



**Enghouse
Interactive**

Webchat está se tornando rapidamente o canal preferido dos clientes e é o canal de crescimento mais rápido nos contact centers.

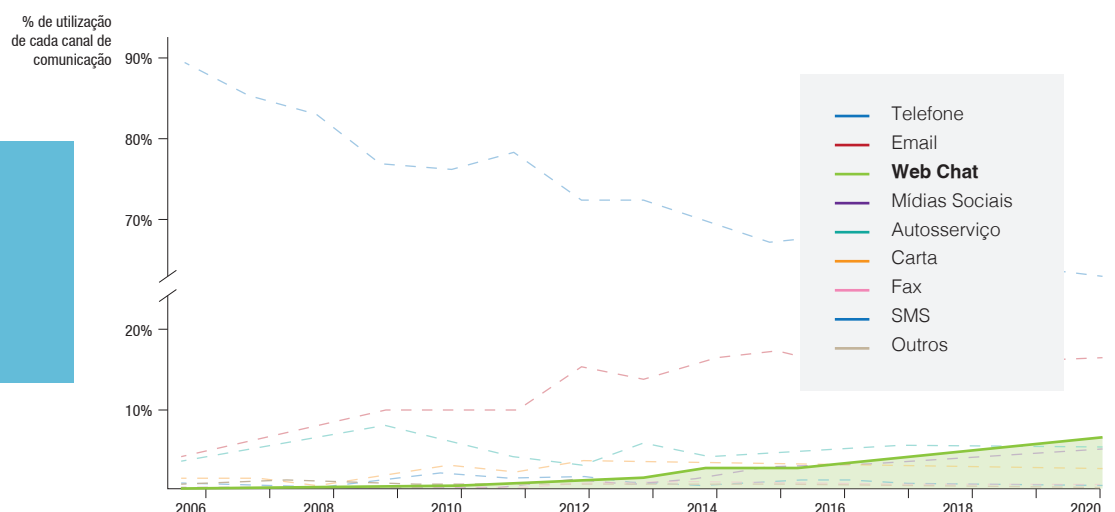
Webchat e sua importância na experiência do cliente

Webchat está se tornando rapidamente em o canal preferido dos clientes e é o canal de crescimento mais rápido nos contact centers. Do ponto de vista do cliente, é imediato, fácil e conveniente. Para o contact center, oferece grandes benefícios graças à sua eficiência e alguns outros ganhos que não são alcançados através das chamadas de voz: os agentes podem ajudar mais clientes em menos tempo e gerenciar múltiplas interações em simultâneo.

Uma solução webchat permite ao cliente final executar várias tarefas ao mesmo tempo enquanto faz o seu pedido. Além disso, essa interação parece menos comprometedor do que uma chamada de voz e, ao mesmo tempo, muito mais rápida, já que o cliente tem contato em tempo real com as companhias sem ter que ouvir longos anúncios ou música de espera.

Os Millennials preferem usar serviços com base em texto, claramente evidenciados na forma como se comunicam diariamente com seus amigos e familiares. Graças a isso, o uso de webchat em contact centers continua crescendo e muitos de nossos clientes buscam gerar estratégias de negócios e treinar seus agentes levando em conta os avanços e desenvolvimentos desta ferramenta digital.

O que aconteceu com as interações inbound em todos os canais de comunicação?



Fuente: Estudio Inner Circle Guide To Self Service de Contact Babel

Año

Redução de custos

Webchat tem a capacidade de reduzir os custos de gerenciamento de interações com o cliente, automatizando esse processo, mantendo um alto nível de qualidade de serviço. Oferecer atendimento para nossos clientes através do seu canal de comunicação preferido, resulta em um alto índice de satisfação, o que nos permite construir relacionamentos longos e duradouros.

Os Contact centers de todas as regiões do mundo e de todos os setores econômicos estão começando a investigar como a inteligência artificial pode gerenciar conversas de chat em tempo real em seu atendimento do cliente. Todos os contact centers lidam com interações simples e repetitivas que podem ser gerenciadas automaticamente, permitindo que os

Suporte para agentes

Para manter e garantir a qualidade do serviço, é necessário analisar o comportamento de todos os elementos que convergem dentro do contact center, quantas interações foram gerenciadas com autosserviço?, que tipo de interações são tratadas pelos agentes?, que tipo são conversações de chat?, se informou os seus agentes sobre o percurso do cliente até agora?, como tem apoiado os seus agentes durante as sessões de chat?, tem uma página web otimizada para redirecionar seus clientes para que eles conheçam melhor seus produtos e/ou serviços?

Apoiar seus agentes é fundamental e o sucesso dessa prática é diretamente influenciada pela tecnologia utilizada no contact center. Um fator diferencial para oferecer uma solução que aumenta a produtividade da operação é garantir que a ferramenta webchat esteja totalmente integrada com

agentes se concentrem em contatos que requerem um nível mais alto de inteligência emocional e empatia. Para oferecer uma experiência de qualidade, não tem necessariamente de ser gerida por um humano.

O benefício da implementação do webchat deriva principalmente do custo por venda. Se uma empresa está automatizando uma parte de suas respostas de web chat através da inteligência artificial, ela pode ser muito mais competitiva e focar nas interações que requerem um atendimento mais complexo. Usar inteligência artificial é muito mais fácil do que oferecer uma grande variedade de opções de perguntas e respostas e seus clientes nem vão se dar conta de que não estão interagindo com uma pessoa real.

outros canais de comunicação. Se usarmos o chat como uma solução independente, não haverá reconhecimento real de quem é a pessoa com quem estamos interagindo.

Por exemplo, poderíamos ser clientes de uma empresa e ter gasto muito dinheiro em seus produtos ou serviços, mas se a empresa não tem visibilidade disso, então não será capaz de deixar o agente saber no momento de gerenciar a interação e ele vai nos tratar como qualquer outro cliente.

Ao integrar o CRM com webchat, os agentes têm acesso a todos os detalhes importantes do contato antes de responderem à primeira interação. Isso é algo que todo contact center deve ter se você quiser tratar o cliente adequadamente e é exatamente isso que devemos fazer quando falamos sobre a jornada do cliente ou "Customer Journey".

Manter o contexto de interação: Omnichannel

Os contact centers bem-sucedidos têm agentes treinados para gerenciar interações em qualquer canal de comunicação e podem eliminar o tempo de inatividade ao lidar com eles quando o canal de voz está inativo. Isso significa que as ferramentas de tecnologia também devem ser capazes de programar e controlar quantas interações de voz, e-mail, SMS e chat o agente recebe em qualquer momento.

Com todos esses canais disponíveis para os clientes, eles provavelmente irão contatar sua empresa através de algum outro canal antes de interagir através do

chat. Então dispor de uma solução abrangente que mostre o histórico de interações com o agente e detalhes do que aconteceu na viagem do cliente é crucial para manter o contexto.

Da mesma forma, a solução webchat deve ser capaz de mostrar as seções do seu site que o cliente visitou e há quanto tempo ele está em cada uma delas. Isso permitirá que conheça seus interesses, mesmo antes de fazer o primeiro contato através do seu contact center.

Escalonamento de Necessidades

Mas e se a exigência do cliente for mais complexa? Isso exigiria um nível muito maior de empatia que não pode ser resolvido apenas através da interação webchat.

Por exemplo, 77% dos americanos têm um smartphone capaz de gerar vídeos. Este número é ainda maior no Reino Unido, onde, de acordo com o Mobile Consumer Survey 2017 da Deloitte, 85% da população utiliza este tipo de tecnologia, enquanto na Ásia Pacífico o número aumenta para 1,4 bilhão de usuários. Esta figura é interessante porque os agentes do contact center podem sugerir aos clientes que escalem uma interação que começou através de webchat para uma chamada de vídeo, onde o cliente pode evidenciar sua necessidade por meio deste formato.

É muito importante ver a jornada do cliente como uma conversa única e não como uma série de interações ou eventos separados. Não importa se a comunicação começou com uma sessão de chat e depois foi transformada em uma chamada de voz ou vídeo.

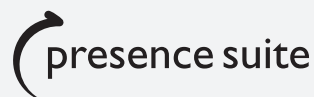
Por fim, aplique métricas para o rastreamento adequado do gerenciamento do webchat. Existem três conjuntos de métricas para monitorar o chat ao vivo que devemos considerar. Estas são métricas em tempo real, históricas e de clientes.

Em muitos aspectos, o chat ao vivo é semelhante ao do telefone, já que o que se quer medir no chat não é diferente de qualquer outro canal no contact center. No entanto, existem métricas específicas, como o "número de chats simultâneos", que são exclusivas deste canal e, portanto, precisam ser devidamente medidas.

Se você está pensando em implementar uma ferramenta de webchat em seu contact center, então você está pensando estrategicamente. Mas antes de começar tenha clara sua estratégia. Determine o que pretende ao implementar esta opção. Defina metas, seja para melhorar seus indicadores de atendimento ao cliente ou reduzir seu custo de vendas. Treine sua equipe para certificar-se de que eles estão entregando sua marca corretamente e garantir que você está permitindo que eles gerenciem com sucesso qualquer exigência, equipando-os com todas as informações necessárias, bem como dados comerciais e históricos da viagem do cliente.

Sobre a Enghouse Interactive

Enghouse Interactive (www.enghouseinteractive.es) oferece a tecnologia e a experiência para maximizar o valor de cada interação com o cliente. A companhia desenvolve um amplo portfólio de soluções de gestão de interações com clientes. As principais tecnologias incluem contact center, console de atendimento, discador automático preditivo para chamadas ativas, gestão de conhecimento, IVR e soluções de gravação de chamadas compatíveis com qualquer ambiente de telefonia através dos modelos de negócio por aquisição, locação como serviços ou em nuvem. Enghouse Interactive possui milhares de clientes em todo o mundo, suportados por uma rede de parceiros estratégicos e mais de 800 profissionais dedicadas às operações internacionais da companhia.



Presence Suite é uma solução da **Enghouse Interactive**



Para maiores informações, visite www.enghouseinteractive.es/pt