar tarefas regulares, oferecer assistência just-in-time e diagnosticar problemas para resolver possíveis problemas antes que eles ocorram. Os clientes buscarão empresas que estejam equipadas para gerenciar a experiência do cliente dessa forma proativa.

Dados de apoio



“Temos a tradição de criar ótimos relatórios reativos. Agora, a área que se apresenta como o gatilho para análise é a área de manutenção preditiva.”

[Peter Wallin, arquiteto de soluções de BI, Volvo Group](#)



Espera-se que a análise da jornada do cliente aumente para quase USD 25,93 bilhões até 2026.

[Oportunidades do mercado de análise da jornada do cliente global, Verified Market Research, 2019](#)



A manutenção preditiva envolvendo IA pode gerar uma redução de 10% nos custos anuais de manutenção, uma redução de até 20% no tempo de inatividade e uma redução de 25% nos custos de inspeção.

[Aprimorando a inteligência com IA, McKinsey, 2017](#)

Como isso se manifesta

Lexmark

Prever as necessidades dos clientes por meio de dispositivos baseados em nuvem e IoT

A Lexmark, fabricante de impressoras e provedora de serviços de nuvem, combinou dispositivos conectados à IoT com a plataforma de CRM baseada em nuvem da Microsoft, o Microsoft Dynamics 365 Field Service, para oferecer uma funcionalidade de serviços de campo conectados, resultando na oferta de suporte preditivo que permitiu aos agentes de serviço de campo da Lexmark identificar problemas, resolvê-los e entregar todas as peças de reposição necessárias para o técnico certo toda vez, em grande escala.

Ao aproveitar o Dynamics 365 para rastrear e analisar continuamente os dados de impressoras vinculadas à IoT — pense em tempo, localização, taxas de uso e sazonalidade — as equipes da Lexmark podem utilizar os recursos de modelagem visual no Azure Machine Learning para criar um algoritmo que calcula o fornecimento de toner e o tempo de esgotamento de uma impressora, por sua vez, determinando o tempo ideal de envio de suprimentos de substituição aos clientes, comprovando que se trata de uma experiência positiva para eles.

[Saiba mais](#)

Marvis por Juniper Mist

Os mecanismos de IA conseguem prever e corrigir problemas de conectividade da Internet

O software de gerenciamento de rede Juniper Mist associa IA e big data para corrigir problemas proativamente em redes de Internet locais com fio e sem fio. A empresa lançou o mecanismo de IA, Marvis, para rastrear a performance da rede, resolver automaticamente problemas de conectividade, quando possível e fornecer à equipe de TI uma análise de causa raiz e sugestões de próximas etapas, quando necessário. Ao gerenciar a conectividade para empresas, organizações, espaços públicos e até mesmo redes automotivas autônomas, a Marvis oferece aos clientes corporativos uma experiência de Internet mais confiável e sem complicações.

mist.com/juniper

Próximas etapas para aprimorar o customer engagement

- > Os clientes esperam que você mantenha uma visão de 360 graus de sua jornada. Invista na unificação de perfis de dados do cliente para acompanhar as experiências completas e identificar os obstáculos mais comuns.
- > A jornada do cliente continua, independentemente do dispositivo utilizado por clientes. Comprometa-se em desenvolver uma experiência perfeita em todos os canais e garantir que plataformas de dados de clientes operem de um ponto de vista Omni-Channel.
- > Os clientes gravitam para serviços que facilitam a vida e marcas úteis permanecem prioritárias. Integre recursos de IA em produtos e sistemas, permitindo que eles aprendam com interações repetidas, personalizem com base no envolvimento do usuário e prevejam futuras necessidades e desafios.
- > Respeite os conjuntos de habilidades dos usuários finais. Sejam eles consumidores de varejo, médicos de hospital ou tomadores de decisão corporativos, desenvolva interfaces fáceis de usar que os ajudem a alcançar objetivos sem exigir o domínio de novos softwares.

Pilar: Capacitar os funcionários

Seja trabalhando individualmente ou como parte de uma equipe, os funcionários são o bem mais valioso da empresa no desenvolvimento de soluções inovadoras e no fornecimento de serviços excepcionais. No entanto, os funcionários trabalham melhor quando são capacitados por plataformas digitais e ferramentas que automatizam tarefas tediosas, fornecem insights em tempo real sobre os clientes e facilitam novas formas de colaboração. Aliando a experiência dos funcionários com software ágil, as empresas liberam os funcionários para concentrar tempo e esforços no pensamento criativo e na resolução de problemas.



“À medida que a IA ajuda os líderes a lidar com tarefas operacionais de maneira mais eficaz, eles mudam o foco para melhor capacitar os funcionários. Isso significa confiar nas pessoas para abordar os desafios de sua própria maneira e garantir que elas estejam equipadas para trabalhar da melhor maneira possível. Resumindo, os líderes podem mudar de gerentes para mobilizadores com mais eficiência.”

Michel van der Bel, presidente da Microsoft EMEA

Habilitar soluções

- **Software de colaboração de realidade misturada:** as plataformas RA e VR permitem que a interação de funcionários de equipes ou escritórios sobre conceitos, designs e esquemas de produtos em tempo real.
- **Análise de sentimento:** o software de IA processa dados de reconhecimento facial, voz e texto para ajudar os funcionários a entender melhor os estados emocionais dos clientes ou colegas de equipe e ajustar o curso de ação de acordo.
- **Assistência remota em tempo real:** os funcionários podem aproveitar as plataformas de streaming de vídeo e realidade aumentada criptografadas para ver em primeira mão o que os clientes ou outros funcionários enfrentam e fornecer assistência ou solução instantânea de problemas.

Criar perfis de clientes de 360 graus

Para oferecer a personalização e o reconhecimento que os clientes esperam, as empresas devem investir na sincronização de perfis de clientes e no aproveitamento de ferramentas analíticas robustas do cliente, que podem ser acessadas por funcionários em qualquer plataforma e em qualquer estágio da jornada do cliente. Mesmo quando os clientes passam entre agentes e em diferentes canais, essa visão de 360 graus do histórico de cada cliente permite que os funcionários em todos os níveis de uma organização tratem o cliente como um indivíduo valorizado e garantam que eles recebam uma experiência consistente com um toque pessoal.

Dados de apoio

“”

“Penso onde nossos clientes estão crescendo e na necessidade de atendê-los em suas jornadas individuais, com experiências pessoais baseadas nos dados e no que sabemos sobre eles. A jornada de cada pessoa é única e essas jornadas não são mais lineares.”

Beth Johnson, CMO, Citizens Bank

“”

“A ambição de usar dados não é apenas para automatizar, mas de fato equipar [os funcionários] com ferramentas e insights que lhes permitam fazer coisas que não seriam capazes de fazer de outra forma.”

Brad Klingenberg, diretor de algoritmos, Stitch Fix

Como isso se manifesta

AEP Energy

Perfis de clientes unificados criam uma visão de 360 graus e uma experiência mais personalizada

Para se alinhar melhor com as crescentes expectativas dos clientes, o provedor nacional de soluções de energia AEP Energy adotou o Microsoft Dynamics 365 Customer Insights, uma solução de plataforma de dados do cliente. Ao fazer isso, a AEP Energy pode criar perfis de clientes unificados ao reunir normalmente fontes de dados transacionais em silos como CRM e planejamento de recursos corporativos, bem como dados comportamentais na forma de uso real do produto para criar uma verdadeira visão de 360 graus do cliente. Com uma visão mais detalhada de um cliente, as equipes de serviço de atendimento ao consumidor da AEP Energy conseguem ajudar os clientes a entender melhor os diferentes produtos e serviços que a empresa de energia tem a oferecer, com um serviço consultivo mais personalizado. Enquanto isso, ao combinar os perfis unificados dos clientes com a IA, os agentes da AEP Energy são capazes de aplicar insights, identificando quais clientes potenciais estão mais propensos a se tornarem clientes, bem como qual conta existente responderia positivamente a um novo serviço de energia ou, alternativamente, as contas que correm o risco de sair e precisam de maior suporte do serviço de atendimento ao consumidor.

[Saiba mais](#)

Stitch Fix

Mapas de estilo do cliente informam recomendações dos estilistas

O serviço de estilistas pessoais online Stitch Fix usa a IA e o aprendizado de máquina para fornecer aos estilistas insights que aperfeiçoem recomendações aos clientes. Ao analisar as preferências de moda autoproclamadas pelos compradores, bem como o comportamento de compra deles, a Stitch Fix gera um mapa de estilo para cada cliente, composto por centenas de peças de roupas sugeridas. Os estilistas usam informações desses mapas de estilo, bem como suas próprias relações pessoais com os compradores, para organizar remessas regulares de novos produtos para os clientes. Com o suporte de mapas de estilo abrangentes, a equipe da Stitch Fix de 3.000 estilistas pode personalizar o serviço para 3,2 milhões de compradores.

[stitchfix.com](https://www.stitchfix.com)

Simplificar a colaboração a qualquer hora e em qualquer lugar

Os funcionários se beneficiam ao trabalharem juntos, mas os momentos de cooperação e colaboração não precisam necessariamente ocorrer na mesma sala. Os serviços de comunicação de streaming, os espaços de colaboração de realidade misturada e as plataformas de assistência remota permitem que várias funções em uma organização — desde representantes de serviço de campo, equipe de vendas até especialistas no assunto — operem juntas e preencham lacunas de habilidades, estejam as pessoas no mesmo local ou trabalhando remotamente. Essas soluções capacitam a comunicação e a solução de problemas em tempo real, acelerando os tempos de implementação e resolução ao dividir silos departamentais.

Dados de apoio

36%

Entre os principais desafios citados pelos fabricantes que têm o potencial de descarrilar investimentos em soluções inteligentes no futuro, 36% citaram “lacunas de habilidades técnicas” que impedem que eles se beneficiem de seu investimento.

Criação de valor duradouro na era da IA e da IoT: como preparar a sua empresa para o futuro, Intel, 2019

50%

Até 2022, mais de 50% dos prestadores de serviços de campo oferecerão ao cliente uma experiência digital que permita a interação bidirecional e a iniciação do fluxo de trabalho por meio de vários canais humanos e não humanos.

Quadrante Mágico para Gerenciamento de Serviços de Campo, Gartner, 2019

Como isso se manifesta

Chevron

Ferramentas de AR permitem a colaboração simplificada a qualquer hora, em qualquer lugar

Para criar um ambiente de trabalho confiável, seguro e colaborativo em cada uma das instalações, a Global Energy Corporation Chevron usa o Microsoft Dynamics 365 Remote Assist e o HoloLens para melhorar a performance dos funcionários. Ao analisar como os funcionários usam a tecnologia, a Chevron apresentou o HoloLens para garantir que os engenheiros possam dedicar mais tempo ao trabalho de valor agregado e alcançar o próximo nível de digitalização. Para a Chevron, o HoloLens facilita dois serviços distintos: o primeiro é o especialista remoto, em que a empresa pode colocar qualquer especialista em qualquer lugar do mundo em menos de um minuto para fornecer soluções guiadas e o segundo é a inspeção remota, em que os inspetores da Chevron são capazes de observar remotamente a criação e as operações em qualquer instalação em tempo real e sugerir proativamente atualizações ou alterações. Ao conseguir transportar especialistas digitalmente para áreas e instalações de difícil acesso no mundo inteiro, os engenheiros da Chevron são capazes de simplificar fluxos de trabalho, reduzindo despesas em toda a empresa e melhorando o resultado final da Chevron.

[Saiba mais](#)

Walgreens

Os dispositivos acessórios conectam os funcionários da loja ao apoio humano e à assistência de IA

A rede de farmácias norte-americana Walgreens equipou os funcionários do varejo com dispositivos acessórios sem uso das mãos que os conectam à equipe na loja, bem como a um assistente inteligente. Além de pedir suporte adicional à equipe, os associados da loja podem interagir com um assistente com inteligência artificial para acessar informações sobre o estoque da loja, a marca Walgreens e a experiência do consumidor. Com planos de implementar o assistente de voz em todas as 9.560 lojas, a Walgreens conectará os funcionários de varejo à rede corporativa, permitindo que as equipes de armazenamento aprimorem a experiência para clientes e pacientes.

walgreens.com

Incorporar a assistência inteligente nos fluxos de trabalho

Até mesmo os funcionários mais bem treinados exigem suporte adicional ao lidar com cenários especialmente complexos. As organizações estão implantando software com consciência contextual para entender as necessidades da equipe no momento e conectá-la com os recursos para ter êxito. Ferramentas voltadas para os funcionários, como a IA conversacional, podem fornecer informações relevantes e análise de sentimento para agilizar a solução de problemas e evitar uma escalada. Além disso, programas e ferramentas de treinamento em tempo real podem ser integrados diretamente a fluxos de trabalho diários, mantendo os agentes atualizados sobre os recursos e conselhos mais recentes e melhorando a performance.

Dados de apoio



Em uma pesquisa com mais de 500 trabalhadores, apenas 10% dos entrevistados sentiram que poderiam controlar como gastavam o tempo no trabalho.

Pesquisa sobre comunicação no local de trabalho, RescueTime, 2018



Os CIOs automatizarão 10% das tarefas de TI e procurarão obter alta qualificação para todos.

Previsões para 2020, Forrester, 2019

Pilar: Capacitar os funcionários



“Nossos clientes esperam chegar aos destinos em segurança e no prazo, faça chuva ou faça sol. É por isso que estamos adicionando uma plataforma de aprendizado de máquina à matriz de ferramentas nos bastidores para que os mais de 80.000 [funcionários] da Delta resolvam problemas ainda mais rapidamente e com maior eficácia, mesmo nas situações mais desafiadoras.”

Erik Snell, vice-presidente sênior do centro de operações e atendimento ao consumidor, Delta



“O objetivo é ajudar as pessoas agregando e digerindo dados e, depois, criando insights a partir deles. A sala de controle fornecerá informações e previsões, mas o ser humano é quem toma a decisão. À medida que os sistemas se tornam mais inteligentes, podemos migrar para a automação completa pela IA. Isso pode liberar as pessoas para se concentrarem em coisas que a IA não pode fazer: relacionamentos, problemas na cadeia de suprimento ou com clientes e gerenciamento de trabalhadores.”

Stuart Wong, gerente sênior de grupo, remanufatura avançada e centro de tecnologia

Como isso se manifesta

KPMG

A assistência inteligente incorporada simplifica fluxos de trabalho

A organização de serviços profissionais KPMG trabalhou com a Microsoft para integrar a solução de serviços cognitivos do Microsoft Azure aos fluxos de trabalho de clientes financeiros e ajudá-los a automatizar transcrições e analisar comunicações por fraude, deturpação, violações de dados e outros riscos de conformidade. Ao combinar a análise de risco do cliente e vários componentes de serviços cognitivos, como serviços de fala, análise de texto e compreensão de linguagem para transcrever chamadas gravadas, detectar padrões de texto e palavras-chave específicos e sinalizar riscos de conformidade, a KPMG ajuda os clientes a cumprir responsabilidades de conformidade – e gerenciar riscos de negócios – com flexibilidade e precisão, em grande escala. Ao transformar a velocidade com que a KPMG pode atender às necessidades de conformidade do cliente, a empresa agora pode fornecer insights úteis em duas a quatro horas, ajudando os clientes a reduzir em até 80% o tempo, o esforço e o custo da transcrição e a análise de chamadas.

[Saiba mais](#)

EmployBridge

O software de linguagem natural melhora as ligações do serviço de atendimento ao consumidor

A empresa de pessoal industrial EmployBridge se conecta com clientes, bem como potenciais candidatos ao trabalho por telefone diariamente, enfatizando a necessidade da empresa de interação telefônica eficiente e de alto nível. Para apoiar esse objetivo, a EmployBridge implementou um software de IA para treinar os funcionários, analisando as chamadas de representantes da linha de frente com os clientes. O programa software como serviço aplica o processamento de linguagem natural e detecção de ar morto para determinar a satisfação do cliente e onde os agentes podem ter lacunas de conhecimento. Ao identificar agentes com bom desempenho, o software pode replicar as práticas recomendadas entre outros funcionários e, ao mesmo tempo, aumentar as chamadas ao vivo com insights que podem ser usados para personalizar e aprimorar a experiência do cliente. O suporte telefônico aumentado permite que a EmployBridge reduza o tempo de integração para novos funcionários, aumente o controle de qualidade das chamadas telefônicas e identifique estratégias bem-sucedidas para implementar na empresa inteira.

employbridge.com

Próximas etapas para capacitar os funcionários

- Reserve um tempo para entender as necessidades e frustrações específicas de cada departamento; alguns departamentos precisam de ajuda para pesquisar arquivos e bancos de dados, enquanto outros precisam de suporte no momento das conversas. Integre as soluções digitais apropriadas, como pesquisas de banco de dados e ferramentas de processamento de linguagem natural, para atender às necessidades específicas.
- Não se esqueça também de pesquisar a melhor experiência do usuário para ferramentas de funcionários. Embora as equipes corporativas ou de back-office prefiram uma aplicação baseada em desktop, os funcionários de campo e os associados de varejo provavelmente exigirão dispositivos acessórios ou sem o uso da mãos.
- Considere como as plataformas de suporte podem ajudar a preencher lacunas de conhecimento. Seja na integração de novos funcionários ou no suporte em uma situação muito complexa, a assistência baseada em IA pode reduzir a dependência constante do suporte da equipe sênior.
- Embora muitas empresas apoiem a colaboração remota ou entre escritórios, nem todas dispõem de tempo para verificar quais ferramentas digitais tornam esse trabalho mais eficaz. Garanta que as ferramentas de trabalho remoto forneçam comunicação rápida, bem como reuniões presenciais digitais ou espaços virtuais necessários para criação conjunta de funcionários.
- Continue a monitorar e gerenciar a satisfação dos funcionários com ferramentas de suporte digital. Desenvolva relacionamentos estreitos com provedores de tecnologia para garantir que os funcionários estejam cientes dos recursos completos dos produtos e que as atualizações de produtos estejam de acordo com os comentários e as necessidades da sua empresa.

Pilar: Otimizar operações

Adotar a transformação digital não significa simplesmente adicionar mais tecnologia em operações existentes. Ela exige que as organizações revejam modelos de negócios e reorganizem pessoas, informações e processos para acelerar a velocidade dos negócios e prever novas oportunidades. Essa abordagem requer sistemas de dados e software com ferramentas analíticas e inteligência incorporadas para potencializar insights compartilhados e estratégias coesas em todos os departamentos, incluindo finanças, manufatura, cadeia de suprimento, varejo e distribuição.



“Com nossos clientes, estamos vendo os primeiros sinais da realização de benefícios por meio da IA, na maioria das vezes por meio da melhoria nas eficiências da qualidade dos produtos, da produção e da cadeia de suprimento e na eficácia de operações de serviço.”

Chris Harries, diretor global de soluções da indústria de manufatura, Microsoft

Habilitar soluções

- **Infraestrutura como serviço:** os sistemas fornecem recursos de computação virtualizados pela Internet, tornando a personalização menos dependente de sites de servidores físicos ou software de alta computação.
- **Desenvolvimento com pouco código:** as novas plataformas aproveitam os componentes de arrastar e soltar e as interfaces gráficas do usuário permitem que os funcionários com pouca ou nenhuma experiência em codificação programem aplicações para resolver necessidades não atendidas. As plataformas também são sofisticadas o suficiente para dar suporte a desenvolvedores profissionais em cenários relevantes.
- **Aplicações Open Source:** o software Open Source permite que a equipe inspecione, monitore e contribua com os trabalhos digitais ou de dados uns dos outros, acelerando o processo de alinhamento, colaboração e inovação.
- **Manufatura em qualquer lugar:** mesmo com a análise de dados em tempo real, as empresas devem atualizar processos de back-end para atuar em insights instantâneos. A manufatura just-in-time reduz os tempos de fluxo dos sistemas de produção para trazer ideias para o mercado mais rapidamente.
- **Análise preditiva:** ao usar técnicas como modelagem estatística e aprendizado de máquina, a análise preditiva gera e refina previsões sobre clientes, mercados ou tendências para que as empresas atuem sobre isso.

Eliminar silos organizacionais

Ao evoluírem além dos silos de informações, as organizações estão adotando soluções flexíveis baseadas em nuvem que lhes permitem unificar firmemente sistemas e operações de dados. Essa estrutura centralizada permite que equipes internas e parceiros externos trabalhem juntos com maior eficácia, compartilhando uma visão única e confiável de processos, relacionamentos e informações.

Dados de apoio

80%

Mais da metade das empresas pretende reduzir os gastos com software na infraestrutura local, enquanto 80% esperam impulsionar os investimentos em SaaS e na nuvem pública.

[Pesquisa de gastos de TI, Flextera, 2020](#)



Até o final de 2019, mais de 30% dos novos investimentos em software dos provedores de tecnologia terão migrado do modelo que prioriza a nuvem para somente nuvem.

[Previsão: Serviços de nuvem pública, mundial, 2016-2022, atualização no 4º trimestre de 2018, Gartner, 2019](#)

70%

Até 2022, 70% das organizações terão uma estratégia de nuvem formal.

[Formular uma estratégia de nuvem no contexto de sua estratégia geral, Gartner, 2019](#)

Pilar: Otimizar operações



“As marcas que realmente têm dificuldades são aquelas que operam online e na loja online em silos, em sistemas que nunca foram criados com outros canais em mente. A chave para o Omni-Channel é ter um único sistema para dados unificados em tempo real: estoque, clientes e pedidos.”

Stephan Schambach, fundador e CEO, NewStore



“A migração para a nuvem não se resume apenas à nuvem. As organizações que adotam modelos operacionais dinâmicos e baseados em nuvem se posicionam para otimizar o custo e aumentar a competitividade.”

Ed Anderson, Ilustre vice-presidente e analista, Gartner

Como isso se manifesta

Dr. Martens

Eliminar silos organizacionais por meio de uma cadeia de suprimento conectada à nuvem

A icônica marca de calçados britânica Dr. Martens colaborou com a Microsoft para substituir aplicações herdadas pelo Microsoft Dynamics 365 e evoluir recursos de varejo e comércio eletrônico para criar uma experiência de compra Omni-Channel. Aproveitando o Microsoft Power BI, o Power Pivot e o self-service para acessar instantaneamente dados em canais operacionais e de clientes, as equipes da Dr. Martens agora têm as ferramentas para tomar decisões de negócios embasadas. Desde o acesso instantâneo a dados de clientes precisos e armazéns virtuais que fornecem visibilidade de estoque em tempo real em diferentes canais, o varejista de calçados consegue garantir que a quantidade certa de produto seja enviada para a loja certa dentro de um prazo de entrega mais curto, reduzindo o potencial de falta ou excesso de produtos em estoque na rede global inteira e melhorando as comunicações organizacionais.

[Saiba mais](#)

Destino

Sistema de estoque otimizado torna o reabastecimento mais eficiente

O grande varejista Target está desenvolvendo um novo sistema de planejamento e controle de estoques para permitir que as prateleiras sejam reabastecidas com mais eficiência. O sistema será capaz de localizar o posicionamento de estoque com mais precisão em toda a cadeia de suprimentos, permitindo que o Target reduza o excesso de estoque nos bastidores da loja e organize melhor as remessas. Essas alterações devem minimizar o número de passos necessários para reabastecer as áreas de vendas e reduzir o número de horas que os funcionários gastam no reabastecimento.

target.com

Permitir a agilidade operacional

O ritmo acelerado de negócios atual exige que as organizações tenham infraestrutura de software e sistemas flexíveis para acelerar e escalar operações. As empresas estão criando soluções ágeis de dados e aplicações, como interfaces com pouco código e plataformas de Open Source que facilitam a resposta às mudanças no mercado, além de investir em tecnólogos para aprender novas habilidades e explorar soluções criativas para ficar à frente da concorrência.

Dados de apoio

“”

“[Adotar SaaS, PaaS e IaaS] significa mais estabilidade do sistema, escalabilidade em qualquer lugar, projeto aprimorado [retorno sobre o investimento] e elasticidade. Esses benefícios são filtrados para nossos clientes e membros na forma de produtos mais econômicos, agilidade no processamento de reivindicações e mais inovações.”

Derek Scheepers, diretor de operações de TI, PPS



Metade dos desenvolvedores dizem que adotaram ou pretendem adotar uma plataforma com pouco código como parte do fluxo de trabalho.

O estado da adoção da plataforma de pouco código, Forrester, 2019

“”

“Vemos o Open Source como um grande impulsionador da inovação na comunidade de engenharia.”

Julia Liuson, vice-presidente corporativa da divisão de desenvolvedores da Microsoft

Como isso se manifesta

Toyota

Habilitar a agilidade operacional promovendo soluções criadas por funcionários

Em parceria com a Microsoft, a fabricante de automóveis Toyota permitiu que os funcionários em vários departamentos e disciplinas criassem suas próprias aplicações, de forma rápida e simples, resolvendo ineficiências cotidianas por meio de uma abordagem com pouco código/sem código. Com o Microsoft Power Apps, os funcionários se tornam desenvolvedores comuns, criando facilmente aplicações ou personalizando soluções existentes para atender às suas necessidades, ajudando o pessoal de recursos humanos e de departamentos de gerenciamento de instalações a economizar em custos de material, digitalizando processos baseados em papel e reduzindo o tempo gasto na entrada manual de dados. Como uma solução que permite que os funcionários da Toyota se adaptem de maneira rápida e eficiente, o Power Apps fornece uma saída para que os funcionários abordem as ineficiências do dia a dia específicas de fluxo de trabalho, melhorando a performance geral e a velocidade de inovação em toda a Toyota.

[Saiba mais](#)

Nutanix

Funcionários não engenheiros codificam softwares personalizados

Na empresa de tecnologia Nutanix, a programação com pouco código é uma prioridade estratégica. A organização treina engenheiros, engenheiros de rede e outros especialistas em infraestrutura para criar scripts e automatizar códigos, permitindo que refinem conhecimentos à medida que as operações avancem para a nuvem pública. A empresa também treinou certa equipe de não engenharia para usar ferramentas com pouco código para criar ou melhorar fluxos de trabalho. A nutanix espera que o aprendizado de máquina torne mais fácil para os chamados “desenvolvedores cidadãos” desenvolver suas próprias soluções digitais; por exemplo, o CIO da empresa espera que mais da metade das tarefas de Service Desk sejam tratadas pelo código gerado pelos funcionários desenvolvido por meio da aprendizagem de máquina.

[nutanix.com](https://www.nutanix.com)

Refinar operações em tempo real

Enquanto as empresas dependiam de painéis atualizados periodicamente e relatórios mensais para medir a eficiência, as organizações hoje precisam analisar informações e fazer ajustes operacionais continuamente. Munidas de dados e ferramentas em tempo real, como painéis e notificações no momento, as empresas estão equipando os principais tomadores de decisão com a capacidade de fazer ajustes operacionais em tempo real, como otimizar os níveis de pessoal, realocar recursos, ajustar designs de produtos e ajustar o inventário.

Dados de apoio

“”

“Recebemos dados [em tempo real] que entram no centro de suporte. Podemos ver cada dose de espresso preparada e acompanhar centralmente se há uma máquina que precisa de ajuste ou manutenção e que nos permite melhorar a qualidade das doses que extraímos.”

Kevin Johnson, CEO, Starbucks

“”

“Como parte da transformação digital, estamos nos esforçando para que nossos funcionários de primeira linha se responsabilizem por mais informações, permitindo se conectar melhor a produtos e processos, transmitindo informações que nos ajudem a melhorar continuamente o que chamamos de abordagem centrada no operador.”

Peter Stamp, diretor de informações, Alcoa

Como isso se manifesta

AccuWeather

Refinar operações em tempo real por meio de inteligência baseada em IA

A empresa de previsão do tempo global AccuWeather usa o Microsoft Azure e o Microsoft Dynamics 365 para obter inteligência em relação aos padrões climáticos e fornecer previsões precisas e oportunas, além de poder tomar decisões de tempo e negócios em tempo real. Para empresas que dependem de soluções corporativas personalizadas da AccuWeather, o serviço de previsão meteorológica é capaz de fornecer insights sobre os possíveis efeitos de tempestades e temperaturas à medida que surgem, ajudando clientes a tomar decisões mais informadas e em tempo real em cadeias de suprimento com base em possíveis interrupções ou mudanças nos níveis de demanda. Além disso, combinando a análise preditiva com os dados de vendas de clientes, a AccuWeather é capaz de aliviar problemas de fornecimento sazonal com base no clima ou identificar o produto mais procurado de um cliente dentro de padrões climáticos recorrentes, informando as operações da cadeia de suprimento de forma impactante.

[Saiba mais](#)

IKEA

Decisões da cadeia de suprimentos em tempo real reduzem o desperdício das devoluções

O varejista de artigos domésticos IKEA está analisando os dados da cadeia de suprimento em tempo real para melhorar o processo de gerenciamento de devoluções, reduzindo a sobrecarga e o impacto ambiental da empresa. Em 10 centros de distribuição e 50 locais de varejo da IKEA, o software de aprendizado de máquina é usado para rotear o estoque devolvido e em excesso para o local de varejo ideal na rede da empresa. Ao fazer ajustes instantâneos na logística reversa, a IKEA reduz custos e desperdícios operacionais, canalizando o estoque para os canais de maior valor do varejista.

[ikea.com](https://www.ikea.com)

Prever futuros para garantir o sucesso

Organizações de todas as indústrias e tamanhos dependem de previsões: os varejistas preveem a demanda do consumidor, as seguradoras preveem riscos e os médicos antecipam as taxas de doença por temporada. As soluções analíticas estão extraindo insights de métricas tradicionais, como performance de negócios e mercado, juntamente com novas fontes de dados que incluem mídias sociais e comentários de clientes para gerar previsões mais robustas que as empresas podem usar para informar operações, orientar iniciativas estratégicas e gerar inovações.

Dados de apoio



Espera-se que o tamanho do mercado de análise preditiva global seja avaliado em USD 23,9 bilhões até 2025, registrando um CAGR de 23,2% no período de previsão.

Grand View Research, Inc, 2019



“Isso ainda não está difundido, mas veremos uma mudança de análise em tempo real para análise preditiva no próximo ano.”

Brian Solis, diretor analista e futurista, Altimeter



“Agora somos capazes de tomar decisões estratégicas importantes com base em mais informações. Os dados tornaram-se mais válidos, pois agora são formalizados em um sistema blindado, não mais baseados no conhecimento individual. É incrível ver como essa nova tecnologia tem conseguido, até agora, otimizar e melhorar tarefas muito demoradas.”

Michael Bøgh Linde Vinther, diretor de planejamento global de laticínios, Arla

Como isso se manifesta

Starbucks Deep Brew

Recomendações personalizadas também são previsões

Na aplicação móvel, a rede de cafés Starbucks está usando a tecnologia de aprendizado de reforço para oferecer aos clientes sugestões personalizadas de cafés, que também informam o planejamento de estoques em locais da Starbucks. A Starbucks usa a plataforma Azure da Microsoft para capacitar a iniciativa Deep Brew, que gera recomendações personalizadas de alimentos e bebidas com base na hora do dia, em pedidos anteriores e em fatores contextuais, como o clima. Esse mecanismo de recomendação também é usado para prever a demanda de lojas locais da Starbucks, afetando pedidos de estoque e reabastecimento, prevendo necessidades de pessoal e antecipando a manutenção de equipamentos.

starbucks.com

Arla Foods

Cooperativa de laticínios usa a IA para melhorar previsões de produção de leite

A cooperativa de laticínios dinamarquesa Arla Foods usa software com IA para calcular melhor a produção futura de leite, considerando variáveis como mudanças sazonais, aspectos geográficos e o número de fazendeiros que adotam novos tipos de leite. Antes de desenvolver o software, a Arla calculou manualmente as previsões usando planilhas do Excel. Agora, a previsão da Arla pode ser concluída em várias horas. Ao calcular a quantidade de leite que 1,5 milhão de vacas nas 10.300 fazendas produzirão vários meses antes, a Arla pode gerenciar ordens de fornecedor e preparar as instalações de processamento para produzir 440 milhões de litros de leite para o mercado de forma mais eficiente e sustentável.

arla.com

Próximas etapas para otimizar operações

- > Concentre os recursos de TI e dados em projetos de missão crítica.
- > As ferramentas responsivas e preditivas são tão bem-sucedidas quanto a infraestrutura de dados que as alimenta. Garanta que os sistemas internos de gerenciamento de dados sejam bem gerenciados e mantidos e que os dados sejam totalmente confidenciais.
- > As ferramentas analíticas são inúteis sem ação. Garanta que os departamentos relevantes estejam comunicando, compartilhando e modificando planos e processos em conformidade.
- > Os comentários regulares são fundamentais para refinar as ferramentas de otimização e previsão. Certifique-se de que os modelos algorítmicos estejam sendo treinados em loops de comentários robustos.
- > Crie uma cultura subjacente que ofereça suporte a testes/integração/implantação contínuos e capacite a equipe de trabalho para desenvolver novas abordagens para criar e fornecer software.
- > Provavelmente, cada funcionário da equipe é um usuário de software corporativo. Permita que a engenharia e equipes de TI ouçam o que eles têm a dizer e seus comentários antes de fazer atualizações ou alterações na empresa inteira.

Segredos para a transformação de experiências de cliente com êxito

Soluções criadas para flexibilidade

- > As organizações devem procurar sistemas de software e aplicações capazes de atender às suas necessidades e objetivos definidos atuais, permitindo flexibilidade para se adaptarem às prioridades em constante mudança.
- > A solução certa estabelece um ambiente de dados, comunicação e aplicação que facilita a evolução e a extensão das operações de negócios existentes, apresentando tecnologias que permitam aos usuários criar soluções onde elas ainda não existam.

Negócios sem silos

- > As operações unificadas permitem que grupos diferentes trabalhem juntos de forma mais eficaz com uma visão única e confiável de processos, relacionamentos e dados.
- > Essa abordagem ajuda a eliminar redundâncias, garantindo que a organização inteira e os parceiros principais tenham acesso às ferramentas e informações certas a serem executadas em um nível ideal.

Decisões habilitadas por insights acionáveis

- > As interações do cliente ocorrem em tempo real. Uma compreensão de 360 graus de cada jornada única é imprescindível para personalizar a experiência e atender às necessidades no momento.
- > As organizações devem passar de um modelo reativo a um proativo de responsividade. Isso requer acesso aos dados certos e ser capaz de fazer as perguntas certas para prever mudanças e planejar adequadamente.

Serviço e suporte Always On

- > Um mercado global nunca está fazendo negócios. As organizações devem ter soluções em vigor para atender a essa mentalidade Always On.
- > O aproveitamento de ferramentas de IA, como chatbots, assistentes de voz e insights personalizados, pode permitir interações sem atritos, 24 horas por dia, sete dias por semana.

Automação para acelerar sinergias e inovação

- > A RPA, a IA e outras soluções não só trazem agilidade e eficiência, mas também oferecem o potencial de expandir os recursos operacionais. Uma equipe de trabalho híbrida traz novos recursos para a tabela que podem oferecer a próxima inovação revolucionária.
- > A automação inteligente permite que funcionários automatizem tarefas repetitivas, manuais e demoradas para funções para que possam se concentrar em trabalho mais estratégico, de agregação de valor para a organização.

Sobre o Microsoft Dynamics 365

O Dynamics 365 é um conjunto de aplicações de negócios inteligentes que ajuda empresas de diferentes portes a aproveitar os dados para gerar mais demanda, orquestrar experiências de compradores personalizadas, criar relacionamentos em grande escala e tomar decisões orientadas por insights em toda a jornada do cliente. Esse poderoso conjunto de ferramentas oferece um sistema integrado que fornece insights acionáveis a todos os funcionários de linha de negócios e linha de frente relevantes da sua organização. Ao incluir o Dynamics 365 na caixa de ferramentas da sua organização, você descobrirá os insights preditivos e reativos que podem ajudar as equipes a criar a experiência ideal do cliente.

[Solicite uma demonstração ao vivo](#)

Sobre a PSFK

A PSFK é a principal plataforma de inteligência de negócios do mundo para inovação no varejo e na jornada da experiência do cliente. Em todos os principais mercados verticais da indústria, ajudamos as marcas mais progressivas a identificar e aproveitar novas oportunidades de experiência de comprador por meio de uma combinação de relatórios de tendências, eventos imersivos, conteúdo rico em insights, workshops de ideias e serviços de pesquisa em qualquer lugar.

Piers Fawkes

Presidente e fundador
piers.fawkes@psfk.com
+1 646.520.4672

Scott Lachut

Presidente de pesquisa e estratégia
scott.lachut@psfk.com
+1 646.520.4672

PSFK

2 Hartsook Lane,
Beacon, NY 12508
psfk.com | @psfk