zendesk

Suporte dimensionável ao autoatendimento: personalizado para cada empresa

"Dê um peixe a um homem e você o alimentará por um dia."

Assim começa o provérbio, que continua: "Ensine-o a pescar, e você o alimentará pelo resto da vida." No suporte ao cliente, possibilitar que os clientes façam autoatendimento é como ensinar a pescar. E a tendência é clara: os clientes esperam ter acesso conveniente, relevante e rápido a informações úteis. Faz sentido o fato de que fornecer autoatendimento flexível de qualidade tenha se tornado algo essencial para a Zendesk.

Os líderes do setor estão percebendo que autoatendimento de qualidade não é apenas uma excelente opção de oferta, mas também é fundamental. É isso que os clientes realmente procuram. Em uma pesquisa, a Zendesk descobriu que 76% dos consumidores preferem o autoatendimento, em vez de falar com um representante da empresa. Ao utilizar o autoatendimento, os líderes de atendimento ao cliente estão adotando uma estratégia comprovada de dimensionamento prático, principalmente porque oferecer autoatendimento se tornou um importante indicador de como as empresas conseguirão conter gastos de forma eficaz durante sua expansão.

Adicione a isso o nível cada vez maior de engajamento de funcionários internos proporcionado pelo autoatendimento, e verá que esta é uma situação realmente vantajosa. Ao fornecer aos agentes uma base de conhecimento inteligente, você os ajuda a ter mais tempo através dos bots para lidarem com questões que não precisam do contato humano, colocar conhecimentos mais relevantes ao alcance deles com o uso da inteligência artificial e qualificá-los para desenvolverem e aprimorarem a base de conhecimento para o futuro.

Cada empresa é diferente, e o autoatendimento de qualidade precisa ser personalizado. Na Zendesk, ajudamos as empresas a criarem soluções de autoatendimento adaptadas a todas as necessidades. Neste e-book, você conhecerá histórias de muitas destas empresas de diversos setores diferentes com sede no mundo todo. A Zendesk forneceu soluções personalizadas para que as empresas alcançassem seus objetivos comerciais de forma eficaz, garantindo não só a satisfação, como a promessa de crescimento e aprendizado duradouros.

carsales

Marcas

Mais de 15

Agentes

30

Chamadas/E-mails/Chats/Mês

37.000

Taxa de autoatendimento

30:1

Produtos utilizados

chat guide support talk

A Carsales alcançou uma taxa de deflexão de tickets de 30:1 com o autoatendimento

Desafio

Comprar um carro pode ser uma grande decisão, mas não precisa ser difícil. Esta ideia é fundamental para os negócios da Carsales, que oferece uma rede de sites classificados, que agilizam a forma como os australianos pesquisam, compram e vendem seus carros. Mas não foi fácil oferecer suporte ao número crescente de clientes da rede nº 1 de anúncios classificados da Austrália. Dividida em diversas marcas menores, a Carsales precisava de uma forma simples e eficaz de fornecer autoatendimento de qualidade para todos os seus funcionários. De acordo com o gerente de atendimento ao cliente do grupo, Shaun Wilton, “Quando decidimos criar uma plataforma centralizada de atendimento ao cliente, que incluísse distribuidores, consumidores e todas as nossas marcas, percebemos que nossa tecnologia vigente não daria conta de atender nossas necessidades.”

A Carsales precisava de uma solução de suporte que fornecesse:

- autoatendimento rápido e confiável para o cliente
- uma plataforma única e centralizada de gerenciamento
- serviço simplificado de omnichannel

"Os dados da Zendesk realizaram mudanças em nossos produtos e tecnologias e agora podemos atender melhor às necessidades dos clientes. A Zendesk nos permitiu ter insights, análises e informações valiosas sobre os clientes e sobre como eles interagem e negociam conosco."

– Shaun Wilton
Gerente de atendimento ao cliente do grupo

Solução

Ao implantar o sistema da Zendesk, a Carsales se concentrou em desenvolver um suporte ao autoatendimento. A empresa criou diversas centrais de ajuda exclusivas, com mais de 700 artigos baseados no Zendesk Guide. Seis em cada sete centrais de ajuda são externas e personalizadas às marcas específicas. Isso é importante, pois a Carsales gerencia mais do que carros: ela também lida com compradores e vendedores de barcos, motos e até mesmo máquinas agrícolas e equipamentos para acampamento. Com a solução da Zendesk, agora os funcionários podem lidar facilmente com toda essa complexidade, sem envolver desenvolvedores ou pagar por suporte externo.

A solução da Zendesk possibilitou:

- uma ampla base de conhecimento, que pode ser usada por clientes e funcionários
- o gerenciamento de autoatendimento voltado ao cliente sem o uso de desenvolvedores
- uma rede de centrais de ajuda específicas para cada marca

Resultados

Com o autoatendimento baseado no Zendesk Guide, houve uma redução em todos os outros principais canais da Carsales: e-mail, chat e chamadas recebidas. A equipe percebeu uma média de 6.000 pesquisas por palavra-chave em todas as centrais de ajuda, gerando uma média de 200 tickets, uma deflexão de autoatendimento de 30:1. "É um número muito baixo, então muitas pessoas conseguiram encontrar conteúdos úteis e não precisaram criar um ticket," disse Williams. O sucesso do autoatendimento ajudou a abrir o leque de recursos da equipe, mas o maior benefício trazido pela Zendesk foi a análise prática e relevante com a qual Wilton e a equipe de liderança em serviços da Carsales podem contar agora. "Os dados e os relatórios foram essenciais. Não faríamos nem metade do que conseguimos sem esses dados. Foi o que causou mudanças em nossa empresa."

Agora a empresa:

- tem uma taxa de deflexão de tickets de 30:1 com autoatendimento
- aumentou os recursos e reduziram o recebimento de contato do cliente
- tem um novo e amplo conjunto de dados com análises práticas

FINALCAD

Agentes

35

Volume de e-mails/mês

2.500

Adesão ao SLA

100%

Idiomas com suporte

30

Produtos utilizados

chat guide support talk

A FINALCAD adotou um suporte ao autoatendimento compatível com dispositivos móveis em 30 idiomas

Desafio

Pergunte para qualquer um no setor de construção: se quiser criar algo que resista à passagem do tempo, você precisa começar com uma base sólida. Como líder digital no setor de construção e infraestrutura, a FINALCAD sabe disso e procurou por isso ao criar uma experiência consistente para o cliente, permitindo que a empresa fosse reconhecida internacionalmente. Com sede em Paris e filiais em Singapura e Tóquio, o aplicativo da FINALCAD está disponível em 30 idiomas. A empresa já realizou projetos em 25 países.
A capacidade de possibilitar o autoatendimento através de dispositivos móveis para seus clientes, em diversos idiomas e localizações, foi fundamental para a estratégia da FINALCAD de fornecer suporte otimizado.

A FINALCAD precisava de uma solução de suporte que fornecesse:

- suporte multilíngue
- acesso móvel para seus clientes remotos em campo
- suporte digital moderno e eficaz em um setor tradicionalmente analógico

Solução

A FINALCAD adotou o Zendesk Guide em 2015 e criou sua central de ajuda, que contém artigos em 10 dos 30 idiomas aos quais a equipe de atendimento ao cliente oferece suporte. Estabelecer uma central de ajuda multilíngue foi fundamental para o sucesso da equipe e para as ofertas do canal, permitindo o rápido autoatendimento dos clientes. Além disso, a FINALCAD usa o SDK para dispositivos móveis da Zendesk para criar uma central de ajuda voltada para dispositivos móveis dentro dos aplicativos da FINALCAD. Seus aplicativos permitem que os gerentes do local façam inspeções em seus smartphones e que os arquitetos compartilhem modelos digitais, inclusive o BIM. Enquanto isso, os proprietários das construções podem monitorar o andamento por meio de análises avançadas e painéis fáceis de interpretar. "Basicamente, levamos o processo empresarial para o campo," explicou David Vauthrin, cofundador e diretor de marketing da FINALCAD.

A solução da Zendesk possibilitou:

- suporte multilíngue à central de ajuda em dez idiomas
- uma central de ajuda voltada para dispositivos móveis através do SDK para dispositivos móveis da Zendesk

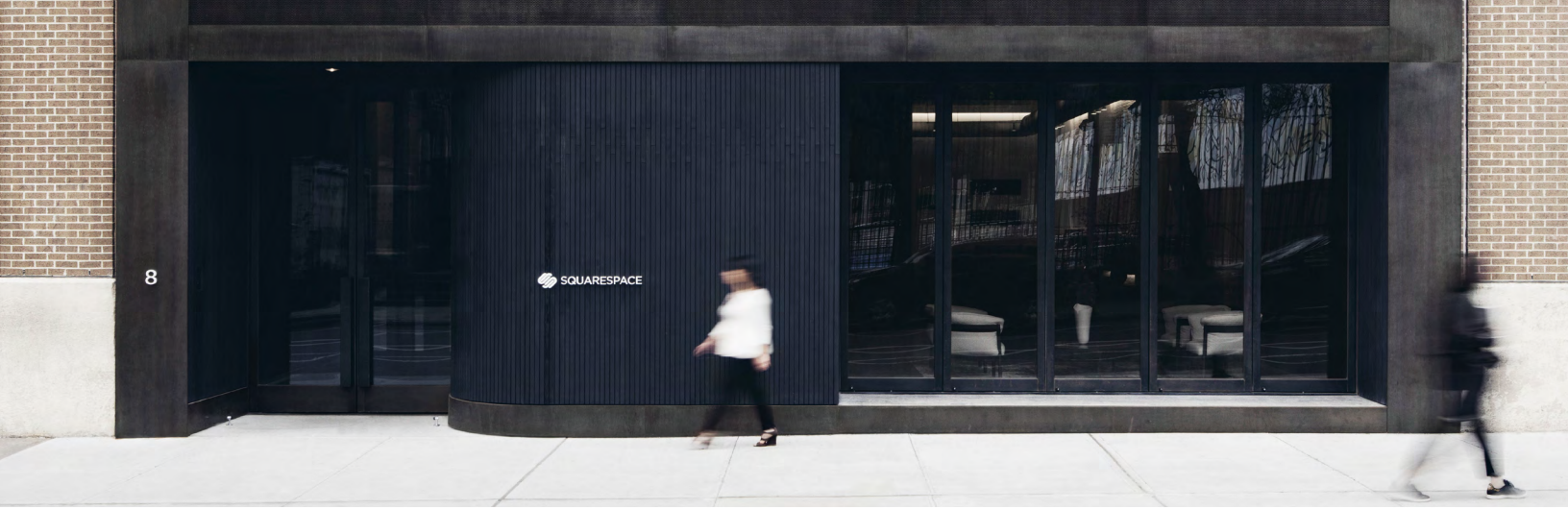
Resultados

Antes de adotar o Guide, a equipe localizou o conteúdo de ajuda no Google Docs e David Vauthrin, cofundador e diretor de marketing da FINALCAD, disse que a equipe nunca voltaria a esta opção. Em vez disso, agora a equipe cria conteúdo de ajuda utilizando o aplicativo Captura de conhecimento, um complemento grátis do Guide, que possibilita a implantação de um modelo de suporte voltado para o conhecimento que se desenvolve juntamente com a empresa. Em apenas seis meses, o número de arquivos da equipe foi de 10 para mais de 100 arquivos só pelo fato de publicar as respostas às perguntas frequentes nos tickets por e-mail para toda a equipe usar. Para medir o sucesso do autoatendimento, a equipe monitora o número de clientes que consegue atender por agente da equipe. "O Guide nos ajudou a manter o mesmo número de funcionários na equipe, triplicando nossa base de usuários," disse Vauthrin. "Com isso, triplicamos nossa eficiência, obtendo um grande aumento de produtividade." O sucesso obtido pela FINALCAD com o Zendesk Support e o Zendesk Guide fez com que a empresa começasse o processo de transição para uma solução omnichannel integrada da Zendesk, incluindo o Zendesk Talk e o Zendesk Chat.

Agora a empresa apresenta:

- 3x a eficiência da equipe com relação ao autoatendimento
- 10x o crescimento da base de conhecimento nos seis primeiros meses

> "A Zendesk nos permite ter melhor domínio sobre o atendimento ao cliente e oferecer uma visão global. Com uma supervisão global, sabemos exatamente quais são nossas prioridades e podemos identificar e corrigir problemas dos clientes."
>
> David Vauthrin
> Cofundador e diretor de marketing



SQUARESPACE

Tickets/ano

Mais de 1 M

Agentes

190

Índice de sucesso do autoatendimento

95%

CSAT

95%

Produtos utilizados

chat guide support talk

Milhões de pessoas procuram a Squarespace para uma excelente experiência do cliente

Desafio

Desde 2003, a Squarespace oferece às pessoas ferramentas e modelos para criar, hospedar e promover sua marca online. A empresa entende a importância de criar espaços confortáveis e bem projetados para a presença online das pessoas. E ela com o mesmo empenho nos bastidores, cultivando uma atmosfera de suporte ao cliente igualmente fácil e intuitiva, principalmente na área de autoatendimento. “Passamos muito tempo tentando aumentar a eficiência e nosso autoatendimento,” disse o vice-presidente de operações do cliente, Raphael Fontes. “Queremos eliminar perguntas desnecessárias e responder às básicas que não precisam de interação humana. Desta forma, podemos usar nosso tempo para oferecer uma experiência personalizada e envolvente para os clientes em qualquer momento de sua jornada.”

De uma perspectiva estratégica, a Squarespace precisava evoluir e aprimorar a instrução aos clientes para que as conversas durante a jornada do cliente fossem fluidas e proativas, principalmente durante o crescimento exponencial da empresa. Entre os maiores desafios da empresa está a abordagem de questões relacionadas ao dimensionamento, que é algo fundamental devido aos milhões de clientes da Squarespace que recebem o suporte de uma equipe de 190 assessores em todo o mundo. “Trata-se de simplificar a experiência e possibilitar que os assessores façam o melhor que puderem e usem seu tempo para ajudar o cliente e entender a empresa do cliente,” diz Fontes. “Queremos que os assessores sejam sociáveis e se sintam muito bem a respeito dos sites que ajudam a criar.”

A Squarespace precisava de uma solução de suporte que fosse:

- flexível e personalizada a cada cliente
- eficiente e dimensionável

Solução

Foi possível alcançar uma excelente experiência para o usuário durante o dimensionamento por conta do aprimoramento das práticas de autoatendimento e de conteúdo. O principal motivo para a Squarespace escolher adotar o autoatendimento, explica Fontes, foi liberar seus agentes para oferecerem experiências melhores para ajudar os clientes. “Não é só pelo fato de termos uma central de ajuda e um chat em tempo real,” disse, “mas que oferecemos formação e mentoria e ajudamos nossos clientes a se tornarem defensores da marca. Estamos aqui para ajudar nossos clientes a obterem êxito online e queremos ouvir isso deles. Eles adoram nossos canais de suporte.”

Com o Guide, o processo para conectar os tickets por e-mail com artigos de ajuda ficou muito mais viável. Agora todos usam a solução da Zendesk, inclusive a equipe de conteúdo, que funciona independentemente da área de suporte. A coesão entre as equipes se deve em parte a uma mudança no produto, mas também ao esforço realizado pelas pessoas, pois alguns dos autores de conteúdo eram, anteriormente, assessores de suporte. Segundo o gerente técnico de conteúdo, Jessie Carroll, “Os autores técnicos que antes eram assessores têm um senso de obrigação de oferecer suporte aos nossos assessores e garantir que mantenhamos o foco na voz do cliente.”

Além disso, o recurso de publicação em equipe do Zendesk Guide possibilita que a equipe de escrita produza e mantenha o conteúdo adequado na central de ajuda, pois os autores e assessores podem colaborar com as equipes em fluxos de trabalho integrados e visualizarem os artigos antes de serem publicados. A ferramenta de revisão de artigos, que permite que os gerentes de conteúdo vejam quem fez atualizações a um artigo e recuperem as versões anteriores, também facilita muito o aprimoramento do artigo.

A solução da Zendesk possibilitou:

- melhor conexão do e-mail para o ticket
- centrais de ajuda com curadoria inteligente
- gerenciamento colaborativo de conteúdo entre as equipes

Resultados

Esse esforço foi compensado, pois a equipe criou 900 artigos na central de ajuda e obteve um índice de sucesso de 95% pelos seus investimentos em autoatendimento. Isso significa que os visitantes da central de ajuda foram atendidos sem a necessidade do uso de um canal assistido. O número resultante de tickets não criados é significativo, principalmente considerando que a central de ajuda da Squarespace teve mais de 15,5 milhões de visitas e agora tem em média dois milhões de visitas ao mês. Fontes apontou um aumento de 27% no uso de conhecimento e observou que o número de funcionários na equipe de operações do cliente permaneceu relativamente estável desde o final de 2015 até a metade de 2018. O autoatendimento também fez com que seus outros canais tivessem maior impacto, deixando-os com mais tempo.
A Squarespace oferece suporte contínuo e se esforça para responder aos clientes em poucos minutos através do chat e em poucas horas pelo e-mail. A equipe obteve um índice expressivo de satisfação do cliente de 95%, em média.

Agora a empresa:

- tem um índice de sucesso de 95% no autoatendimento
- conta com 900 artigos na central de ajuda
- apresenta um aumento de 27% no uso com o mesmo número de funcionários na equipe

"Passamos muito tempo tentando aumentar a eficiência e aprimorar nosso autoatendimento. Queremos eliminar perguntas desnecessárias e responder às básicas que não precisam de interação humana. Desta forma, podemos usar nosso tempo para oferecer uma experiência personalizada e envolvente para os clientes em qualquer momento da jornada."

– Raphael Fontes
Vice-presidente de operações do cliente

Agentes

100

CSAT

96%

Cliente desde

2011

Resolução por autoatendimento com o Answer Bot

12%

Produtos utilizados

chat guide support

A Dollar Shave Club diminui os custos do atendimento com o Answer Bot

Desafio

O modelo de negócios da Dollar Shave Club era simples desde o começo: você quer lâminas de barbear a um preço acessível? A empresa as envia diretamente para sua casa todos os meses. Eles foram um dos primeiros serviços de assinatura de produtos feitos diretamente para o consumidor em 2011. Com uma propaganda que viralizou cinco anos mais tarde, a Dollar Shave Club cresceu, e muito. Em 2016, a empresa foi adquirida pela Unilever pelo valor de 1 bilhão de dólares. A empresa sabia que a única maneira de fidelizar uma legião de assinantes era fornecer uma experiência de suporte de alto nível. Para obter autoatendimento de qualidade, a empresa contratou o Zendesk Guide para identificar e antecipar os tipos de informações pesquisadas pelos seus membros ao acessarem o site.

O desenvolvimento de uma solução omnichannel com a Zendesk foi uma escolha natural, uma vez que a equipe decidiu oferecer chat em tempo real e outros canais devido ao sucesso com e-mail e autoatendimento, explicou Trent Hoerman, gerente sênior de programas da Dollar Shave Club. Agora todos os canais (e-mail, chat em tempo real, chamadas e mensagens do Facebook Messenger) são exibidos no Zendesk Support. Além disso, com a integração do aplicativo Pathfinder ao Support, os agentes também podem ver o que os membros já pesquisaram na central de ajuda da Dollar Shave Club. “Estamos acompanhando muito de perto o esforço dos membros quando querem encontrar uma resposta ou entrarem em contato conosco. A experiência está em constante mudança e ela é crucial,” disse Hoerman.

A Dollar Shave Club precisava de uma solução de suporte que:

- reconhecesse o enorme crescimento da empresa
- fornecesse suporte de qualidade ao autoatendimento para uma grande variedade de novos produtos
- fosse nativamente integrada à estratégia de suporte omnichannel

Solução

Com a solução da Zendesk, a Dollar Shave Club consegue identificar e antecipar facilmente os tipos de informações pelas quais seus membros estão procurando. “Agora que vendemos vários produtos, percebemos que não faz sentido continuar com uma seção de Perguntas frequentes para cada um deles,” disse Hoerman. “Com o Guide, criamos uma base de conhecimento onde os membros podem pesquisar um produto em vez de ter que procurá-lo em uma lista. Basta digitar 'manteiga de barbear' e encontrar todos os artigos sobre o produto.”

Agora a empresa pode fornecer ajuda aos clientes nos aspectos que eles mais precisarem, transmitindo informações de uma plataforma para a outra para melhorar ainda mais a experiência do cliente. O conteúdo do autoatendimento pode ser encontrado na central de ajuda por meio do Zendesk Web Widget antes de um membro iniciar um chat em tempo real. A equipe analisa regularmente os resultados de pesquisa da central de ajuda para encontrar palavras e frases usadas pelos visitantes que levam a um beco sem saída.

Com seu grande volume de tickets e altos investimentos em autoatendimento, a Dollar Shave Club também implementou uma estratégia que utilizou outro recurso do Zendesk Guide: Answer Bot. Rapidamente eles criaram uma lista de aceitação de determinados artigos da central de ajuda para identificar quando uma pergunta específica era feita. “Queríamos evitar este tipo de ticket e ter conversas mais significativas e informativas com nossos membros, e o Answer Bot tem se mostrado a solução. Até o momento, ele resolve mensalmente uma média de 12 a 16% de todos os tickets recebidos. Como recebemos mais de 1 milhão de contatos por ano, este é um número muito expressivo e realmente nos ajuda,” disse Hoerman.

A solução da Zendesk possibilitou:

- melhores fluxos de trabalho, que ajudaram a equipe a trabalhar de forma mais inteligente
- uma base de conhecimento complexa e versátil
- autoatendimento preditivo por meio do Answer Bot

Resultados

Com a adoção de mais canais de autoatendimento, a Dollar Shave Club se tornou mais eficiente e deixou mais tempo livre para os agentes, permitindo que a equipe passe mais tempo nos canais em uso. “Um grande objetivo é levar mais pessoas a usarem nossos canais em tempo real, especialmente chat, Facebook Messenger e, eventualmente, SMS,” disse Hoerman. “Estes canais permitem que os agentes tenham mais conversas e levam a resoluções mais rápidas. A resposta tem sido ótima até o momento.” Tão boa, na realidade, que o score de CSAT da equipe está sempre entre 94 e 96%.

Eles também transmitem informações do autoatendimento para as interações de suporte. Agora todos os contatos (por e-mail, chat em tempo real, chamadas e mensagens do Facebook Messenger) são exibidos no Zendesk Support. Além disso, com a integração do aplicativo Pathfinder ao Support, os agentes também podem ver o que os membros já pesquisaram na central de ajuda da Dollar Shave Club. “Estamos acompanhando muito de perto o esforço dos membros quando querem encontrar uma resposta ou entrarem em contato conosco. A experiência está em constante mudança e ela é crucial,” disse Hoerman.

O Answer Bot possibilitou aos agentes mais tempo para focar no trabalho que é interessante para eles. “Nós permitimos que agentes na sede tenham suas próprias ideias sobre como podemos melhorar a experiência dos membros, enviando um e-mail a cada seis meses para lembrá-los disso. O Answer Bot deu aos agentes mais tempo para serem criativos porque há menos tickets,” disse ele. Mais alguma vantagem? Desde então, a Dollar Shave Club não precisou contratar mais funcionários em nenhuma de suas unidades.

Agora a empresa:

- obteve uma redução de 12 a 16% nos tickets de suporte por conta da transmissão de conteúdo de autoatendimento no Answer Bot
- apresenta maior interação entre os agentes internos
- não teve necessidade de aumentar o número de funcionários, pois o volume continua a crescer

> “Até agora, a solução da Zendesk tem sido uma ferramenta incrível para nós e não achamos que isso vai mudar. Ela nos permite melhorar de forma contínua a experiência dos nossos membros.”
>
> Trent Hoerman
>
> Gerente sênior de programas

Agentes

mais de 500

Tickets por ano

mais de 3 milhões

Participantes ativos por mês

mais de 100 milhões

Chamadas da API por ano

Mais de 60 milhões

Produtos utilizados

chat guide support

Riot Games

Com mais de 100 milhões de usuários ativos mensalmente, a Riot Games conquistou uma multidão de fãs devotados em todo o mundo, e a organização de suporte ao jogador da empresa está sempre procurando maneiras de reduzir os obstáculos que impedem os jogadores de fazerem o que amam: jogar videogame. Quando se trata de atendimento ao cliente, o autoatendimento tem um papel fundamental na redução do tempo de espera dos jogadores. Em um setor com clientes exigentes e com senso de urgência, a Riot Games trouxe a API e o Zendesk Guide para seu ambiente nativo, reduzindo o tempo de carregamento e oferecendo aos clientes a ajuda necessária, de forma rápida e ininterrupta. “Nós descobrimos que se conseguíssemos reduzir drasticamente os tempos de carregamento, os jogadores passariam mais tempo na central de ajuda e isso resultaria em menos tempo perdido esperando por uma resposta, o que causa frustração e diminui a satisfação,” disse Shaun “BlueFire” Randall, gerente de produto do setor de engenharia de suporte.
A satisfação do jogador é muito importante na Riot Games e, às vezes, os melhores jogadores são recrutados da base de jogadores para se tornarem agentes de suporte.

“Nosso pensamento foi que a Riot era uma empresa em expansão. Então, se pudéssemos escolher um parceiro que parecesse ter uma trajetória de crescimento e valores semelhantes aos nossos, poderíamos criar uma parceria de longo prazo que nos permitiria escolher uma solução definitiva de CRM, em vez de trocar de tempos em tempos durante a negociação de contratos,” disse Randall.
“A Zendesk é extremamente focada na experiência do jogador. É como se sempre pudéssemos conversar honestamente.”

Com a Zendesk, a Riot Games conquistou:

- mais de 100 milhões de usuários ativos por mês
- mais de 60 milhões de chamadas da API por ano

Agentes

695

Idiomas com suporte

22

Média de tickets/mês

200.000

Redução de volume de tickets com o Zendesk Guide

40%

Produtos utilizados

chat guide support talk

OLX

Fundada em 2006 como uma plataforma de classificados para compra, venda e comercialização de produtos e serviços, a OLX atende mais de 40 países. Com 1.200 funcionários em todo o mundo, seus sites coletivos recebem em média 54 milhões de anúncios por mês, com impressionantes 1,7 bilhão de visualizações de página. Esta presença global traz uma complexa necessidade de entender as diferenças culturais e fornecer suporte multilíngue. Após implementar a solução da Zendesk em setembro de 2014 em 14 países da América Latina, a OLX rapidamente lançou 35 instâncias da Zendesk personalizadas para diferentes regiões. Outra forma que a OLX encontrou para reduzir o número de tickets enviados foi criando artigos de autoatendimento específicos para cada mercado no Zendesk Guide, conseguindo uma redução global de 40% dos tickets recebidos. Com a solução da Zendesk, a OLX conseguiu se concentrar no suporte por meio do canal preferido dos clientes, em vez de adotar uma abordagem uniformizada.

Com a solução da Zendesk, a OLX conseguiu:

- redução de 40% nos tickets com autoatendimento
- suporte em 22 idiomas
- disponibilidade em mais de 40 países

Agentes

3.900

Agentes light

3.500

Volume médio de tickets de TI resolvidos por semana

40.000

Volume médio de tickets resolvidos em um contato

79%

Produtos utilizados

guide support

Tesco

Em 2015, a Tesco, gigante global do varejo de alimentos que abastece mais de 79 milhões de estabelecimentos por semana em todo o mundo, percebeu que precisava de uma forma mais eficiente de gerenciar consultas e problemas internos de tecnologia para ajudar seus 460 mil funcionários em nove países, inclusive na Índia e na Tailândia. Inicialmente, as soluções da Zendesk foram usadas apenas pelo grupo de TI, e após o sucesso obtido, foram utilizadas em outros casos de uso interno. Elas são responsáveis pela comunicação com fornecedores e com os departamentos de tecnologia, atendimento a pessoas e operações de segurança. “A demanda interna tem sido enorme desde a implantação inicial,” disse Adam Bruce, gerente líder de produtos para centrais de atendimento da Tesco. “Outras equipes viram como as soluções da Zendesk melhoraram o atendimento e querem começar a usá-las também.” O autoatendimento se tornou um componente fundamental da estratégia de suporte interno. Os funcionários da Tesco visualizam ativamente cerca de 30.000 artigos por semana por meio de diferentes centrais de ajuda. Os gerentes da central de ajuda designados da empresa editam e contribuem com conteúdo. E a Tesco já começou a explorar o aplicativo gratuito Captura de conhecimento da Zendesk, ferramenta que permite aos agentes gerar conhecimento e conteúdo dentro de um ticket. Bruce também gosta da capacidade do Web Widget da Zendesk, que consegue exibir um conteúdo relevante em qualquer aplicativo e criar um ticket, se necessário. Investir em autoatendimento se tornou um componente fundamental para os esforços da Tesco em simplificar a experiência de seus funcionários. A equipe de Bruce está concentrada em reunir as diversas ofertas de centrais de atendimento da empresa, visando facilitar o trabalho de seus colegas e permitir que eles dediquem mais tempo ao atendimento aos clientes da Tesco.

Com as soluções da Zendesk, a Tesco obteve:

- 30.000 visualizações de artigos por semana
- autoatendimento rápido através de uma base de conhecimento interna diversificada

Conclusão

As tendências são claras. Com 81% dos usuários tentando resolver seus problemas sozinhos antes de entrar em contato com o suporte, o autoatendimento tem sido o canal preferido dos clientes. Até 2020, esperamos que 85% das interações dos clientes com o atendimento ao cliente aconteçam sem nenhum contato com outros humanos.

Os benefícios também são claros. Criar uma experiência de autoatendimento de qualidade promove a satisfação dos clientes, reduz os custos com suporte e aumenta a motivação e o engajamento dos agentes internos. No mundo de negócios, isso é uma vitória vantajosa para todos.

Como a apresentação das empresas mostrou, o futuro não deve ser temido: deve ser incorporado. A Zendesk está aqui para ajudar. Sabemos que as equipes de suporte têm muito conhecimento sobre os problemas dos clientes e sobre a melhor maneira de resolvê-los. A base de conhecimento inteligente do Zendesk Guide ajuda a coletar o conhecimento da organização e colocá-lo em prática. Atualmente, as mais importantes empresas globais utilizam o Guide para criar centrais de ajuda personalizadas, comunidades online e portais de atendimento ao cliente. Os clientes ganham o melhor do autoatendimento e os agentes ganham produtividade, com tempo de espera menor.

O autoatendimento não é tão simples quanto uma seção de Perguntas frequentes uniformizada. Ao se enveredar pelo caminho do autoatendimento da sua empresa, considere seus objetivos empresariais específicos. Implemente uma estratégia com parceiros que possam ajudar, que não só entendam, mas lidem ativamente com a natureza dinâmica do mundo e continuem a se desenvolver junto com sua empresa.

zendesk

Quer saber mais sobre como oferecer um excelente autoatendimento?
Visite https://www.zendesk.com/guide/