

6 Melhores Práticas para Líderes de TI Desenharem um Autoatendimento Efetivo

Introdução

O Gartner prevê que até 2022:

O autoatendimento
do cliente
representará
64%
de todo o
engajamento
com o cliente.



85%
de todas as
interações de
serviço ao cliente
irão começar a partir
do autoatendimento

Fonte: Gartner¹

Apesar desses números, muitas empresas não contam com uma abordagem e visão focadas em um autoatendimento de cliente verdadeiramente eficaz, resultando em experiências desconexas e recursos deficientes.

Este guia se baseia em mais de uma década de experiência, capacitando líderes de TI em todo o mundo para construir experiências de autoatendimento personalizadas. Será compartilhado uma série de melhores práticas e uma imersão na história de sucesso de uma empresa.

¹ <https://www.gartner.com/en/documents/3975914/delivering-relevant-content-and-knowledge-to-customers-i>

O Autoatendimento Vale o Investimento?

A resposta rápida é sim. Não só vale a pena para as empresas, mas também sua implementação está se tornando necessária.



Canais de interação ao vivo

8.01

dólares por contato



Autoatendimento

0.10

dólares por contato

Um autoatendimento digital é fundamental para diminuir custos de serviço da empresa. Para executar um programa de serviço ao cliente com custo reduzido, os líderes de TI precisam ajudar suas equipes de atendimento ao cliente a fornecer autoatendimento que capacite os clientes a resolver seus próprios problemas.

As interações de autoatendimento custam uma fração do que custam as interações ao vivo. Ao migrar mais interações com o cliente para um site de autoatendimento digital, as empresas podem reduzir rapidamente os custos de seu programa de atendimento ao cliente.

Essa abordagem também permite que as empresas dimensionem sua estratégia de atendimento ao cliente com mais eficiência. Em vez de depender apenas de canais ao vivo, os líderes de TI podem escolher aproveitar o autoatendimento digital para aumentar as solicitações dos clientes, ou reduzir o número ou a duração das chamadas para o suporte ao cliente. Além disso, como o autoatendimento pode ser implementado em vários canais, as empresas serão capazes de fornecer comunicação consistente em todos esses pontos de contato, proporcionando melhores experiências ao cliente que aumentam sua satisfação.

Melhores Práticas para Apoiar o Autoatendimento

Com base em mais de uma década de experiência no fornecimento de excelentes experiências de autoatendimento, aqui estão seis práticas que nossa equipe recomenda aos líderes de TI:

1. Compreenda o que o time de atendimento ao cliente precisa

Times de TI precisam estar alinhados com as equipes que lidam com os clientes para executar uma estratégia de autoatendimento com êxito. Não existe uma estratégia de autoatendimento que sirva para todos, portanto os líderes de TI devem examinar sua própria organização e determinar como o autoatendimento pode ajudar os times de negócios a atingirem seus objetivos.

Separe um tempo para entender o que o time de atendimento ao cliente quer atingir. Faça algumas perguntas como:

- ☐ Quais são as métricas de sucesso da experiência do cliente?
- ☐ Como é atualmente a experiência do cliente?
- ☐ Que atividades levam mais tempo para o time de suporte ao cliente resolver?
- ☐ Qual a experiência ideal para nosso cliente?

Discuta esses objetivos e gerencie expectativas com o time que conta com o autoatendimento para melhorar as experiências do cliente. Utilizando esse conhecimento, a TI pode construir uma estratégia tecnológica abrangente que ajudará a satisfazer as necessidades de negócios.

2. Garanta o Alinhamento Prévio com a Estratégia de Experiência do Cliente

Times de TI devem lembrar que qualquer tecnologia implementada deve trabalhar para servir melhores experiências do cliente.

Autoatendimento não é uma tática isolada, e deve ser levada como um canal crucial para simplificar e guiar a experiência do cliente.

Se a iniciativa de autoatendimento for isolada, ela falhará. De acordo com o Gartner, a razão pela qual a maioria das iniciativas de autoatendimento ao cliente não são bem-sucedidas é porque muitas empresas abordam o autoatendimento como uma resposta a solicitações imediatas de clientes ou outras unidades de negócios, em vez de colocar o autoatendimento em um contexto maior da estratégia de experiência do cliente².

Avaliar onde o autosserviço pode ajudar os clientes durante pontos de contato vitais em sua jornada é fundamental para uma execução bem-sucedida. Se o foco do autoatendimento estiver centrado na tecnologia que está sendo usada, ele não será útil para os clientes. A decisão de adotar o autoatendimento em portais existentes deve ser orientada pelas necessidades e preferências do cliente.

As tecnologias mais poderosas e inovadoras serão ineficazes se não forem implementadas com uma compreensão abrangente do comportamento do cliente e um compromisso para aprimorar as experiências do cliente.

Experiências de autoatendimento efetivas começam com um entendimento do comportamento do cliente, preferências de comunicação e sua jornada.

Priorize quais opções de autoatendimento atenderão melhor aos clientes e proporcionarão uma experiência intuitiva. Isso ajudará a determinar quais recursos são mais críticos para entregar primeiro e ajudar a planejar adequadamente para as fases de desenvolvimento futuras.

² <https://emtemp.gcom.cloud/ngw/globalassets/en/sales-service/documents/trends/delivering-on-the-digital-promise-ebook.pdf>

À medida que isso for sendo executado, meça a efetividade do autoatendimento com metas de ROI. Mais uma vez, como o autoatendimento não é uma tática isolada, ela deve ser gerenciada e avaliada constantemente.

Algumas métricas de sucesso de um portal de autoatendimento são:

- Taxa de incidentes
- Taxa de resolução de reclamações
- Pontuação de esforço do cliente
- Pontuação de satisfação do serviço

Compare essas métricas com os KPIs gerais da experiência do cliente para avaliar como melhorar e aumentar o ROI do autoatendimento.

3. Foque em Integração

O autoatendimento, em particular, requer recursos de integração robustos; sempre que os clientes usam um recurso de autoatendimento, alguma atividade de negócios deve ser realizada nos bastidores para produzir os resultados que eles esperam. Por exemplo, se um cliente está procurando por documentação, um sistema de gerenciamento de conteúdo precisa ser integrado a uma interface voltada para o cliente e uma aplicação de pesquisa para revelar o que o cliente está procurando. Não importa o que o autoatendimento esteja realizando, todos exigirão integração entre os sistemas para serem eficazes.

No entanto, a integração prova ser um desafio para muitas empresas, pois o número de aplicativos existentes, sistemas de terceiros e tecnologias emergentes usadas vem aumentando. Os stacks de tecnologia de atendimento ao cliente continuam contendo sistemas divergentes e sobrepostos, o que leva a experiências desarticuladas e processos lentos.

Considere quais tecnologias ajudarão a combater esse risco e facilitarão a integração dos serviços existentes em uma única plataforma para permitir não apenas a atividade contínua entre os sistemas, mas também para fornecer uma experiência conectada ao cliente.

4. Conte com um Robusto Gerenciamento do Conhecimento

Use uma abordagem integrada quando se trata de gerenciar ativos de conhecimento, que podem incluir práticas recomendadas, perguntas frequentes, processos de negócios críticos e muito mais. Essas informações devem estar disponíveis em vários canais e dispositivos por meio de autoatendimento.

O processo de tagging e metadados também serão extremamente importantes quando os clientes começarem a pesquisar o conteúdo de que precisam ou por chatbots tentando encontrar as informações corretas.

5. Aprimore o Gerenciamento de Performance

As empresas precisam ter uma solução que seja capaz de atender clientes em todo o mundo em diferentes fusos horários. Use uma solução na nuvem com disponibilidade 24 horas por dia, 7 dias por semana, que não só minimizará o tempo de inatividade, mas também garantirá a continuidade dos negócios, para que os clientes ainda possam ter acesso às opções de autoatendimento em tempo hábil.

Elimine os desafios de manter a infraestrutura local para entregar valor aos clientes com mais rapidez e com redução dos custos de manutenção. Os clientes poderão acessar o portal sem serem prejudicados por tempos de inatividade constantes e desempenho lento. Além disso, procure um fornecedor que ofereça escalonamento automático para moldar a capacidade de computação de acordo com as mudanças no volume e nas circunstâncias.

6. Use uma Plataforma de Experiência Digital

Reunindo todas essas considerações, uma plataforma de experiência digital (DXP) de código aberto é a maneira mais econômica de lançar o autoatendimento.

As empresas podem optar por diminuir os custos de manutenção e gerenciamento aproveitando uma DXP para integrar os sistemas existentes e o conhecimento em uma plataforma unificada. O uso de uma DXP também acelera o time-to-market com funcionalidades nativas, como gerenciamento de conhecimento, pesquisa e fluxos de trabalho, necessários para impulsionar o autoatendimento. Isso permite que as empresas unifiquem processos comuns de atendimento ao cliente e restrinjam seu foco na personalização e manutenção do que é importante para os negócios.

Para começar a avaliar diferentes fornecedores de DXPs, veja a avaliação do Gartner no mais recente relatório de Quadrante Mágico para Plataformas de Experiência Digital >

Nada como um Serviço de Autoatendimento: Caso de Sucesso Panamax

A Panamax Inc, líder global em serviços de telecomunicações de varejo e atacado, precisava de uma solução escalável para acomodar uma base de clientes crescente. Isso exigia tecnologias mais sofisticadas do que os sistemas desenvolvidos

internamente nos quais a empresa estava originalmente operando. A equipe decidiu utilizar uma DXP para desenvolver um portal de autoatendimento para o cliente que fosse escalável e confiável.

Ao facilitar os processos de back-end com APIs, a Panamax foi capaz de:

- Reduzir o tempo de configuração da conta do cliente para apenas alguns minutos
- Acelerar e melhorar workflow integrados
- Melhorar a experiência do usuário com uma interface intuitiva
- Fornecer acesso imediato a conteúdos e detalhes de transações

Através do portal de autoatendimento para seus clientes, a Panamax pôde experimentar, em apenas um ano:



4x aumento do
tráfego do site



5x aumento no número
de inscrições mensais



7x aumento na
receita mensal

Esse portal de autoatendimento tornou-se o hub para que clientes se conectem com mais eficiência, ajudando a adquirir novos clientes, engajar os existentes e aumentar a receita de forma constante.

Leia mais sobre como a Panamax conseguiu desenvolver um [portal de autoatendimento efetivo para seus clientes](#).

Conclusão

Os benefícios do autosserviço não podem ser percebidos sem uma estratégia intencional e metas focadas no cliente. Mesmo que a estratégia de autoatendimento de cada empresa varie de acordo com diferentes objetivos e preferências do cliente, considere essas práticas gerais recomendadas para orientar uma estratégia de autoatendimento bem-sucedida.

Seguindo Adiante

Veja uma [lista completa de funcionalidades e recursos de integração](#) disponíveis para projetar um portal de autoatendimento efetivo com Liferay.



A Liferay ajuda organizações a resolverem seus desafios de negócio na criação de experiências digitais na web, dispositivos móveis e outros canais, oferecendo soluções de intranet, commerce, portais, integração de distintos sistemas e muito mais. Nossa plataforma é open source, o que a possibilita maior inovação, confiabilidade e segurança. Através de soluções de negócio e tecnologia, a empresa visa a causar um impacto positivo no mundo. Centenas de organizações do setor financeiro, de assistência médica, governo, seguros, varejo, manufatura e outras verticais de negócios usam Liferay. Para mais informações, visite: liferay.com

© 2020 Liferay, Inc. Todos os direitos reservados.