



CHATBOTS

Como adotar a automação do atendimento e qualificar seu SAC

DT+SEEK

APRESENTAÇÃO

Automatizar o atendimento ao cliente deixou de ser uma tendência de mercado para se transformar em uma realidade em muitas empresas. A automação passa a ser uma ferramenta para buscar a satisfação do consumidor (que tem atendimento rápido e altamente disponível), assim como para otimizar o trabalho das centrais de atendimento, que assim podem se focar nos problemas e dúvidas mais complexos. Essa solução tem ainda grande vantagem em termos de custo, já que possibilita a racionalização de recursos humanos, de infraestrutura e com treinamentos. Mas, para adotar o atendimento automatizado, a empresa precisa estar preparada para manter a qualidade do atendimento, assim como para integrar homens e máquinas. E é esse o tema desse nosso e-book.

BOA LEITURA!

ÍNDICE

1

03 **Como usar os chatbots**

05 Dicas para usar o chatbot

07 Importância dos bots

2

09 **Como organizar o SAC com automação**

11 Organização do atendimento

13 Atendendo com qualidade

3

14 **Automação e eficiência no atendimento**

16 Integração humana e automatizada

17 Atendimento eficiente

COMO USAR OS CHATBOTS

Com as facilidades proporcionadas pelas novas tecnologias, os consumidores estão cada vez mais em contato com as marcas, o que exige que as empresas passem a atender diversos clientes ao mesmo tempo. Por isso, é importante apostar em soluções digitais, como os chatbots, a fim de deixar mais ágil e prática a comunicação entre a marca e o seu público.

Quando se fala em custo operacional e agilidade de atendimento, na comparação entre telefone, chat e canais automatizados, o telefone sai perdendo, já que um atendente consegue falar somente com um consumidor.

“ Canais automatizados são ainda mais vantajosos porque não têm limite de janelas

Nessa equação, o chat é considerado o segundo mais barato e rápido para a empresa porque, com ele, é possível atender de quatro a seis usuários simultaneamente. Já os canais automatizados são ainda mais vantajosos porque não têm limite de janelas, podendo atender milhares de pessoas ao mesmo tempo.

Além disso, para otimizar o SAC, os chatbots são capazes de melhorar a relação entre os clientes e a empresa, trazendo respostas com agilidade e, assim, satisfazendo o consumidor. Quem trabalha diariamente atendendo o público sabe que grande parte das demandas se repete, então, é possível respondê-las de forma padronizada, liberando os atendentes para resolver questões mais complexas.

DICAS PARA USAR O CHATBOT

1

PADRONIZE O ATENDIMENTO

Não adianta ser uma marca que oferece um atendimento bastante formal por telefone ou e-mail e enviar mensagens animadas via chatbot. É preciso ser condizente com o que a marca quer passar para o seu público em todos os canais.

2

CRIE REGRAS DE ATENDIMENTO

Com o crescimento do SAC, foi se ampliando, também, a necessidade de as empresas criarem regras de atendimento para fazer com que tanto robôs quanto atendentes humanos oferecessem a mesma informação de acordo com a solicitação do cliente. Ocorre que, muito antes de esperar simpatia – que não deixa de ser importante, como veremos a seguir –, o cliente espera que o seu problema seja resolvido. Daí a importância de sempre oferecer respostas corretas e coerentes.

3

APOSTE EM UM ROBÔ ACOLHEDOR

Quando o atendimento é mais humanizado, simpático e acolhedor, aumentam as chances de encantar o cliente. O atendimento automatizado pode ser feito de várias formas, pois, hoje, existem programas de interação que fazem com que o robô se comporte, de fato, de forma simpática e acolhedora com o consumidor. O robô é capaz, por exemplo, de lembrar nomes, fazer piadas, enfim, gerar um conteúdo que tenha a ver com o jeito divertido de a marca se relacionar. Por meio da inteligência artificial, é possível criar diferentes jeitos de atender o público.

IMPORTÂNCIA DOS BOTS

Os bots foram desenvolvidos para facilitar o trabalho do SAC. O software é programado para gerenciar as demandas de respostas ao cliente de forma automatizada. Neste contexto, entram em cena os chatbots, ferramentas que administram conversas em tempo real, gerenciando perguntas e respostas durante a interação com um consumidor.

“ As soluções automatizadas existem para o auxiliar a empresa neste processo de atendimento ao consumidor.

Com o auxílio de uma solução como o DTBot, reduzem-se rapidamente os custos da operação, o atendimento ao cliente fica mais ágil e ainda fica simples desafogar a central de atendimento. Então, lembre-se: as soluções automatizadas existem para o auxiliar a empresa neste processo de atendimento ao consumidor.

Ainda dentro da necessidade de acolher o cliente, o bot é capaz de interpretar as individualidades da linguagem por meio de um motor semântico, permitindo que o consumidor encontre com facilidade a resposta para a sua dúvida. O sistema oferece um acesso fácil à base de conhecimento, sendo possível realizar a importação de informações e ordená-las por categorias.

Outra opção do DTBot é colocar respostas com links e imagens e incluir uma aba com um conteúdo auxiliar, como vídeos e mapas. E, se o problema do cliente for mais complexo e precisar de uma atenção especial, ele entra no funil de atendimento, em que é possível ser transferido do DTBot para o DTChat, enviando o conteúdo da conversa e os dados do formulário inicial para que o atendente humano tenha acesso ao histórico do atendimento e possa trabalhar mais rápido.

COMO ORGANIZAR O SAC COM AUTOMAÇÃO

O consumidor não costuma esquecer as experiências que teve com o atendimento de uma marca, sejam elas boas ou ruins. Por isso, a construção do relacionamento entre o cliente e a marca começa já na primeira vez em que ele se interessa por algum produto ou serviço, uma oferta ou mesmo uma ação de marketing bem desenvolvida.

“ A construção do relacionamento entre o cliente e a marca começa na primeira vez em que ele se interessa por algum produto ou serviço

Para atender às expectativas dos clientes, a empresa precisa estimular o alinhamento e a integração de todos os setores, criar estratégias que estejam adequadas aos princípios da organização e conhecer os desejos e o perfil do público-alvo. Assim, fica mais fácil oferecer aquilo que o seu negócio tem de melhor a cada contato.

Esta estratégia de alinhamento permite que o processo de atendimento também seja padronizado, fazendo com que os operadores forneçam a mesma informação em qualquer circunstância, do primeiro ao último chamado do dia. Outro ponto importante que ajuda a manter a organização e a padronização do atendimento está em saber se é a primeira vez que o consumidor interage com a marca ou se ele já conhece o funcionamento do negócio e está voltando porque gostou do que a empresa tem a oferecer.

Portanto, para não passar por uma situação difícil na relação com o consumidor ou deixar algum cliente sem um retorno imediato, esperando na fila do atendimento, a melhor saída é investir em um processo de trabalho ágil e eficaz. Isso é possível a partir da aposta em canais digitais, como o sistema de perguntas frequentes, o chat ou os bots, utilizados para contribuir na fidelização dos clientes.

ORGANIZAÇÃO DO ATENDIMENTO

Sempre que se pensa em atendimento ao consumidor, é importante pensar em um pilar triplo: tecnologia eficiente, de ponta e que entrega o resultado que se precisa; pessoas bem treinadas, qualificadas e engajadas na operação; e processos bem definidos, que fazem com que o resto inteiro funcione. Ou seja, o papel da tecnologia é uma parte de uma operação que precisa funcionar bem, com agilidade e redução de custos.

“ A automação consegue acelerar os processos.

Com a automação do atendimento, os outros setores conseguem dedicar melhor o seu tempo para as questões que são específicas do seu atendimento. Por exemplo, se a equipe comercial não precisar parar para ajudar o atendimento a resolver uma questão simples, como a geração da segunda via de um boleto, ela poderá trabalhar de forma intensa para alcançar um número maior de vendas sem desfocar ou ter que dividir a atenção.

Então, se a empresa consegue atender a maior parte das interações por meio do chatbot, é possível que as outras áreas funcionem com mais eficiência e qualidade.

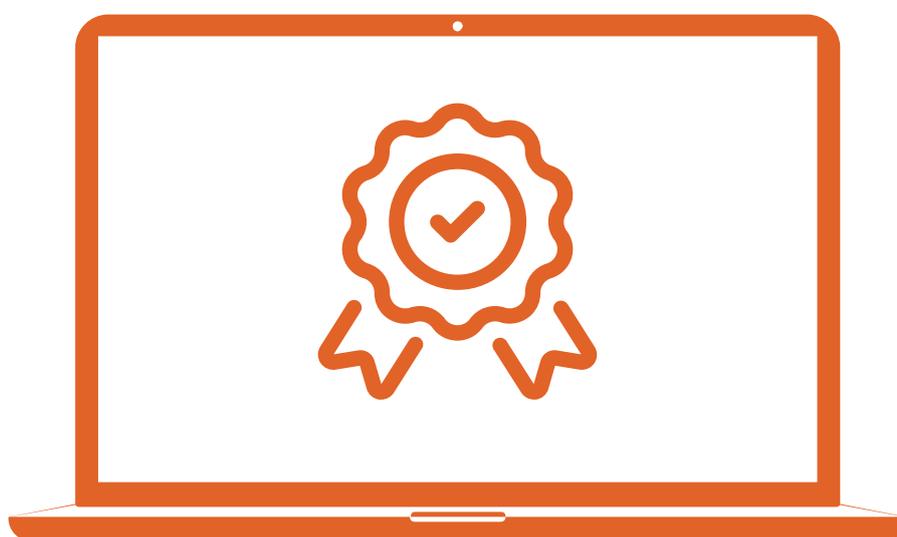
Lembrando que sempre existem aqueles problemas que não podem ser solucionados com o autoatendimento, como dúvidas sobre cobranças ou casos mais complexos. Assim, é importante permitir que o próprio cliente escolha o canal pelo qual ele quer ser atendido de acordo com a urgência da sua necessidade.

Ainda assim, a automação consegue acelerar os processos, identificando os casos mais difíceis de serem resolvidos e os encaminhando para o setor correto, como se fosse um funil. Esta agilidade gera a satisfação do cliente, que deseja ter os seus problemas solucionados de forma certa e coerente.

ATENDENDO COM QUALIDADE

A tecnologia contribui para o processo de atendimento à medida que os clientes começam a dar preferência para os canais digitais na hora de entrar em contato com as empresas. Além disso, a tecnologia ajuda a tornar a vida do operador mais fácil. Isso porque, hoje, existem funcionalidades capazes de identificar o consumidor e integrações que utilizam outros sistemas para trazer, por exemplo, o histórico daquele consumidor.

Assim, é possível saber todo o caminho que o cliente percorreu até chegar ao atendimento humano. É como se esta solução digital estivesse empoderando os operadores o tempo inteiro para que eles possam atuar no que fazem de melhor: atender com qualidade.



AUTOMAÇÃO E EFICIÊNCIA NO ATENDIMENTO

O atendimento está cada vez mais aliado à estratégia de venda de uma empresa. Um bom atendimento pode ser visto como um diferencial de mercado, permitindo que a empresa se coloque à frente da concorrência e, de quebra, fidelize os consumidores. Além disso, apostar na estratégia de atender bem favorece a captação de novos clientes e permite que a marca construa uma boa reputação diante do público.

Você sabia que custa de cinco a seis vezes mais conquistar um novo cliente do que manter um antigo? É claro que atrair novos clientes é imprescindível para que uma marca sobreviva no mercado. Porém, conseguir fidelizar os velhos consumidores tem a mesma (ou até mais) importância.

Por isso, além de conquistar novos consumidores, é fundamental preservar a relação com aqueles clientes antigos, que já conhecem a marca e construíram laços com a empresa. Sendo assim, um atendimento qualificado tem um grande impacto no sucesso da companhia.

Hoje, os clientes podem encontrar quase todas as informações que procuram pela internet. Então, é importante conseguir surpreendê-lo de alguma forma, possibilitando que ele ache informações úteis de forma rápida. Para tanto, uma empresa precisa investir em soluções que permitam atender às expectativas do consumidor, aumentando as chances de ele se tornar um cliente frequente e, logo, também beneficiando a empresa.

“ Um atendimento qualificado tem um grande impacto no sucesso da companhia.

Para conhecer o cliente a fundo e realmente saber o que ele deseja ou necessita, especialmente quando interage com a sua empresa por meio do SAC, é preciso contar com operadores qualificados no atendimento, além de integrar o atendimento humanizado com o automatizado. As soluções digitais permitem que se atenda com agilidade, tendo acesso a informações importantes, como o histórico de atendimento de um cliente, ou possibilitando atender mais de um cliente ao mesmo tempo na resolução de problemas simples.

INTEGRAÇÃO HUMANA E AUTOMATIZADA

Como já falamos, atender com qualidade significa resolver as questões dos consumidores rapidamente e com eficácia. Pesquisas mostram que a satisfação do cliente com o atendimento está diretamente ligada ao tempo gasto nos canais de atendimento e à rápida solução de seu problema.

Neste cenário, um SAC eficiente contribui para gerar oportunidades, como novas vendas e a construção de interações duradouras. **O cliente bem atendido e que tem seus problemas resolvidos é capaz de colocar a empresa que o atendeu bem no topo das suas lembranças quando chegar a hora de fazer outra aquisição.**

O esforço do atendimento eficiente deve estar na procura por oferecer o que cliente precisa sem permitir que ele perca tempo demais procurando alguma informação ou não consiga solucionar uma questão simples sozinho. Por isso, o atendimento deve integrar operadores humanos para solucionar questões mais urgentes, mesmo que por chat, enquanto possibilita que soluções como bots e sistemas de perguntas frequentes sejam úteis em casos mais simples.

ATENDIMENTO EFICIENTE

Um bom exemplo em que o atendimento automatizado se mostra eficaz é para quem trabalha com a Bolsa de Valores. Neste caso, o robô é muito efetivo para realizar operações que precisem de informações como tipos de investimento, tipos de ações vantajosas para comprar, preços e valores reais.

Outro bom exemplo é o de alunos de universidades. Com a ajuda de robôs, eles podem obter dados sobre o valor da mensalidade, se o pagamento está em dia, como fazer matrículas, ou seja, cenários em que faz todo o sentido o autoatendimento.

É indicado deixar para o robô todas as respostas e os processos da empresa que são padronizados. Isso garante rapidez e evita respostas truncadas ou erradas.

Entre em contato com a [Direct Talk](#) e conheça nossas soluções de atendimento automatizado, como chat, e-mail, bot. Contate-nos e descubra qual é a forma mais certa de se comunicar com o seu público, ao mesmo tempo em que você tem o controle dos chamados e acesso aos mais diferentes relatórios.

COORDENAÇÃO

MARKETING DIRECT TALK

PLANEJAMENTO E PRODUÇÃO EDITORIAL

DOXXA – INTELIGÊNCIA EM CONTEÚDO

WWW.DOXXA.COM.BR

DT+
SEEK

Juntas, conectando
marcas e pessoas.