

Apoio ao cliente em self-service, uma aposta ganha!

O que é apoio ao cliente em self-service?

Atendimento proativo em que é fornecido ao cliente tudo o que ele precisa para obter a resposta às suas questões de forma autónoma e imediata – sem necessitar de entrar em contacto com um representante da empresa.

Como disponibilizar?



Knowledge Base

Criação de "Knowledge Base" por tópicos no website, incluindo FAQs (Frequently Asked Questions), guias, artigos, "how-tos" e vídeos explicativos/formativos.

+



Automatização

Automação com Chatbots inteligentes (possibilidade de escalar para um agente ao vivo quando necessário).

Porquê investir neste modelo?

90%

de clientes a nível mundial esperam que as marcas ou organizações tenham um portal de self-care online. (Microsoft)

91%

das empresas identificaram o self-service na web como um foco de investimento relevante. (Customer Contact Week)

50%

das pesquisas self-care dos clientes será feita através de um assistente virtual prevê a Gartner.

92%

das pessoas utiliza motores de busca para encontrar informação.

81%

dos consumidores em todas as indústrias tenta primeiro resolver os seus assuntos sozinhos antes de falar com um representante da marca. (Harvard Business Review)

60%

do atendimento de bancos e instituições financeiras portuguesas é feito por bots.

4 principais vantagens do apoio ao cliente em self-service



Aumento da satisfação dos clientes e colaboradores



Maior eficiência operacional



Rapidez na obtenção de respostas para os assuntos mais comuns



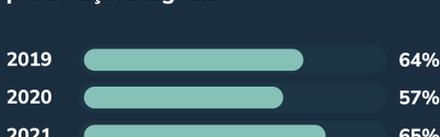
Acesso 24*7*365 a partir de qualquer lugar e dispositivo

Quais as principais razões para oferecer ferramentas /canais de atendimento self-care?

Melhorar a experiência do Cliente



"Apetite" do Cliente por soluções digitais



Redução de custos



Melhorar a performance do Agente Operador/Gestor de contactos



Melhorar as oportunidades de negócio/vendas



Outro



Estudo APCC 2022 (Associação Portuguesa de Contact Centers)

10 mandamentos para que realmente funcione:

01

Ser intuitivo e fácil de chegar à informação pretendida

02

Ser alimentado, enriquecido e atualizado continuamente

03

Ter Inteligência Artificial para uma maior personalização e rigor

04

Disponibilizar diferentes opções de comunicação (botões, escrita livre, voz)

05

Proporcionar uma excelente experiência independentemente do canal

06

Fazer a captura de informação, histórico e métricas para posterior ação/melhoria

07

Ser o mais abrangente e completo possível para não defraudar expectativas

08

Ter workflows associados para otimização de processos

09

Ter um backoffice que não exija conhecimentos técnicos

10

Garantir segurança e conformidade com os standards em vigor