

NOVAS TECNOLOGIAS MELHORAM A VIDA DAS TELES — E DOS CLIENTES

EMPRESAS PREPARARAM-SE PARA ATENDER CLIENTES CADA VEZ MAIS DIGITALIZADOS. LÍDER NO SETOR, A ATENTO JÁ OFERECE DIVERSAS SOLUÇÕES DIGITAIS, COMO O REAGENDAMENTO VIRTUAL DE VISITAS TÉCNICAS E A AUTOMATIZAÇÃO DE COBRANÇAS

Consumidor Moderno em colaboração com a Atento

O mercado brasileiro de telecomunicações é uma rede de oportunidades. Um levantamento da Frost & Sullivan aponta que, até 2022, a receita total do setor crescerá 20,4%, atingindo US\$ 45,7 bilhões. Um fato, porém, merece destaque: esse crescimento todo não se deve mais a serviços de voz, mas sim a dados móveis, como 3G e 4G. Sim, o consumidor brasileiro abraçou o mundo digital – e, para acompanhá-lo, as empresas precisam trilhar o mesmo caminho. “Hoje, os serviços estão muito mais voltados às estratégias de tráfego de dados do que de voz. Isso exige uma transformação do portfólio de produtos, além de soluções adequadas a essas necessidades”, destaca Regis Noronha, vice-presidente de Estratégia e Marketing da Atento.

Garantir a sobrevivência em um mundo conectado exige estratégia – e cuidados singulares – no trato com o consumidor final, cada vez mais exigente. E foi justamente apostando na agilidade das suas ferramentas que a Atento se consolidou como líder de mercado, triplicando o seu faturamento da divisão de Telecom. A mais recente investida da empresa permite, entre outras tecnologias, a automatização do envio de mensagens realizadas via aplicativo. Sim, os famosos bots. “Contratamos dez linguistas que focam a transformação de voz em texto”, conta Mário Câmara, presidente da Atento Brasil. “Temos ainda professores que ensinam os robôs, avaliam a interação

**“A digitalização
não é só
tecnologia. Cerca
de 70% a 80%
dela é composta
por melhoria de
processos”
Mário Câmara,
da Atento**



deles com o cliente e até sugerem que tipo de reação devem ter durante um determinado atendimento”.

À ESPERA DO TÉCNICO

Recentemente, um dos clientes da Atento automatizou totalmente seu processo de reagendamento de visitas técnicas, permitindo que os próprios consumidores passassem a fazer as mudanças via app. Além de reduzir os custos operacionais, o movimento garantiu produtividade, uma vez que o cancelamento de ordens de serviço caiu pela metade.

Em outra operação bem-sucedida, a Atento automatizou o processo de cobrança de uma empresa de telefonia. “Percebemos que, nesses casos, o consumidor fica mais à vontade ao falar com um agente virtual do que com um atendente. O retorno em operações de cobrança melhorou muito”, garante Câmara.

A DIGITALIZAÇÃO DO MERCADO

Um levantamento realizado pelo Google mostra que, em 2017, as buscas por canais de relacionamento digital do setor de telecom cresceram 50% em relação a 2016. Por meio de ferramentas de analytics, a Atento já consegue identificar, inclusive, se os consumidores preferem ser contatados via digital ou por meio de atendentes.

Outro recurso que a Atento já oferece a partir da análise de dados é a identificação prévia de clientes que iniciam um novo atendimento. “Por meio do comportamento deles na rede, conseguimos prever as chances de uma ligação acontecer e agimos preventivamente, realizando o contato de maneira digital e, claro, proativamente”, explica Noronha. Esse aparato tecnológico, somado à inteligência estratégica, vem permitindo que as empresas de telecom não só deixem de agir apenas de maneira reativa como consigam prever comportamentos, reduzir custos, ganhar escala e, mais importante ainda, empoderar o consumidor. 

DIGITALIZAR É MELHORAR PROCESSOS

O ano de 2017 foi bastante emblemático para a Atento, que viu sua atuação no mercado de telecom triplicar, garantindo a liderança no setor. Confira, a seguir, a entrevista com Mário Câmara, presidente da companhia:

POR QUE O MERCADO DE TELECOM É TÃO IMPORTANTE PARA A ATENTO HOJE?

É um setor que necessita muito da interação com os clientes. Cada operadora tem dezenas de milhões de usuários e isso gera uma demanda de negócios muito grande e cercada de oportunidades. Dentro da empresa, nós temos grupos específicos que atuam em cada segmento e buscamos know-how para tratar cada particularidade, garantindo a agilidade das ferramentas.

QUAIS SÃO AS PRINCIPAIS FERRAMENTAS OFERECIDAS PELA ATENTO PARA ESSE MERCADO?

Investimos em aquisições e parcerias. Compramos uma empresa especializada em cobrança (R Brasil), outra focada em back office e fundamos a Atento Digital, que conta com parceiros para desenvolver chatbots, ferramentas de e-mail e agentes virtuais. Fora isso, melhoramos processos. A digitalização não é só tecnologia; cerca de 70% a 80% dela é composta por melhoria de processos. Por isso, temos uma área de consultoria, que entra mapeando processos, pontos de sinergia. Outro investimento que fizemos foi em uma empresa de análise semântica (Keepcon), que possibilita a varredura de redes sociais e o seu monitoramento. Tudo isso para transformar dados dos clientes em informações estratégicas reais.

QUAL É O IMPACTO DAS FERRAMENTAS NA VIDA DO CONSUMIDOR?

Quando pensamos em omnichannel, pensamos em formas de disponibilizar a informação correta para que o operador interaja com o consumidor. Isso diminuiu drasticamente o número de transferências e chamadas. Muitas vezes, o consumidor repete sua ligação na central porque não deu credibilidade para a informação que lhe foi passada. Quando ele liga novamente e outro agente passa o mesmo dado, isso transmite segurança. Se existe uma informação única na linha de frente, o consumidor fica mais feliz e passa a confiar mais na operadora que, por outro lado, ganha agilidade e reduz custos.