Un artigo da Frost & Sullivan

Flexível, ágil e segura: A experiência do cliente na era do distanciamento social

Sebastián Menutti e Juan Manuel González

FROST & SULLIVAN
The Growth Pipeline™ Company

Tabela de conteúdos

Introdução 3

A nova «normalidade» nos contact centers: Desafios e oportunidades 4

Estratégia da Konecta: Responder, Reiniciar e Crescer 7

A última palavra 9

Sobre a Konecta 9

Todos os direitos reservados © 2020 Frost & Sullivan

INTRODUÇÃO

É uma crise sem precedentes, tanto pelo seu tamanho como pelo seu âmbito e resposta. A pandemia da COVID-19 prejudicou a economia mundial e a grande maioria dos setores, com cadeias de fornecimentos cortadas, quarentenas rigorosas na maioria dos países e organizações que desenvolvem a possibilidade de manter o trabalho remoto a longo prazo e até mesmo permanentemente.

No entanto, o que diferencia esta crise das anteriores é a tecnologia de que dispomos para lhe dar resposta, como, por exemplo, o vídeo. As gerações anteriores da tecnologia de videoconferências eram complexas, pouco organizadas e caras. A videoconferência moderna é fácil de implementar e de usar, e é acessível a empresas de todas as dimensões. Porém, desta vez, a severidade da situação vai mais além das considerações tecnológicas e afeta a natureza humana: atualmente, os nossos hábitos e costumes são aquilo que dificulta mais a adoção da tecnologia do que qualquer outro fator. Sem dúvida, a crise atual e mundial de saúde acelerará a necessidade de implementar estilos de trabalho flexíveis e ágeis, e impulsionará ainda mais a utilização de tecnologias que melhoram o equilíbrio entre a vida profissional e a pessoal.

Esta situação ocorre num momento em que a dinâmica competitiva de um grande número de setores gira cada vez mais em torno da experiência do cliente (CX). Em todo o mundo, a CX está a tornar-se o principal fator que afeta a fidelização do cliente e o principal diferenciador que determina o sucesso dos negócios. As empresas já não podem ignorar este fenómeno e devem direcionar a sua atenção para os prestadores de serviços que possam proporcionar a melhor CX, ou seja, uma vantagem competitiva.

Por sua vez, os prestadores de serviços da CX enfrentaram uma situação sem precedentes como resultado das medidas de quarentena e do distanciamento social, o que impossibilitou que continuassem a funcionar normalmente. Por isso, tiveram de tomar medidas rápidas para garantir a continuidade das operações. O trabalho remoto ou "trabalho em casa" foi consolidado como o elemento principal para manter níveis de serviço altos. Além disso, dada a dificuldade de dar resposta, com eficiência, aos crescentes volumes de interações telefónicas, muitos prestadores de serviços apostam mais fortemente em canais digitais, como chat, colaboração via Web, e-mail, WhatsApp, Facebook, Instagram e outras redes sociais.

Sem dúvida, para a grande maioria das empresas da América Latina, será preciso muito trabalho e esforço para a sua adaptação a esta nova realidade. Contudo, acreditamos que sairão desta crise de forma diferente de como entraram nela.

Todos os direitos reservados © 2020 Frost & Sullivan

A NOVA «NORMALIDADE» NOS CONTACT CENTERS: DESAFIOS E OPORTUNIDADES

Com base nas medidas de distanciamento social que foram impostas, em diferentes graus, em todos os países da América Latina, a primeira reação dos contact centers da região foi fazer com que os seus agentes passassem a trabalhar nas suas casas com a maior rapidez. Embora a profundidade e amplitude dessas iniciativas tenham sido condicionadas pelos regulamentos e disposições governamentais dos países, o trabalho remoto permitiu que os prestadores de serviços continuassem a fazê-lo, de uma maneira notoriamente eficiente.

É verdade que, para muitas empresas, os projetos de trabalho remoto apresentam alguns riscos. No entanto, as empresas enfrentaram o dilema de aceitar riscos e trabalhar para minimizá-los, ou deixar que as interações com os clientes permanecessem sem resposta por algum tempo. Nesse sentido, as principais preocupações estavam relacionadas com a segurança dos dados e o impacto potencial na produtividade dos funcionários, devido à qualidade da infraestrutura ou à falta de supervisão, principalmente no caso dos funcionários mais novos. No entanto, e quase imediatamente, pudemos ver a implementação de soluções diferentes para resolver esses problemas. Entre estas, temos de mencionar o envio de modems sem fio portáteis para melhorar a ligação à Internet nas residências dos funcionários, ou o uso de ferramentas de otimização da força de trabalho (WFO), para que os agentes também tenham acesso às suas métricas de desempenho, bem como às atividades de coaching e de assistência em tempo real.

No entanto, existem questões importantes no panorama das empresas que não fazem com que o trabalho em casa seja uma opção. Por exemplo, e os agentes que são forçados a entrar num ambiente de trabalho em que se sentem inseguros? Os agentes confiarão nessas marcas como empregadores quando a crise começar a diminuir e as suas perspetivas de emprego melhorarem? As empresas que optarem por não adotar, pelo menos parcialmente, o modelo de trabalho em casa poderão ter um desgaste maior do que o normal nos seus agentes quando esta pandemia começar a desaparecer, o que representa uma perspetiva muito negativa, dadas as altas taxas de rotatividade que habitualmente ocorrem na maioria dos contact centers.

Todos os direitos reservados © 2020 Frost & Sullivan

O que ficou claro nesta crise é que o sucesso a longo prazo de um contact center depende de que os agentes proporcionem experiências positivas e satisfatórias aos clientes. O mundo CX gira em torno das pessoas. Além da melhor tecnologia, processos otimizados e inovação de produtos, a forma como os agentes se comportam é o que, em última análise, dá à empresa um extra de qualidade no seu relacionamento com os seus clientes. É por isso que a Experiência do Funcionário (EX) é tão importante quanto a CX: sem um funcionário satisfeito, é difícil obter resultados satisfatórios para o cliente. Durante esta pandemia, a EX parece intrinsecamente ligada à possibilidade do trabalho remoto, uma vez que mais de 70% dos agentes indicaram a sua preferência por esse tipo de trabalho, de acordo com uma pesquisa da Frost & Sullivan. Nesse sentido, é importante observar que o recrutamento está a mudar de forma muito rápida. Atualmente, o processo é quase todo virtual, mas também mudou o perfil do agente para o trabalho remoto. Mas isso não é tudo, pois a formação foi significativamente transformada, graças a novas ferramentas como "gamification" e "e-learning", que permitem tempos de preparação mais curtos e melhoram visivelmente os resultados.

A adoção de um programa de trabalho remoto é apenas o primeiro de vários passos que as empresas adotaram desde o início da pandemia. Os prestadores de serviços enfrentaram vários desafios, como flutuações drásticas na procura e a necessidade de realocar muitos agentes noutras atividades, o que exigiu uma atividade significativa de agilidade e flexibilidade para chegar ao sucesso. Ao mesmo tempo, as preocupações com a segurança da informação aumentaram com a implementação enorme do trabalho remoto. No entanto, embora essa tenha sido a principal razão pela qual algumas empresas foram relutantes quanto ao modelo de teletrabalho pré-pandémico, o mercado de soluções de segurança avançou substancialmente para assim descartar várias dessas preocupações, como pudemos ver recentemente. Os avanços nos ambientes virtualizados, a autenticação multifatorial (MFA) e a criptografia de última geração estabeleceram as condições necessárias para proteger os espaços remotos, o que obrigou as empresas líderes a adotarem ferramentas tecnológicas que lhes permitiram garantir a segurança dos dados dos seus clientes, funcionários e da organização. Há um grande risco se isto não for posto em prática: mais de 50% dos consumidores terão uma visão negativa de qualquer marca durante mais de um ano após qualquer violação de dados confidenciais[1].

1. Neustar.

Todos os direitos reservados © 2020 Frost & Sullivan

É claro que esta crise está a levar muitas empresas a reavaliarem as suas estratégias de aquisição de tecnologia e a escolha dos seus fornecedores e parceiros. Ao mesmo tempo, os decisores enfrentam atualmente uma perspetiva de incerteza para os próximos meses. Não é apenas a recessão económica que parece inevitável – e, com esta, a possível diminuição da atividade e a queda da procura -, pois a evolução da COVID-19 também não está ainda definida e não é possível descartar o surgimento de um novo surto que mergulhe o mundo numa nova quarentena. Nessa estrutura, as empresas devem estabelecer planos sólidos de continuidade de negócios que as preparem para uma transição mais ágil e sem problemas, se não puderem usar as suas instalações.

Assim, valores como flexibilidade, agilidade, escalabilidade e time-to-market tornam-se peças fundamentais para qualquer empresa moderna que queira estar preparada para qualquer contingência. Por isso, a nuvem (computação em nuvem) está a tornar-se a modalidade de tecnologia preferida dos contact centers. Segundo uma pesquisa da Frost & Sullivan, 82% das empresas da América Latina indicam que a nuvem lhes permite otimizar o uso de novas tecnologias, 77% afirmam que lhes permite proporcionar serviços e aplicações mais rapidamente, enquanto 58% afirmam que a nuvem é a chave para agilizar os negócios. Além disso, a nuvem permite que as empresas tenham acesso â tecnologia mais avançada, de maneira rápida e segura, sem grandes investimentos.

Da mesma forma, o uso de ferramentas baseadas em inteligência artificial (IA) está a permitir que as empresas respondam às solicitações crescentes dos clientes, reduzindo significativamente os custos. Essas soluções têm várias vantagens, como automatizar consultas repetitivas e transacionais; maior eficiência no fluxo de trabalho do agente; facilitar a resolução de consultas e procedimentos de clientes; e, como consequência, contribuir para a diferenciação da marca. A Frost & Sullivan ressalta que as soluções de IA estão rapidamente a tornar-se o novo paradigma no campo das tecnologias dos negócios no mundo, e esta região não é exceção. Esperamos, de facto, que os seus recursos prospetivos e prescritivos tenham impacto na experiência do utilizador, o que nenhuma outra tecnologia conseguiu ainda.

Todos os direitos reservados © 2020 Frost & Sullivan

A ESTRATÉGIA KONECTA: RESPONDER, REINICIAR E CRESCER

Esta pandemia teve efeitos perturbadores no setor dos serviços CX. Todos os prestadores de serviços ficaram impossibilitados de continuar a trabalhar da maneira tradicional e tiveram de agir rapidamente para transformar o seu modelo operacional, e assim continuar a dar resposta aos seus clientes. No entanto, nem todos passaram por estas circunstâncias, nem foram capazes de responder com eficiência aos desafios derivados desta crise. As empresas que o fizeram construíram uma combinação bem-sucedida de agilidade, resiliência, capacidade de gestão e força financeira.

A Konecta posicionou-se como um dos principais fornecedores que superou com sucesso a crise e conseguiu transformar o seu modelo de gestão sem grandes impactos. A empresa conseguiu migrar 45 000 funcionários para uma modalidade remota de trabalho em apenas dois meses, mantendo altos níveis de qualidade de serviço e privilegiando a saúde dos seus funcionários durante toda a jornada laboral. ***"Tivemos de alcançar um objetivo muito ambicioso em muito pouco tempo, demonstrando capacidade de gestão, reação, flexibilidade, força operacional e técnica sem precedentes",*** diz Enrique García Guillón, diretor geral de negócios da Konecta Corporativa em Espanha. Isso foi exigido pela alta complexidade deste desafio. De facto, de acordo com Iván Morero, CEO da Konecta Argentina, ***"fomos capazes de evoluir rapidamente no contexto mais complexo pelo qual tivemos de passar".*** Por fim, José Roberto Sierra, presidente da Konecta Colômbia, destaca que ***"o eixo fundamental era proteger a experiência dos funcionários, a fim de proporcionar uma experiência elevada ao cliente. Se não garantíssemos a EX, a vida e a saúde das pessoas, não poderíamos oferecer uma CX como aquela a que os nossos clientes estão acostumados".***

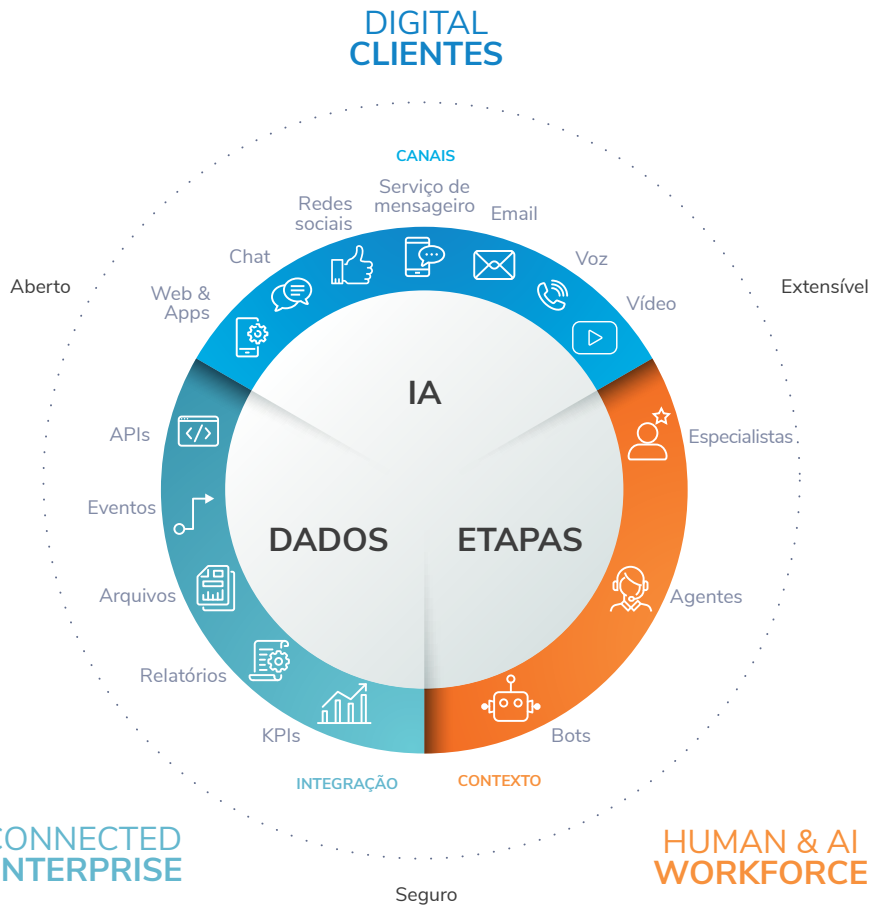
No entanto, a resposta imediata à crise é apenas o primeiro passo para as empresas que desejam permanecer relevantes para os seus clientes e nos seus mercados. À medida que avançamos em direção a uma «nova normalidade», é notório que as práticas passadas já não serão suficientes e que as organizações terão de se adaptarem a um novo ambiente para sobreviverem. Portanto, ao trabalhar na resposta à situação atual, também é importante focar a recalibração das expectativas, previsões e estratégias para circunstâncias futuras. "Responder, reiniciar e crescer" é a resposta da Frost & Sullivan à crise. Esta estrutura conceitual capta os principais problemas enfrentados atualmente por aqueles que são responsáveis pela transformação digital nas suas empresas. Nas palavras de Mariano Castaños Zemborain, diretor de desenvolvimento e expansão de negócios para os EUA e a América Latina, ***"na Konecta tivemos a capacidade de – sendo que a grande maioria da equipa assumiu a tarefa de responder a esse problema complexo e desafiador - estruturar uma equipa totalmente focada no entendimento da nova realidade e na construção de uma oferta de valor, combinando as melhores tecnologias e capacidades operacionais para ajudar os nossos clientes a alcançarem os seus objetivos de negócio neste novo contexto. Foi assim que a Konecta Cloud nasceu (todo o potencial da Konecta, mas agora em casa)."***

A Konecta reiniciou as suas expectativas, reconfigurando e renovando a sua proposta de valor para o mercado com o lançamento da sua plataforma "Konecta Cloud". Com o objetivo de promover a sua transformação digital e a dos seus clientes, a Konecta aproveita a agilidade da nuvem para formar um ecossistema de tecnologias e reunir todas as ferramentas necessárias para um contact center 100% digital. A Konecta Cloud baseia-se em três princípios fundamentais:

- **Aberta:** Tem a capacidade de se integrar nos sistemas de negócios atuais, tanto ao nível da tecnologia do Contact Center como das aplicações empresariais internas.
- **Extensível:** Baseia-se num ecossistema tecnológico que incorpora líderes em diferentes setores - como a Amazon Web Services ou a Genesys -, adaptável às necessidades de cada modelo operacional.
- **Segura:** A Konecta dá prioridade à segurança do trabalho, incorporando tecnologias avançadas que protegem o acesso, comunicações e dados.

Todos os direitos reservados © 2020 Frost & Sullivan

KONECTA CLOUD - PROPOSTA DE VALOR E COMPONENTES



Fonte: Konecta

O lançamento da Konecta Cloud posiciona favoravelmente a empresa para recuperar e voltar a crescer na "nova normalidade". Um exemplo claro é o "local de trabalho virtual", um serviço 100% gerido para permitir o teletrabalho, de forma ágil, segura e compatível com as tecnologias atuais. Sem dúvida, nesse novo contexto, os clientes precisarão de prestadores de serviços ágeis, que se adaptem às mudanças repentinas na procura e na maneira de trabalhar, e que, por sua vez, proporcionem uma experiência segura, digital, próxima, sem esforço, proativa e confiável e resolutiva. À medida que a pandemia segue o seu curso e evolui, as empresas que demonstrarem flexibilidade, eficiência e resultados estarão um passo à frente da concorrência.

"A mudança de paradigma foi consolidada. A sociedade mudou, a maneira como nos comunicamos mudou e as ferramentas para isso também mudaram. No entanto, a nossa estratégia digital baseia-se no que permanecerá, no que nos uniu, nos une e nos unirá, e na capacidade que nós, as pessoas, temos de nos conectarmos. O nosso objetivo é claro, e vamos na sua direção de maneira decisiva e segura, garantindo que cada passo que damos seja um passo sólido."
- Jesús Vidal Barrio, CEO do Grupo Konecta

Todos os direitos reservados © 2020 Frost & Sullivan

A ÚLTIMA PALAVRA

Há muitas perguntas que definirão o futuro, e que as empresas e os clientes terão de aceitar. A COVID-19 será dissipada ou aumentará? Quando haverá uma vacina? Quanto tempo durará o isolamento e qual será o impacto na economia dos nossos países? No entanto, existem algumas verdades que já estão claramente identificadas. Primeiro, haverá vencedores e perdedores nesta crise. Os fornecedores que enfrentaram os desafios dos últimos meses colherão as recompensas desse desempenho, à medida que cada vez mais clientes considerem a conveniência de fazer parceria com eles. Como consequência, o primeiro efeito que encontraremos num futuro próximo será uma concentração de mercado na qual prevalecerão os mais competentes.

Os prestadores de serviços da CX também verão uma escalada no volume de novas oportunidades de negócio, à medida que mais empresas entenderem os benefícios dos processos de terceirização fora do núcleo dos seus negócios. Porém, o campo onde ocorrerá a batalha competitiva do futuro será diferente. Não voltaremos ao mundo CX que existia antes desta pandemia. A Frost & Sullivan espera que o futuro adquira um caráter híbrido e incorpore elementos de vários ambientes, com uma combinação entre Work from Home e Brick and Mortar, e uma maior utilização de comunicações assíncronas, autoatendimento e canais digitais. 75% dos CEOs da Fortune 500 esperam que esta pandemia acelere o avanço da transformação digital nas suas organizações[2]. O ponto fundamental deste processo é que a tecnologia se tornou essencial para fornecer serviços relevantes aos clientes e, portanto, um diferencial competitivo fundamental. Nesta estrutura, ter o parceiro estratégico certo para nos conduzir no caminho da transformação pode ser a diferença entre a prosperidade e o declínio.

Repensar os seus negócios e redesenhar os processos que adicionam valor ao cliente é um processo contínuo, quotidianamente. Ignorar esse processo ou enfrentar esta transformação tarde demais pode significar uma perda imediata de competitividade. O seu caminho para o sucesso futuro começa agora. Do que está à espera?

SOBRE A KONECTA

A Konecta é uma organização focada na excelência em gestão da CX e inovação com presença internacional, que fornece serviços abrangentes de terceirização para clientes em todo o mundo, através de um modelo sustentável que contribui para a criação de valor para acionistas, clientes e funcionários, mantendo um amplo compromisso com o meio envolvente e a sociedade. A sua grande experiência, de mais de 20 anos, em grandes empresas nos principais setores, permitiu-lhe otimizar os processos de interação com o utilizador final, numa experiência única, em ambientes omnichannel, cobrindo todo o ciclo de vida do relacionamento da marca com os seus clientes. A empresa dá um passo à frente com a Konecta Cloud, uma iniciativa que combina operações, tecnologia e segurança para fornecer uma solução inovadora com o seu modelo, os Work Anywhere Agents, na gestão de talentos e otimização de processos, o que permite ter mais de 45 000 teletrabalhadores em todo o mundo.

2. Revista Fortune 500, 2020.

Todos os direitos reservados © 2020 Frost & Sullivan

PRÓXIMOS PASSOS

- **Agende uma reunião com nossa equipe global** para dialogar sobre suas idéias, desafios e oportunidades de crescimento.

- Deseja saber mais sobre os tópicos abordados neste Artigo? Ligue para 977.GoFrost e um analista iráentraráem contato com você.

- Visite nosso site de **Transformação Digital.**

- Participe nos nossos eventos de **Crescimento, Inovação e Liderança (GIL)** para descobrir novas oportunidades de crescimento.

Buenos Aires
1061 Luis María Campos,
Piso 9°
Buenos Aires, Argentina
Tel: + 54 11 4777 1550

Miami
1395 Brickell Avenue,
Suite 816
Miami, Florida,
United States
Tel: +1 786 220 7020

Mexico City
342 Paseo de la Reforma,
Piso 26°
(Torre New York Life)
Colonia Juárez,
Mexico City, México
Tel: +52 55 2881 6944

São Paulo
165 Rua Professor
Atílio Innocenti
5th floor
São Paulo-SP, Brazil
Tel: +55 11 5555-3050

myfrost@frost.com 877.GoFrost http://www.frost.com

FROST & SULLIVAN

Frost & Sullivan, a consultoria global de crescimento de negócios, trabalha em colaboração com seus clientes para obter uma vantagem competitiva de nossa visão inovadora, que engloba os desafios e oportunidades de crescimento global. Por mais de 50 anos, desenvolvemos estratégias de crescimento para uma extensa número de clientes, incluindo parte das 1000 principais empresas globais, empresas emergentes, setor público e investidores. Sua organização estápronta para a próxima onda de convergência do setor, o tecnologias de ponta, maior intensidade competitiva, novas mega tendências, melhores práticas dinâmica inovadora de novos clientes e economias emergentes? www.frost.com

Para mais informacao:
Frost & Sullivan
3211 Scott Blvd #203
Santa Clara CA, 95054