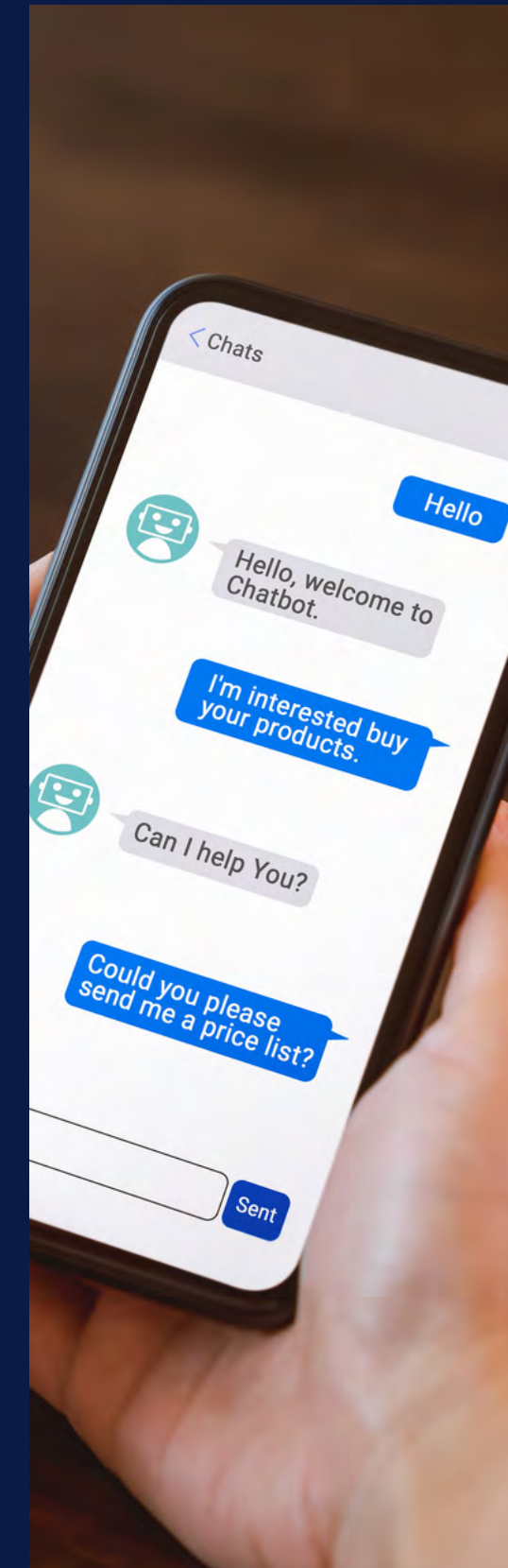
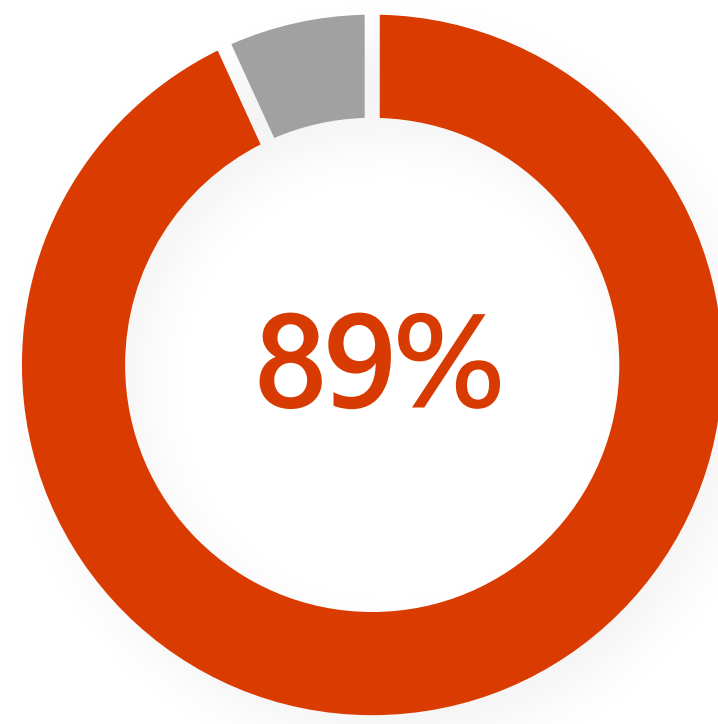


Cinco segredos para preparar o sucesso do seu serviço de atendimento ao consumidor para o futuro



Por que escrevemos isto

A crise da saúde da COVID-19 revelou uma oportunidade para as organizações melhorarem o serviço de atendimento ao consumidor. Ao aumentar a empatia e adicionar a tecnologia e a automação certas, você poderá manter os clientes mais fiéis.



89% das empresas com experiências de cliente "significativamente acima da média" têm melhor desempenho financeiro do que seus concorrentes.¹



Tempo de leitura estimado: menos de 7 minutos

Estas informações são para você se:

- Você quiser saber como o desenvolvimento da empatia impulsiona o sucesso do serviço de atendimento ao consumidor.
- Você desejar prever a resposta do cliente e resolver problemas com mais rapidez.
- Você quiser entender como a automação pode oferecer suporte ao seu pessoal.
- Você não tiver certeza se sua solução de suporte e os agentes de serviço funcionam bem juntos.
- Você desejar que seu serviço de atendimento ao consumidor use tecnologia e automação.

¹ "The Global State of XM, 2020", Qualtrics XM, 2020.

Sumário

Introdução

O serviço de atendimento ao consumidor mudou e as organizações precisam se adaptar

Página 4

Segredo 1

A empatia é fundamental

Página 5

Segredo 2

A comunicação frequente e aberta é essencial para a resolução de conflitos

Página 8

Segredo 3

Combine plataformas e tecnologias para atender aos clientes onde eles estiverem

Página 11

Segredo 4

Um bom ajuste entre solução de suporte/ agente de serviço cria fidelidade e retenção

Página 13

Segredo 5

Tecnologia e automação tornam o serviço de atendimento ao consumidor perfeito para todos

Página 16

Conclusão

Ganhe clientes para a vida toda com o Microsoft Dynamics 365 Customer Service

Página 19

O serviço de atendimento ao consumidor mudou e as organizações precisam se adaptar

Quando a crise sanitária da COVID-19 começou, os centros de contato tiveram picos sem precedentes no volume de chamadas dos clientes sobre o que, até então, eram necessidades inesperadas. Ao mesmo tempo, muitas empresas repentinamente mudaram a forma e o local de trabalho dos funcionários, o que incluía a implantação de novas tecnologias de comunicação e colaboração.

Ao longo do caminho, aprendemos que, mesmo quando as condições são desafiadoras, os clientes têm grandes expectativas. Quando 80% dos clientes em uma pesquisa nacional dizem que o serviço de atendimento ao consumidor precisa ser mais empático e responsivo, claramente há alguma insuficiência.

Os clientes querem um lugar onde possam resolver seus problemas. Os funcionários do serviço de atendimento ao consumidor também desejam um único lugar com insights que os equipem com as informações certas no momento certo, recursos automatizados que os ajudem a prever problemas e ferramentas de colaboração integradas e de ponta a ponta que melhorem as experiências dos agentes e dos clientes.

Neste manual, apresentamos formas de garantir que sua empresa ofereça o melhor serviço de atendimento ao consumidor à medida que avançamos. Nele, vamos:

- Identificar as mudanças que estão acontecendo no serviço de atendimento ao consumidor, bem como as alterações que ainda são necessárias.
- Apresentar ferramentas e soluções, tanto em termos de liderança quanto de serviços, para ajudar você a navegar com êxito por essas mudanças.
- Fornecer um plano de ação que as organizações possam usar para suas operações de serviço de atendimento ao consumidor.

² "Customer Support Through the Eyes of Consumers in 2020", Hiver, 2020.

Segredo 1

A empatia é fundamental



Os níveis de frustração são altos

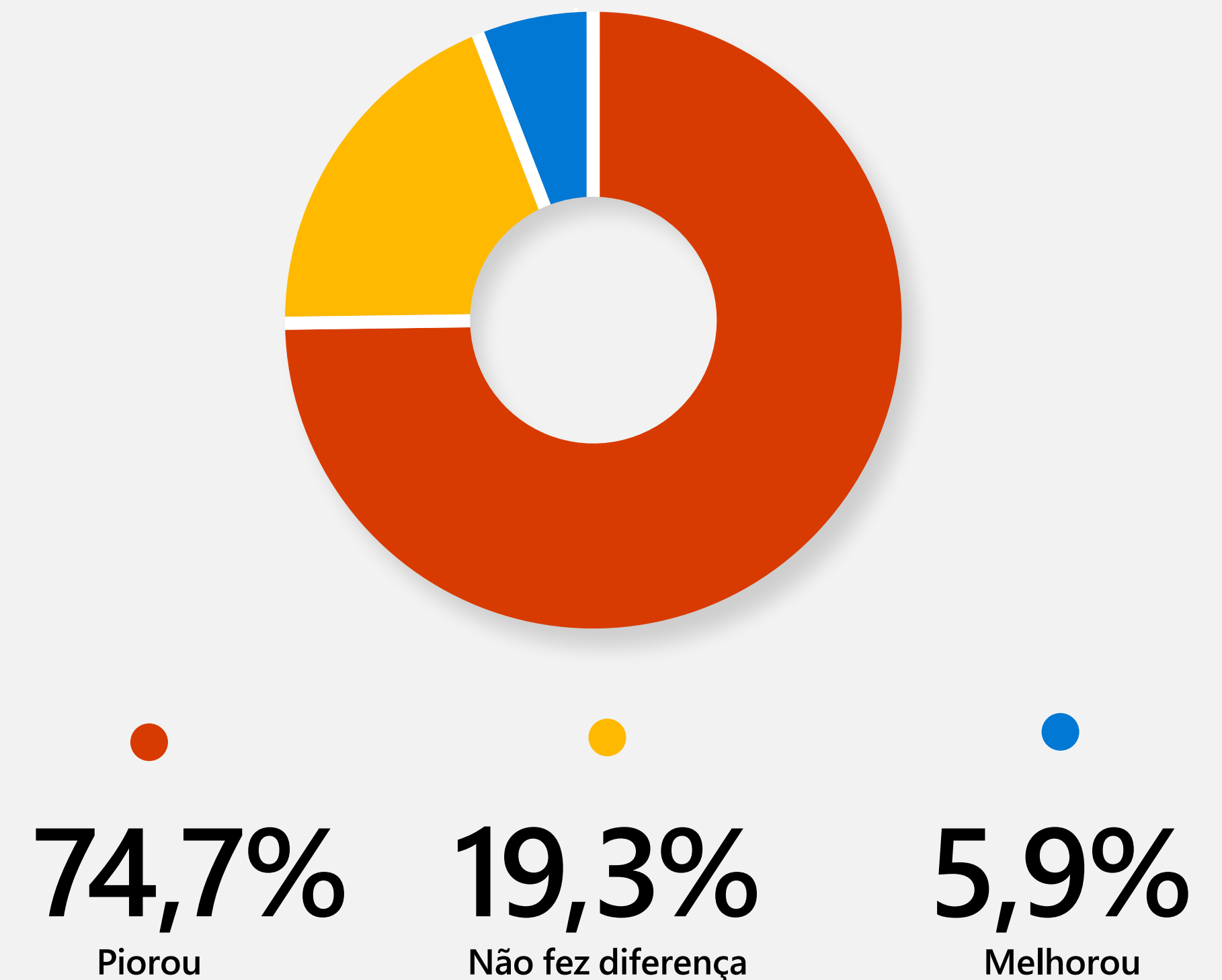
À medida que os desafios decorrentes da crise sanitária da COVID-19 aumentaram, os clientes contataram os agentes de atendimento ao consumidor distribuídos e isolados que não tinham necessariamente as ferramentas e o suporte necessários para resolver problemas do cliente. Ao mesmo tempo, muitos desses agentes de serviço de atendimento ao consumidor também perceberam que não tinham as ferramentas para gerenciar efetivamente os clientes.

Muitas organizações relataram que os agentes de suporte não estavam envolvendo os clientes com o nível de empatia que queriam associado à sua marca.

Três quartos dos clientes entrevistados disseram que a crise sanitária da COVID-19 piorou o serviço de atendimento ao consumidor e eles estão frustrados.³

³ "The Results Are in for Our Survey of Customer Service During COVID", NBC Boston, 2020.

Efeitos da pandemia do coronavírus no serviço de atendimento ao consumidor



Study by NBC- and Telemundo-owned TV stations. Outubro-novembro 2020.

Os clientes querem ser ouvidos

Os clientes estão lidando com tempos de espera longos, funcionários desinformados e problemas que não estão sendo resolvidos. Metade relatou nunca contatar o serviço de atendimento ao consumidor, embora 78% digam que tentaram várias vezes. Cerca de 9% contataram por telefone ou email mais de 20 vezes. Dos que finalmente contataram o serviço de atendimento ao consumidor, metade diz que nunca recebeu uma resposta.³

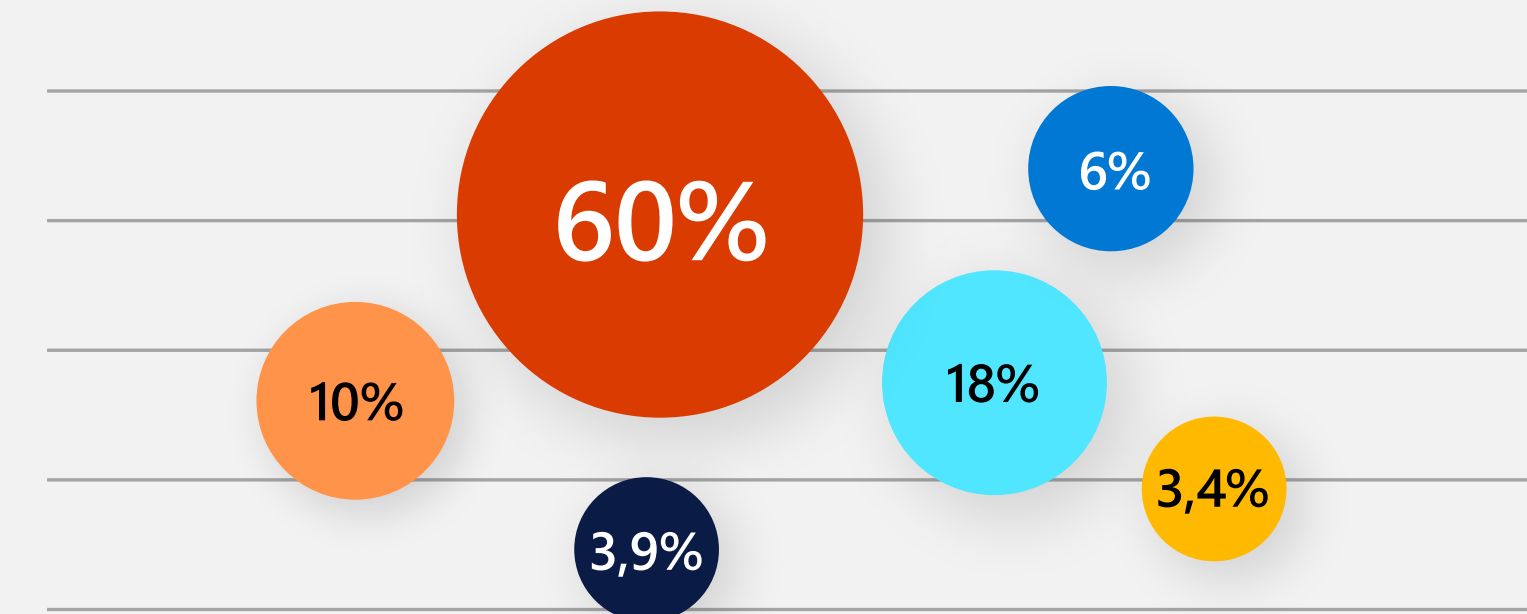
Surpreendentes 60% dos consumidores disseram que deixariam de fazer negócios com uma marca se recebessem um serviço hostil.⁴

³ "The Results Are in for Our Survey of Customer Service During COVID", NBC Boston, 2020.

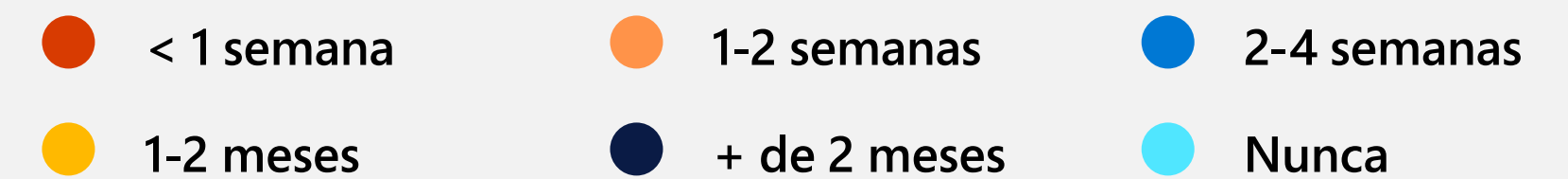
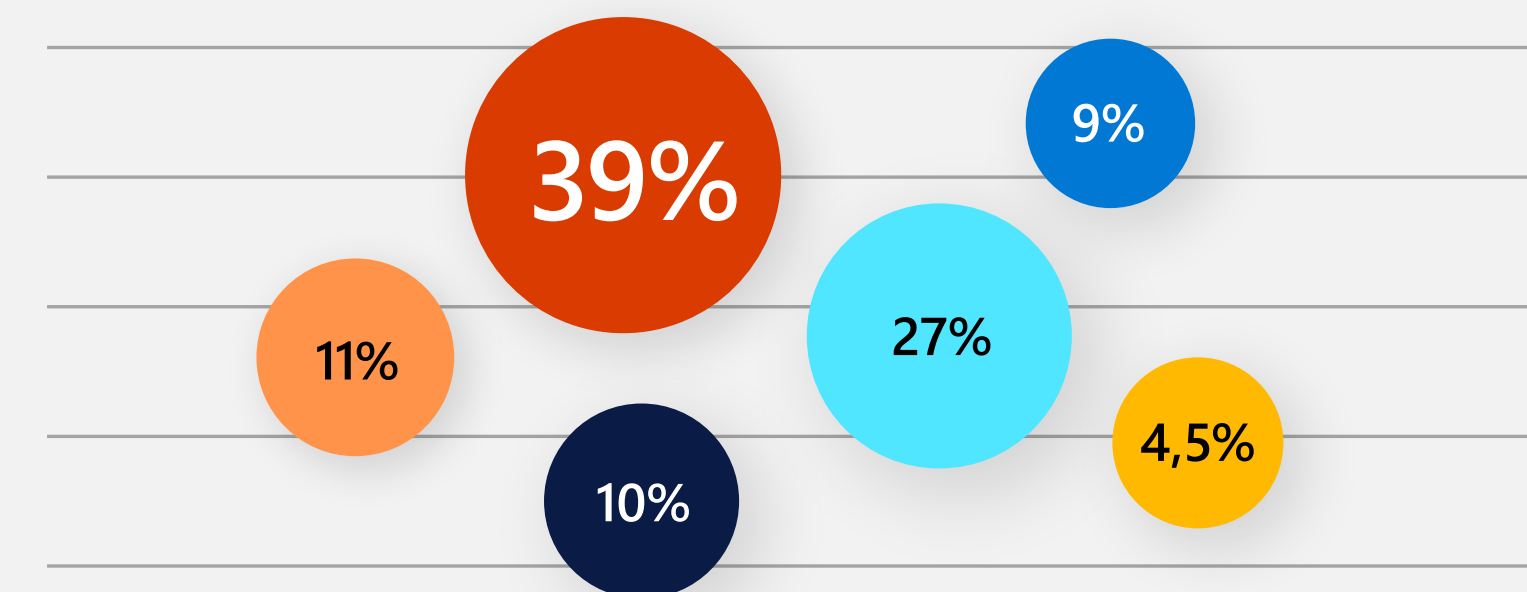
⁴ "Experience is everything: Here's how to get it right", PwC, 2018.

Tempo para contatar o serviço de atendimento ao consumidor

NBC



Telemundo



Fonte: Estudo das emissoras de televisão NBC e Telemundo, outubro-novembro 2020.

Segredo 2

A comunicação frequente e aberta é essencial para a resolução de conflitos



Preveja a resposta do cliente

A empatia é um objetivo importante que requer comunicação aberta e frequente. Uma melhor visibilidade das jornadas dos clientes permite que os agentes prevejam as necessidades dos clientes e personalizem as interações. Dividir silos de tecnologia em seu departamento de serviço de atendimento ao consumidor e fora dele é outra maneira de melhorar o suporte ao cliente.

Como você obtém mais visibilidade da sua experiência de personalização e do que eles precisam? Ter a tecnologia certa disponível ajuda seus agentes a prever melhor as necessidades e personalizar a forma como se comunicam.



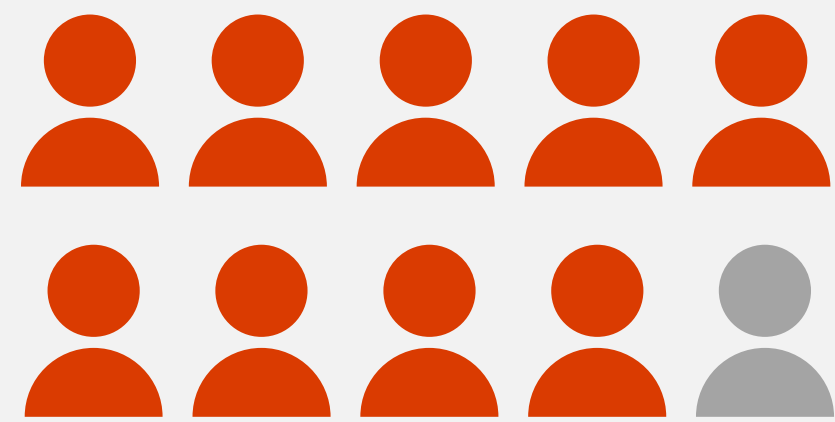
O sucesso futuro das organizações de atendimento ao consumidor repousa sobre sua capacidade de prever continuamente."

Terry Walls

Ex-diretor administrativo da KPMG.

Responda aos problemas e resolva-os mais rapidamente

Os clientes querem uma resposta rápida que resolva seus problemas de forma eficiente. Em um estudo de conversão de vendas, a AutoDeal descobriu que, quando seus revendedores responderam a um cliente em até seis horas, eles tiveram uma taxa de conversão média 40% melhor. Os revendedores que respondem em uma hora são 48% mais propensos a fechar a venda.⁵



90%

dos americanos usam o serviço de atendimento ao consumidor como um fator para decidir se devem ou não fazer negócios com uma empresa.⁶

⁵ "Sales Conversion remains best for dealers replying in six hours or less", AutoDeal, 2017.

⁶ "Global State of Customer Service", Microsoft, 2020.



Segredo 3

Combine plataformas e tecnologias para atender aos clientes onde eles estiverem



Importância das conexões pessoais

As marcas estão aumentando seus investimentos em tecnologias como retorno de chamada e soluções de cliente no controle, automatizando solicitações mais comuns e agilizando as respostas às necessidades mais complexas. A automação de mensagens ainda é uma ferramenta importante, mas deve ser um meio para um fim e não ser usada para realizar conversas inteiras.

À medida que avançamos, precisamos garantir que nossas tecnologias apoiem a experiência do cliente sem substituir as interações pessoais.

Conecte a automação com as pessoas

Os clientes tendem a preferir uma abordagem de chatbot self-service para consultas simples e repetitivas. Mas para perguntas e conflitos mais avançados, eles preferem falar com uma pessoa real. Um agente humano acompanhando uma interação de chatbot pode ser visto como um herói, aparecendo para salvar o dia.



O foco deve estar na construção de relacionamentos, e a chave para isso reside em olhar para a satisfação do cliente como responsabilidade de todos."

Niraj Ranjan
CEO da [Hiver](#)

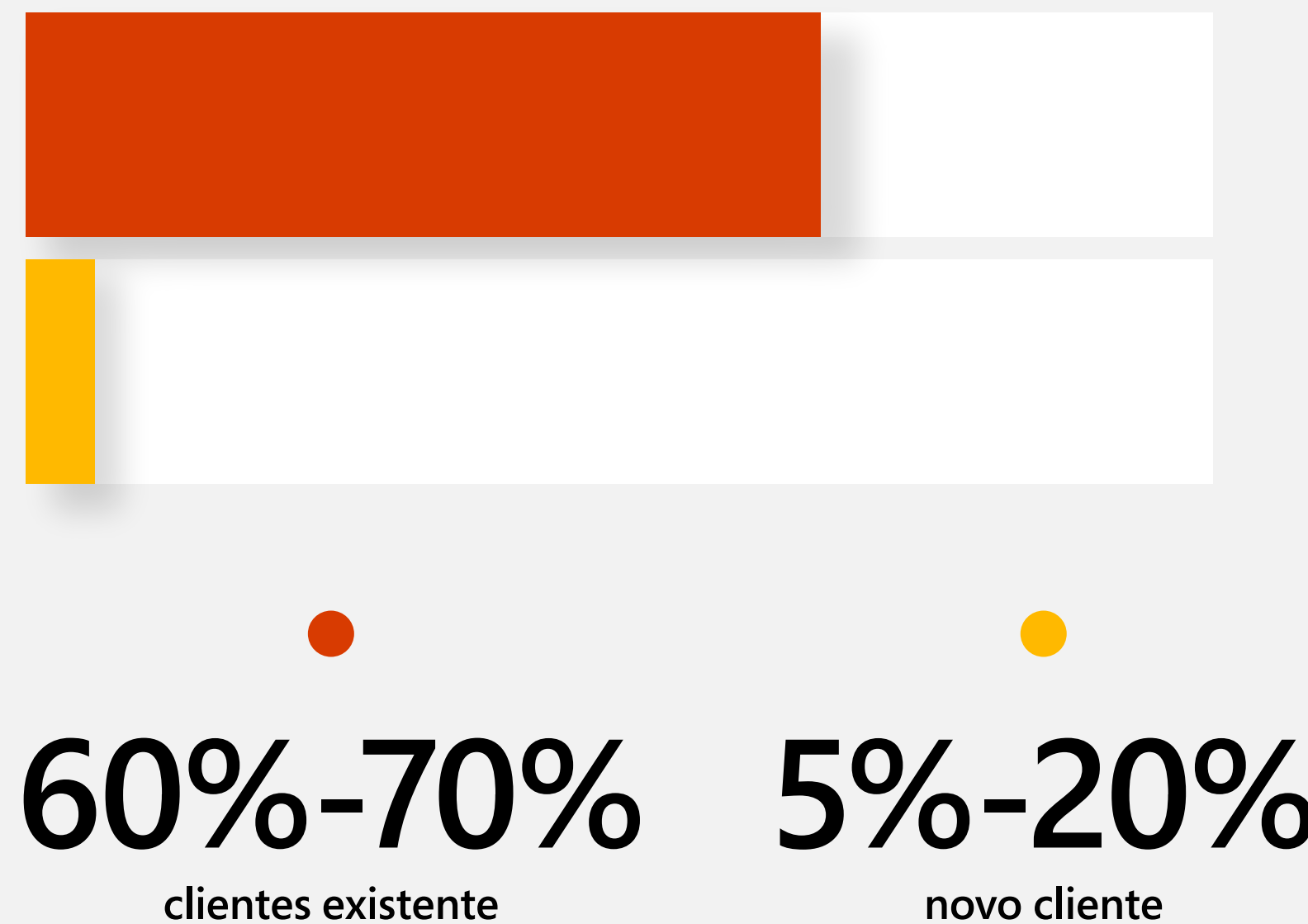
Segredo 4

Um bom ajuste entre solução de suporte/ agente de serviço cria fidelidade e retenção



A crise sanitária elevou a importância do serviço de atendimento ao consumidor em nutrir, reter e aumentar a fidelidade do consumidor e aumentar a receita.

Há uma probabilidade de 60% a 70% de venda para um cliente existente em comparação a uma probabilidade de 5% a 20% de venda para um cliente potencial.



Fonte: Invesp

Manter clientes fiéis, é claro, reduz sua taxa de rotatividade e significa que você gasta menos na aquisição de novos clientes. Clientes satisfeitos também são propensos a falar bem de sua empresa para outras pessoas.

5x-25x Investir em novos clientes fica entre 5 e 25 vezes mais caro do que manter os existentes.⁷

Quando as condições de negócios alteradas de repente criaram situações extremas de serviço de atendimento ao consumidor, o que afetou as taxas de fidelização e retenção de clientes, as empresas perceberam que precisavam reexaminar sua abordagem. Elas precisavam se concentrar na retenção de clientes com base no fornecimento de serviços de atendimento ao consumidor atraentes e empáticos. Também perceberam a importância do aumento da fidelidade e da retenção de seus agentes de serviço de atendimento ao consumidor.

Além disso, elas viram que era extremamente importante que os agentes tivessem ferramentas que os ajudassem a ser os melhores embaixadores da marca possíveis. O excepcional serviço de atendimento ao consumidor significa focar seus agentes de serviço de atendimento ao consumidor e sua solução de suporte e garantir que eles funcionem bem juntos.

⁷ "Customer Acquisition Vs. Retention Costs – Statistics and Trends", Invesp, sem data.



Em 2021, as empresas buscarão métricas de valor do cliente que reflitam o cuidado e a confiança."⁸

⁸ "The Three Customer Service Megatrends in 2021", Callminer, 2021.



Segredo 5

Tecnologia e automação tornam o serviço de atendimento ao consumidor perfeito para todos



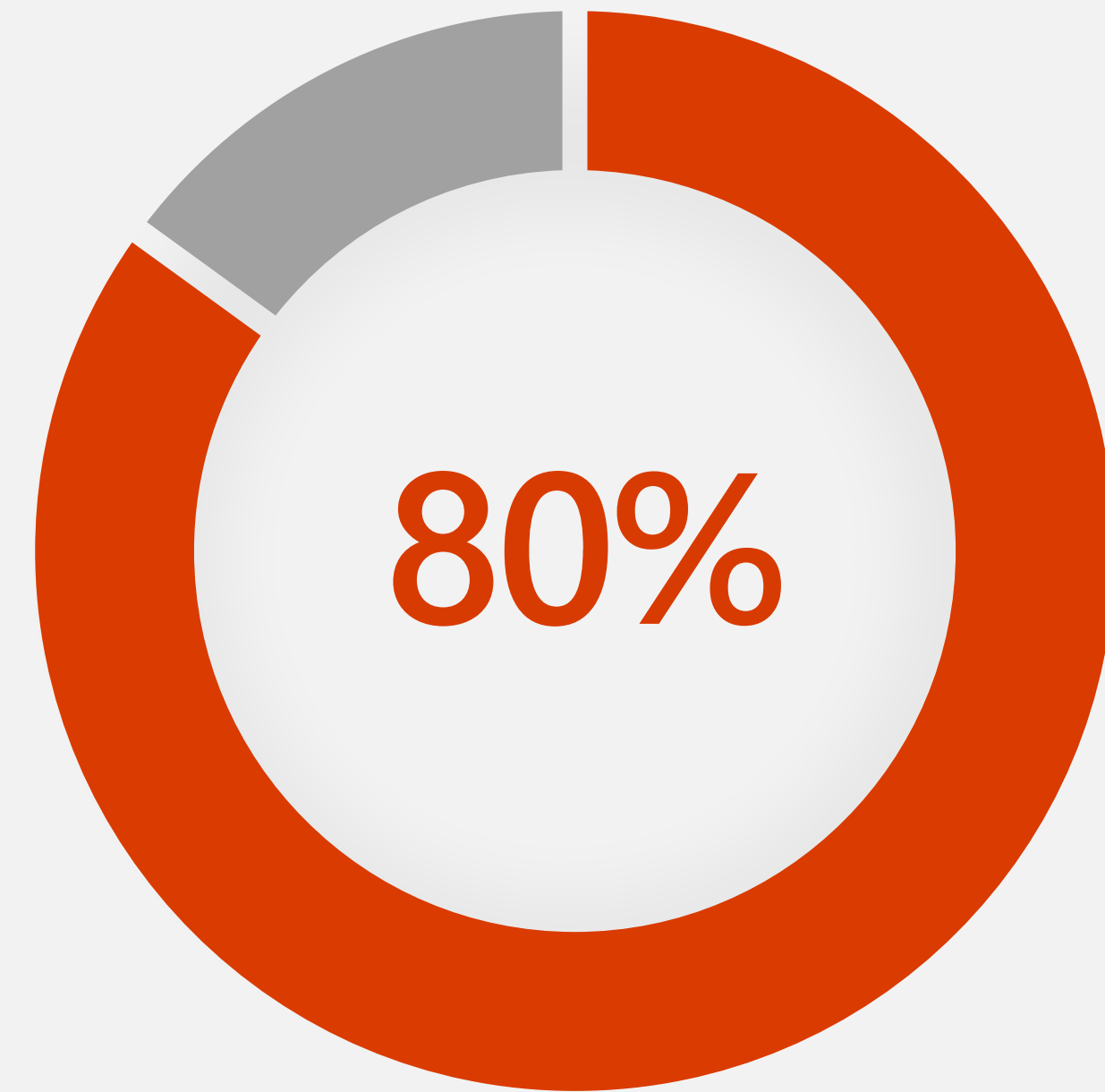
As empresas precisam de [ferramentas analíticas e de inteligência](#) que apoiem o gerenciamento e os agentes e garantam que os clientes recebam um serviço rápido e eficiente. A automação também desempenhará um grande papel na elevação da experiência do cliente, no que a [McKinsey](#) chama de o "próximo normal".

Como transformar insights em ações

Uma nova oportunidade de serviço de atendimento ao consumidor aproveita os alertas disparados no momento por medidas acústicas, como a agitação de um cliente ou um bloco de silêncio incomum durante uma chamada. O alerta em tempo real fornece ao agente uma solução inteligente com base na circunstância específica de um cliente ou sugere o roteamento automático de uma chamada para um supervisor, se apropriado.

Como ajudar os agentes de serviço a serem mais empáticos

Insights de clientes, espaços de trabalho colaborativos, orientação de agente e automação da área de trabalho permitem que os agentes de serviço de atendimento ao consumidor criem relacionamentos confiáveis com os clientes. Quando a automação manipula as tarefas simples e repetitivas, os agentes de serviço têm tempo e energia para lidar com interações complexas com empatia.

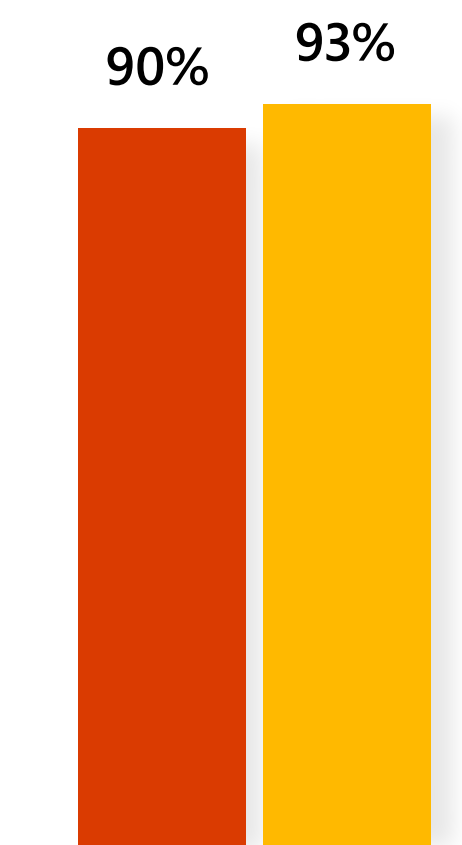


Quase 80% dos clientes pesquisados em 20 indústrias perdoarão uma experiência ruim se avaliarem a equipe de serviço como "muito boa".⁹

⁹ "[ROI of Customer Experience, 2020](#)", Qualtrics XM, 2020.

Melhorar os resultados e impulsionar a melhoria dos negócios

O melhor envolvimento traz mais fidelidade do cliente, especialmente em termos de retenção, enriquecimento e apoio. Isso pode afetar positivamente a receita de primeira linha e ajudar a elevar os centros de contato a um papel mais estratégico da empresa.



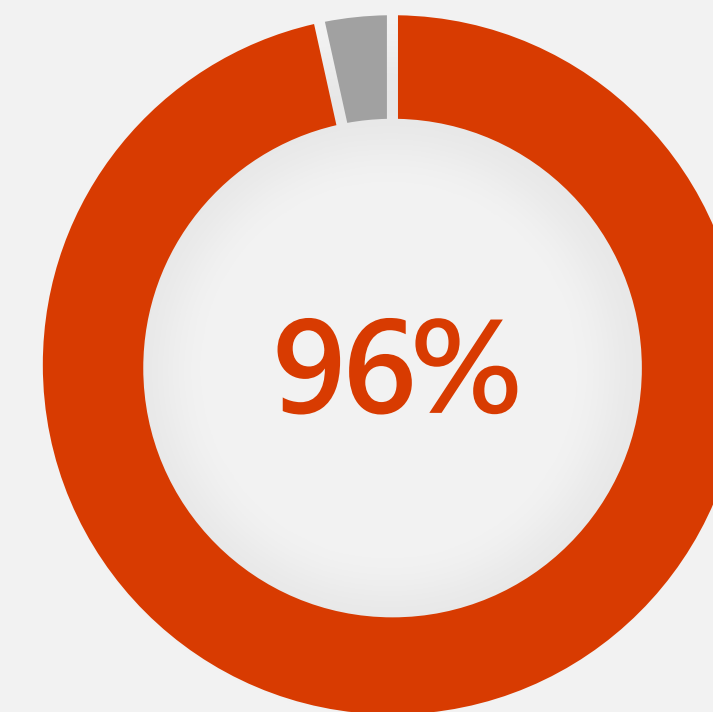
Clientes satisfeitos querem apoiar as empresas que amam. O HubSpot descobriu que 90% dos consumidores são mais propensos a comprar mais, e 93% a repetir compras, em empresas com excelente serviço de atendimento ao consumidor.¹⁰

¹⁰ "The Hard Truth About Acquisition Costs (and How Your Customers Can Save You)", HubSpot, 2018 (atualizado em 2021).

¹¹ "The Three Customer Service Megatrends in 2021: Post-Pandemic Customer Service Excellence", Forrester, 2021.

Como as tecnologias self-service alimentadas por IA fornecem serviço sem atrito

A AirAsia viu as perguntas sobre reembolsos aumentarem 285% mês a mês nos primeiros dias da pandemia, e o bot da empresa lidou com sucesso com 96% dessas consultas. O Qapital, um aplicativo de finanças pessoais, resolve 25.000 problemas por mês; menos da metade requer suporte do agente.



O bot da empresa lidou com sucesso com 96% dessas consultas.

Ganhe clientes para a vida toda com o Microsoft Dynamics 365 Customer Service

O Microsoft Dynamics 365 Customer Service é uma solução de ponta a ponta que oferece suporte consistente e conectado em todos os canais. Seu suporte self-service, incluindo agentes virtuais capacitados pela IA, significa que seus clientes têm acesso direto à sua base de conhecimento e também podem acessar o conhecimento por meio de portais da comunidade.

Usando a visão completa de seu cliente, você pode personalizar os envolvimento de serviço de atendimento ao consumidor, fornecer suporte do omnicanal de um desktop e prever as necessidades dos clientes.

O Dynamics 365 Customer Service capacita as equipes com ferramentas de IA para aumentar a produtividade.

Sua IA interna ajuda sua equipe a detectar tendências emergentes e oportunidades de automação, entender interações de clientes em tempo real usando análise de sentimento e oferecer um serviço proativo com a IoT.

O Dynamics 365 Customer Service também oferece uma experiência conectada e envolvente com o Microsoft Teams, com um local de trabalho digital unificado para colaboração em toda a sua organização. O Dynamics 365 e o Teams trabalham juntos para que você possa trabalhar em praticamente qualquer lugar e interagir melhor com os clientes para obter experiências mais personalizadas.

Comece a trabalhar hoje mesmo com o Dynamics 365 Customer Service

[Experimente gratuitamente](#)

[Saiba mais](#)

