

BEM-VINDO AO INTERACTION CENTER

ESQUEÇA TUDO O QUE VOCÊ ENTENDE POR CONTACT CENTER. DIANTE DE CONSUMIDORES CADA VEZ MAIS CONECTADOS, A ATENTO SE PREPARA PARA AS IRREFUTÁVEIS MUDANÇAS DO MUNDO DIGITAL

POR CONSUMIDOR MODERNO EM COLABORAÇÃO COM A ATENTO

As tecnologias digitais mudam a forma como nos conectamos com os nossos consumidores. Elas transformam a nossa visão sobre competição; mudam o nosso jeito de pensar em dados; também revolucionam o modo de fazer negócios; e, finalmente, nos forçam a repensar sobre como entender e criar valor para os consumidores. Esses cinco fatores (consumidores, competição, dados, inovação e valor), levantados pelo professor da universidade americana de Columbia David Rogers no livro “The Digital Transformation Playbook”, refletem o momento pelo qual muitas empresas passam neste momento: o da transformação digital.

Em um universo em que todos os setores, sem exceção, se reinventam, e os clientes assumem o controle das interações com as empresas, a área de relacionamento é uma das mais impactadas. “Vivemos no meio de uma revolução digital que afeta praticamente todas as indústrias, bem como a forma com a qual as empresas operam e se relacionam com seus clientes”, disse Alejandro Reynal, presidente mundial da Atento, em visita ao Brasil. Uma pesquisa feita pela empresa em junho deste ano mostra que 89% dos consumidores já foram atendidos por um assistente virtual. Destes, 51% aprovaram o approach do robô. O levantamento mostra ainda que, embora o telefone seja o canal mais utilizado para entrar em contato com as empresas, para 62% dos entrevistados uma companhia só tem credibilidade quando oferece atendimento por canais digitais.

A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL SOB DOIS PONTOS DE VISTA

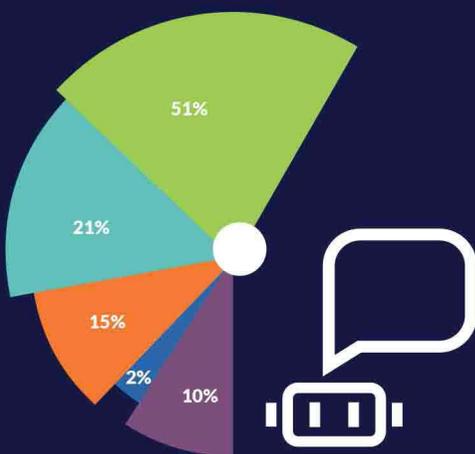
AS NECESSIDADES DOS CONSUMIDORES

Uma pesquisa feita em junho deste ano com consumidores de São Paulo e do Rio de Janeiro ajuda a entender como será o futuro do relacionamento entre empresas e clientes



QUAL FOI SUA PERCEPÇÃO AO SER ATENDIDO POR UM ROBÔ?

- Legal. Isso mostra que a empresa inova no atendimento
- Ruim, pois não me dá a possibilidade de argumentar
- Péssimo. Não consegui resolver meu problema e não me deixou falar com uma pessoa
- Indiferente
- Estranho, pois para mim é muito novo



74% DOS ENTREVISTADOS UTILIZAM MAIS ATENDIMENTO VIA WEB DO QUE POR TELEFONE

62%

DIZEM QUE, PARA ELES, UMA EMPRESA SÓ TEM CREDIBILIDADE QUANDO OFERECE ATENDIMENTO POR CANAIS DIGITAIS



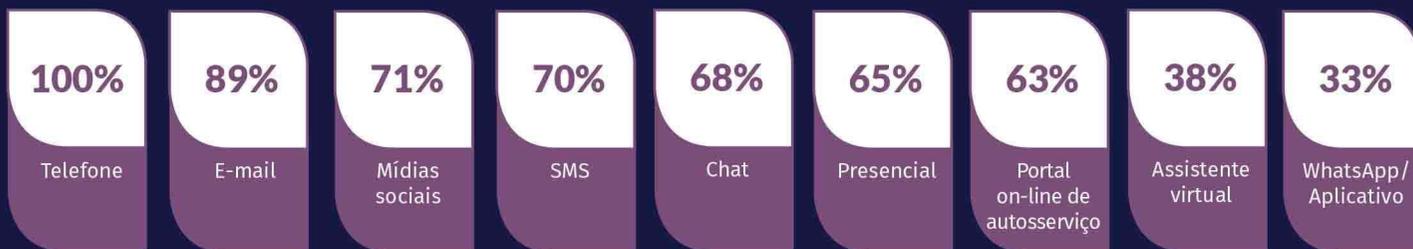
DAQUI A DEZ ANOS, QUAL SERÁ O CANAL MAIS UTILIZADO PELAS EMPRESAS?



A PERCEÇÃO DOS EXECUTIVOS DO MERCADO

Um levantamento com executivos mostra o quanto os contact centers estão preparados para atender às novas demandas

OS CANAIS MAIS UTILIZADOS PELA EMPRESA



EM QUANTO TEMPO O VOLUME DE ATENDIMENTOS DIGITAIS SERÁ MAIOR DO QUE O DE CHAMADAS DE VOZ?



83% 67%

DAS EMPRESAS ACHAM QUE A QUEDA DE INTERESSE PELO USO DO TELEFONE NÃO DISPENSA O ELEMENTO HUMANO NO RELACIONAMENTO COM O CLIENTE

NÃO ACREDITAM QUE AS EMPRESAS DE CONTACT CENTER ESTEJAM PREPARADAS PARA ATENDER À DEMANDA POR FERRAMENTAS DIGITAIS

AS PREOCUPAÇÕES DA EMPRESA EM RELAÇÃO AO ATENDIMENTO DIGITAL



Fontes: Pesquisa Transformação Digital – Consumidor e Pesquisa Multicanalidade – Empresas, ambas do Núcleo de Estudos e Tendências – Marketing, da Atento. Junho de 2017

UMA ATENTO MAIS DIGITAL

Diante desse cenário, composto por consumidores que esperam ser atendidos a qualquer hora, em qualquer lugar e a partir do dispositivo de sua escolha, a Atento acaba de anunciar a instalação, em São Paulo, de uma unidade global para negócios digitais. Para concretizar essa transformação, a empresa firmou parceria estratégica e assumiu o controle minoritário da argentina Keepcon, empresa de tecnologia especializada em estudar o comportamento do consumidor na internet.

A ideia da Atento Digital com essa nova aliança é expandir o uso da inteligência artificial e a capacidade de automação da sua plataforma omnichannel. Entre as soluções estão o monitoramento, a análise e o gerenciamento em tempo real, por meio das mídias sociais, do comportamento e das necessidades dos consumidores. “É a partir dessas interações que entendemos o sentimento desse consumidor. Buscamos compreender o que comentam no Facebook ou Twitter e o valor semântico dessas opiniões. Hoje, mais do que saber, é preciso interpretar e agir conforme a demanda”, explica David Cardoso, que acaba de assumir a direção da unidade digital da empresa. “Em um primeiro momento tivemos o call center, que se transformou em contact center e, agora, vivenciamos o interaction center”.

A Atento Digital fortalece também o espírito de startup da companhia, que investiga e testa novas tecnologias a todo o tempo. “Com a Atento Digital,



David Cardoso, da Atento Digital: monitoramento, em tempo, do comportamento dos consumidores

aprimoramos nossas capacidades de criar valor tanto para empresas tradicionais, como teles e bancos, que enfrentam processos de transformação digital, como para os players, que já nasceram digitais”, diz Mário Câmara, Presidente da Atento no Brasil.

PORTFÓLIO INTEGRADO

Com mais de um milhão de transações gerenciadas por bots e sete milhões de bate-papos automatizados em um ano, apenas no Brasil, a Atento Digital passa a oferecer um portfólio totalmente digital. A nova unidade vai reunir serviços como vendas on-line, atendimento em diferentes canais, recursos hu-

manos digitais, cobrança digital e suporte técnico digital. Atuará também com consultoria, análise de dados e automação.

Atualmente, a Atento é a principal fornecedora de serviços digitais de relacionamento com cliente na América Latina, com uma participação de 11% em um mercado que movimentará 1 bilhão de dólares só na região. De acordo com o balanço do primeiro trimestre deste ano, os negócios digitais da Atento já respondem por 6% do faturamento da companhia. E isso deve aumentar substancialmente nos próximos anos. “Acreditamos que o digital vai representar 30% do nosso faturamento até 2020”, diz Câmara. Com 40%

das receitas geradas a partir de produtos de alto valor agregado (em outros países, essa porcentagem é de 24%), o Brasil é referência para o grupo.

Uma pesquisa recente mostra o que as empresas esperam das companhias de contact center, ou melhor, interaction center, no futuro. Inteligência artificial, atendimento digital e analytics ocupam o topo do ranking. Isso mostra que o digital está gerando cada vez mais valor para os consumidores no seu relacionamento com as empresas. Algumas veem a disrupção digital como uma ameaça; outras, como uma oportunidade. Tudo depende do lado em que elas querem estar. 