White Paper

Chatbots e automação interativa

Obter o equilíbrio certo

Enghouse Interactive

A revolução robótica: como a automação está redefinindo o atendimento do cliente

A era digital deu origem a uma cultura de gratificação imediata. Os clientes exigem agora um serviço rápido e eficiente que satisfaça suas necessidades na primeira tentativa. Tratar de obter um resultado positivo o mais rápido possível e com o menor esforço.

E não importa o tamanho, orçamento ou transação, eles esperam que seja fornecido pelas companhias.

À medida que a tecnologia evolui e as pessoas se tornam mais confortáveis em usar em suas vidas diárias, elas também entendem o que ela pode fazer por elas. Por entenderem suas capacidades, eles também aumentam suas expectativas de excelência no atendimento ao cliente. A automação robótica é um grande exemplo dessas expectativas em ação.

Os consumidores já sabem o que o Alexa da Amazon e o Siri da Apple podem fazer para enriquecer suas vidas diárias. A Inteligencia artificial está avançando rapidamente em nossas interações em várias plataformas, como WhatsApp, Facebook e Twitter. Através de serviços bancários móveis, aplicações de seguros e muito mais.

As companhias de todos os tamanhos têm de satisfazer estas exigências para se manterem competitivas. Muitos contact centers dependem fortemente da automatização de suas operações e interações diárias. As ferramentas de autogerenciamento e suas funcionalidades são implantadas como uma parte cada vez mais importante das comunicações com os usuários.

15,8%

Prever que o mercado mundial da tecnologia de autosserviço cresça a uma taxa média anual de cerca de 15,8% até 2021.

Na verdade, a tecnologia de autosserviço é um grande negócio.

Esperar que as vendas automatizadas globais atinjam US$ 37,75 bilhões até 2021 - com os Chatbots gerenciando a maioria das interações - e é fácil entender por quê. Beneficia tanto os agentes do contact center como os clientes de todas as formas possíveis.

As consultas de rotina podem ser tratadas mais rapidamente graças aos processos automatizados, que estão sempre disponíveis e resolvem os problemas rapidamente, para que os clientes fiquem satisfeitos. Enquanto isso, os agentes são liberados para gastar mais tempo em interações personalizadas e de alto valor que fortalecem as relações com os clientes e criam fidelidade. Esta experiência também é mais gratificante para os agentes, aumentando sua satisfação geral com o trabalho.

Para tirar o máximo partido do seu potencial, as tecnologias de autosserviço, automação ou Chatbots nunca devem funcionar isoladamente, mas sim ser um elemento estreitamente integrado com a tecnologia geral dos contact centers, e ser tratados exatamente da mesma forma que um agente humano ou outro canal de comunicação. Desta forma, se um cliente não for capaz de resolver seu problema através da automação, ele pode voltar rapidamente para um agente ativo que tenha todas as informações relevantes disponíveis.

Prever que o mercado mundial da tecnologia de autosserviço cresça a uma taxa média anual de cerca de 15,8% até 2021.

95%

dos consumidores acreditam que o serviço ao cliente será o principal beneficiário dos chatbots

85%

de todas as interações com clientes serão realizadas sem um agente humano até 2020

Esta relação simbiótica entre homem e máquina não é nada de novo. A era digital tem testemunhado a evolução do "cliente informado", e esta tem sido suportada pelo desenvolvimento simultâneo de capacidades de autosserviço.

As empresas com visão de futuro confiam nas novas tecnologias para melhorar a experiência do cliente, capacitando para gerenciarem por si próprios e manterem o controlo das atividades e dos resultados. Ações simples como pedir um produto, pagamentos bancários e agendamentos já utilizam autosserviço por defeito.

Estas experiências ocorrem através da criação de sistemas que aproveitam ao máximo os dados e colocam esta informação no centro de nossas interações. Já em 1990, Bill Gates orgulhosamente revelou que a Microsoft colocaria "informações em suas mãos" quando a revolução da tecnologia da informação começou. Então, em 1994, o Google confirmou que agora iria "organizar a informação do mundo e tornar universalmente acessível e útil". Os dados não eram apenas acessíveis, mas úteis, com uma finalidade e estrutura que nós, os utilizadores da Internet, podíamos adaptar e definir.

Em 2013, o smartphone médio tinha 41 aplicações descarregadas para ele e mais dispositivos móveis eram ativados todos os dias do que as crianças que tinham nascido. Hoje, o Alexa da Amazon está equipado com mais de 30.000 habilidades e novas habilidades são adicionadas todos os dias. As previsões futuras não vêm diminuir a velocidade e a escala dessa inovação. O Gartner prevê que, até 2028, "software inteligente e robôs movidos a IA se unirão aos humanos no trabalho".

Essas tendências sustentadas e transformadoras têm implicações importantes para os clientes do contact center.

No final de 2017, cerca de 70% de todos os casos de uso de IA estavam relacionados a atendimento do cliente e call centers. Sete em dez. A tecnologia não só está a aumentar, como está a tomar o controlo.

Como em muitas outras áreas, essa transformação digital está criando oportunidades sem precedentes para o atendimento do cliente. As pessoas podem conseguir mais em menos tempo, com resultados relativamente imediatos e de forma autogerenciada. Mas toda essa automação é uma coisa boa? É tão simples quanto implantar Chatbots e IA e esperar melhores resultados? Há limites para o que podemos esperar da tecnologia e o que nossos clientes aceitarão?

O caso
da automação de contact center

80%

Até 2030, pelo menos 80% do trabalho de rotina será automatizado

Embora isso prometa melhorar os níveis de serviço, os 20% restantes das tarefas podem ser ainda mais valiosos para as organizações. Essas são as interações humanas de alta qualidade que tornam ótimo o bom atendimento ao cliente.

Na indústria, a automação está na boca de todos. Chatbots e IA são palavras-chave e os profissionais de contact center estão entusiasmados com o seu potencial para melhorar as operações e o desempenho.

Mas tudo isso é uma realidade empresarial sustentável ou apenas uma moda? As empresas estão entrando no carro por causa de toda a confusão? Os humanos e os Chatbots podem trabalhar de mãos dadas para criar uma jornada do cliente sem interrupções? Os clientes realmente querem ser bombardeados por toda essa tecnologia?

O principal objetivo de qualquer contact center moderno é ser centrado no cliente. Com tantos canais de comunicação, uma oferta competitiva e pedidos para gerenciar, os serviços mais bem sucedidos se centram no cliente e constroem uma experiência ordenada, do início ao fim. Não se trata apenas de instalar a tecnologia mais recente, tratar do que você faz depois de implementar

A tecnologia pode fazer muito do trabalho de rotina. A IA imita o comportamento humano. Ela antecipa as necessidades do cliente e usa inteligência artificial e Machine Learning para melhorar continuamente a experiência do cliente. Realiza uma variedade de tarefas automatizadas.

Os Chatbots são essencialmente assistentes virtuais, permitindo o auto-atendimento ao cliente através de canais de comunicação digital. Eles confiam nos dados para se expressarem usando a linguagem natural, e no aumento da inteligência para fornecer aos clientes informações relevantes e ajudar a garantir um resultado positivo.

Por mais impressionante que a seja a IA, ainda falta um ingrediente vital para a satisfação do cliente.

Emoção

Os agentes humanos podem simpatizar. Eles podem discutir questões sensíveis ou complexas com os clientes. Ouvem, simpatizam, partilham seus sentimentos, dão um ponto de vista. Estas respostas emocionais são únicas para cada agente humano e não podem ser replicadas. Eles são vitais em um mundo onde todos os valores do cliente são ouvidos e compreendidos. E nenhum tipo de IA pode oferecer isso.

Encontrar o equilíbrio perfeito entre o ser humano e o robô, essa combinação de processos baseados em dados e compreensão emocional, podemos alcançar o funcionamento ideal do contact center, que agregar valor ao negócio.

Conseguir o equilíbrio certo

79%

de los consumidores quieren que las marcas demuestren que se preocupan antes de considerar comprarles

Então, como alcançar esse equilíbrio, alcançar a utopia do nosso contact center? Vamos começar por examinar mais de perto as formas como os nossos agentes humanos interagem com a automação de suporte.

A maioria das solicitações de clientes está relacionada com tópicos relativamente simples: redefinir uma senha, perguntar onde está um pedido ou descobrir mais sobre um determinado produto ou serviço. Praticamente todas as consultas desta natureza podem ser tratadas através de interações de autoatendimento, através de ferramentas automatizadas ou bots sem necessidade real de assistência humana.

Mas essas interações devem estar conectadas e trabalhar em sinergia com os agentes humanos. Tarefas automatizadas em silos podem criar confusão e interrupção em todo o contact center quando algo dá errado, pois ninguém tem visibilidade sobre as atividades executadas e leva muito tempo para rastrear até a origem. Ao sincronizar tudo, os problemas podem ser facilmente escalados para um agente, e o aprendizado pode ser rapidamente incorporado como parte do gerenciamento e da melhoria contínua.

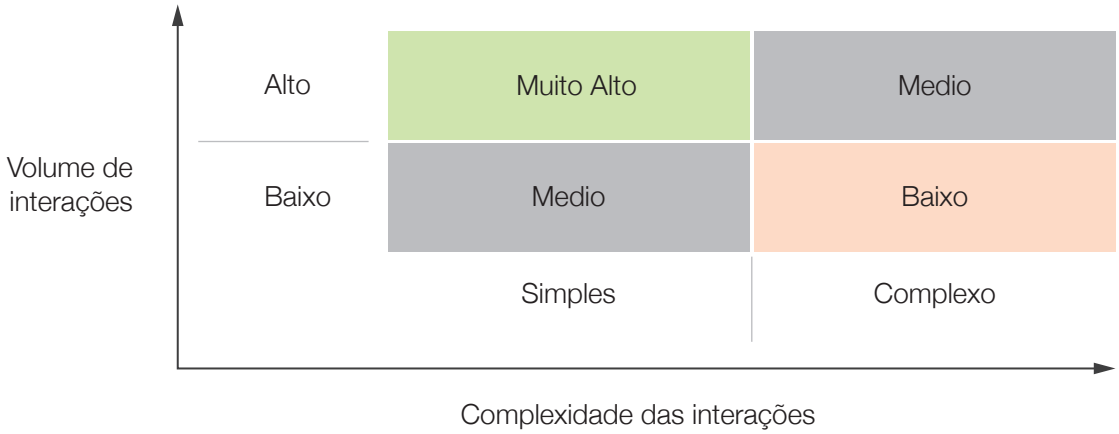
A boa notícia é que a tecnologia necessária para alcançar isso não é cara ou complicada. Na verdade, altos níveis de autosserviço do cliente e automação estão ocorrendo com quantidades mínimas de investimento em tecnologia. A maioria das organizações já tem mais de 80% dos recursos de que necessitam - ainda não os utilizaram em todo o seu potencial.

A utopia de que estamos a falar é, portanto, uma relação simbiótica em que a automação pode realizar tarefas elementares de autosserviço, fornecendo a cada agente humano a informação vital de que necessita para servir eficazmente os clientes individuais, sempre que necessário. Não existe uma abordagem única para esta questão. Não existe uma fórmula matemática estabelecida ou uma percentagem perfeita. Cada organização tem suas próprias necessidades.

Então, qual é a melhor maneira de implementar chatbots? Quais empregos devem ser atribuídos a eles? Como eles serão treinados?

São geralmente mais adequados para grandes volumes, tarefas orientadas para processos, que são repetitivos e demorados. Aqui é onde a automação pode oferecer o maior benefício possível no menor tempo possível. Se a complexidade de uma tarefa e a profundidade da interação aumentarem, é provável que a intervenção humana também aumente. 79% dos consumidores querem que as marcas mostrem que se preocupam antes de considerar comprar deles, então qualquer melhoria nas interações é vital.

Como usar autosserviço e automação



Esta abordagem funciona bem para todos. Tarefas pesadas e trabalhosas são concluídas mais rapidamente e sem erros humanos.

As interações complexas são gerenciadas por agentes com mais tempo para se dedicarem a elas, que se sentem mais recompensados em sua vida profissional. E os clientes desfrutam de uma experiência de serviço consistentemente superior.

79% dos consumidores querem que as marcas mostrem que se preocupam com eles antes de considerar uma compra.

Com estes benefícios tão claros e completos, é justo perguntar por que não existem mais contact centers trabalhando com este equilíbrio de recursos humanos e automatizados. A resposta é simples: porque o equilíbrio não é tão fácil de alcançar como parece.

Como pode a Enghouse Interactive ajudar?

Dada a rápida evolução e o ambiente altamente competitivo dos contact centers, juntamente com uma tecnologia complexa e em constante evolução, vale a pena trabalhar com um parceiro especializado para chegar onde você quer estar.

A Enghouse Interactive está empenhada em fazer exactamente isso.

Nossas soluções permitem que todo o tipo de clientes se autogerenciem através de uma ampla gama de ferramentas automatizadas: incluindo chatbots, IA, reconhecimento de voz, web e opções móveis. Todas elas são rápidoas de implementar, potentes e extremamente rentáveis.

Escolha uma solução inovadora que atenda às suas necessidades ou configure sua própria versão personalizada exclusiva. De qualquer forma, você pode ter certeza de que ela se integrará sem esforço aos seus sistemas existentes e será fácil de administrar e manter.

Nosso Communications Portal interativo e fácil de usar é um portal multimodal que reduz significativamente o tempo, o custo e a complexidade da criação e implementação de soluções personalizadas de autoatendimento de voz e comunicações. Implante voz, chatbot, mensagens, vídeo, SMS, automação móvel e comunicações por e-mail. Tudo num só lugar, sem problemas.

Chatbots e aplicativos de voz são monitorados 24 horas por dia para garantir a confiabilidade, enquanto a automação móvel permite que usuários de qualquer dispositivo participem de uma sessão de autoatendimento através de um aplicativo móvel. Tudo isto se traduz num sistema mais intuitivo e numa melhor experiência do cliente.

Enghouse Interactive
presence.marketing@enghouse.com
www.enghouseinteractive.es/pt