

# Experiências do cliente melhores com engajamento omnichannel

**Mais conversa leva a relacionamentos melhores. Isso é verdade tanto na vida como no atendimento ao cliente.**

Com os amigos, é fácil começar uma conversa no Facebook e depois retomá-la pessoalmente. Mas, no atendimento ao cliente, isso pode ser bem mais difícil. Multiplique o número de clientes pelo número de canais de comunicação disponíveis e considere a facilidade que os clientes têm para se comunicar por dispositivos móveis: o resultado é um alto volume de comunicações para acompanhar.

Sem um sistema unificado de suporte, as conversas com os clientes podem ficar isoladas em ferramentas e softwares diferentes, criando uma experiência do cliente desarticulada. Nos dias de hoje, fornecer respostas aos clientes é tão importante quanto monitorar quando e onde eles entram em contato com você e continuar cada conversa exatamente onde a interação anterior parou.

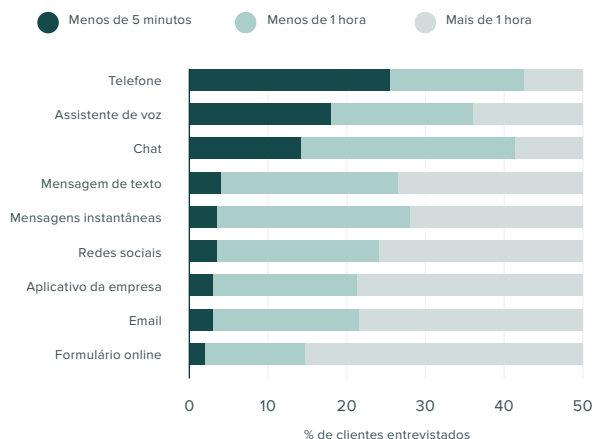
**A nova definição de um bom serviço**

A economia digital e a rápida adoção de tecnologias mudaram tudo na experiência do cliente. Os consumidores de hoje ainda contam com informações passadas boca a boca, mas também costumam acessar sites para ler resenhas e comentários de pessoas que não conhecem. Além disso, eles parraram a interagir com as empresas antes e depois da compra, fazendo perguntas antes de assumir um compromisso.

A quantidade maior de informações disponíveis leva a decisões mais bem fundamentadas, o que é ótimo. O problema é que essa profusão de perguntas dos consumidores exige mais recursos das empresas. Quanto mais uma empresa atende às expectativas dos consumidores, mais altas essas expectativas se tornam. Isso pode parecer desanimador, mas os consumidores estão estabelecendo novos padrões e ajudando todos nós a fornecer um atendimento ao cliente melhor.

O estudo publicado no [Relatório sobre as Tendências da Experiência do Cliente para 2020 da Zendesk](#) revelou o alto nível das atuais expectativas de lealdade do cliente. Os consumidores esperam poder entrar em contato com as marcas em mais canais e exigem tempos de resolução mais breves em cada ponto de contato da interação.

## Expectativas do cliente para uma resposta por canal



Embora os pontos de contato tradicionais, como email e telefone, ainda sejam importantes, a [Pesquisa do Benchmark](#) revelou que a paciência com o tempo de reação diminuiu, com 51% dos participantes esperando uma resposta em menos de 5 minutos no telefone, e 28% tendo a mesma expectativa no chat em tempo real. O caráter imediato das conversas em canais novos e emergentes como redes sociais e mensagens de texto pode aumentar a expectativa dos clientes por respostas mais rápidas em relação aos canais tradicionais, como email e telefone. E rapidez é um fator cada vez mais importante na escolha dos clientes sobre como entrar em contato com sua empresa.

Na verdade, as [conclusões também mostram](#) que metade dos clientes escolhe um canal com base na rapidez com que precisam de respostas, e metade afirma preferir entrar em contato com o atendimento ao cliente pelos mesmos canais usados para interagir com amigos e familiares. Os detalhes estão nos dados: dar respostas rápidas usando os canais preferidos pelos clientes influencia diretamente na satisfação e na lealdade deles.

No entanto, apesar das expectativas dos clientes, a maioria das empresas não está incorporando outros canais além do telefone e email. Na verdade, [menos de 30%](#) oferece chat, mensagens por redes sociais, bots ou comunidades, que são canais importantes para a comunicação rápida e fácil.

## A maioria das equipes de experiência do cliente não oferece outros canais além do email e do telefone

- Somente 28% oferecem uma base de conhecimento
- Menos de 30% oferecem chat, mensagens por redes sociais, mensagens no aplicativo, bots ou comunidades

## As equipes não planejam adicionar os canais em tempo real que seus clientes desejam

- As respostas e resoluções rápidas são as principais prioridades dos clientes
- Apenas 35% das empresas do Benchmark adotam uma abordagem omnichannel

## Ajude sua equipe a atender às expectativas dos clientes

É possível oferecer aos clientes aquilo que eles desejam, mas você precisará ter um modelo de engajamento que permita atender o cliente no canal que ele estiver e também permita uma adaptação rápida quando as necessidades, preferências e expectativas dos clientes mudarem. Você também precisará de uma solução que faça mais por você. Resolver um ticket é bom, mas revelar a raiz do problema é melhor ainda. Um serviço de excelência não consiste apenas em resolver um ticket, mas em conhecer seu cliente.

Uma boa maneira de conhecer seus clientes é oferecer alternativas de como e quando interagir com sua empresa. A questão não é apenas que alguns clientes preferem usar o telefone enquanto outros preferem o autoatendimento, mas que todos gostam de ter opções. Dependendo da complexidade da pergunta, da conveniência do suporte e do contexto (quem é o cliente, o que ele está fazendo e quão urgente é a solicitação), o canal certo muitas vezes acabará se revelando.

A capacidade de oferecer um serviço que integra perfeitamente todos os canais ou de ativar e desativar canais estrategicamente enquanto a empresa cresce permite que empresas de qualquer tamanho atendam às expectativas dos clientes. O essencial é possibilitar que os clientes tenham conversas naturais com sua empresa, independentemente de como ou quando eles entrem em contato. Isso envolve conectar todos os canais para que os agentes possam ter conversas contínuas, com acesso ao histórico e contexto, para proporcionar aos clientes a experiência simples, rápida e personalizada que esperam.

## Faça com o cliente só precise relatar seu caso uma vez

Uma característica de um excelente serviço é a facilidade que o cliente tem para entrar em contato com a empresa e conseguir ajuda. Contudo, isso é um problema para muitas empresas que oferecem suporte em vários canais. Quando os canais são atendidos por agentes diferentes em sistemas distintos, o cliente precisa explicar o problema e cada passo já dado para resolvê-lo para cada pessoa com que fala.

Isso foi a realidade por muito tempo, mas não é mais assim. Na verdade, **71%** dos clientes esperam que haja colaboração interna na empresa para que eles não precisem repetir informações.

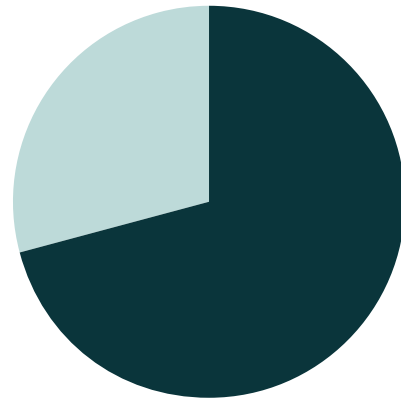
Para corresponder às expectativas do cliente, as equipes de suporte precisam de uma **camada de conexão** que dê aos agentes o contexto de que precisam para manter as conversas naturais, como email, tipo de conta do cliente e o motivo pelo qual ele procurou o suporte. Dessa forma, o cliente pode ter a experiência personalizada que espera, e o agente não precisa perder tempo repetindo as mesmas perguntas.

Os clientes geralmente iniciam uma interação no canal mais conveniente para eles. A tendência é começar pelo autoatendimento, buscando uma resposta na central de ajuda da empresa. De lá, eles podem começar uma conversa por chat. O agente do chat deve saber quais artigos de ajuda o cliente já consultou, para não oferecer o mesmo material como resposta. Quando guiados por uma fonte central de informações sobre o cliente, os agentes têm a capacidade de tomar decisões com base em dados em vez de usar apenas a intuição.

Da mesma forma, quando o suporte está integrado ao seu aplicativo, não é necessário perguntar ao cliente que versão e que dispositivo ele está usando. Os agentes podem chegar ao cerne do problema mais rapidamente e, **com a ajuda da IA**, podem avaliar a probabilidade da satisfação do cliente com a interação e tomar iniciativas para garantir uma experiência positiva.

## Conversas conectadas levam a mais informações

Os ganhos em produtividade vão além de evitar a repetição de informações. Estimular conversas naturais e conectadas nos diversos pontos de contato permite que as empresas interajam os clientes onde quer que eles estejam e obtenham informações a cada interação.



**71% dos clientes esperam que haja colaboração interna na empresa para que eles não precisem repetir informações.**

# O Zendesk Support Suite

Clientes diferentes têm necessidades e preferências distintas. Alguns gostam de usar quase sempre o mesmo canal. Para outros, essa escolha depende de como se sentem no dia.

A experiência completa de atendimento da Zendesk oferece a flexibilidade para atender cada cliente e ter conversas naturais desde o começo. Assim, você não precisará redesenhar seu modelo de engajamento para acompanhar o crescimento da empresa.



Cliente



O que o cliente deseja



Como a Zendesk pode ajudar

**"Preciso de ajuda, mas não é nada urgente."**

Uma resposta em um tempo razoável. O problema do cliente não é urgente ou ele não quer (ou não pode) conversar neste momento.



O Zendesk Support é o centro ao qual todos os outros produtos estão integrados. Ele permite que você responda facilmente a emails ou tickets criados em formulários web e ainda monitore, priorize e resolva tickets.

**"Posso encontrar a resposta sozinho. Sei que tem algum artigo sobre isso."**

Engajamento rápido e fácil: esse cliente espera que seu site ofereça uma página de perguntas frequentes com os problemas mais comuns.



O Zendesk Guide leva a base de conhecimento mais longe ao permitir que você crie uma central de ajuda poderosa e personalizável e capacite os agentes a transformar o conteúdo de tickets em artigos ou adicionar artigos a tickets. E com o Answer Bot, você pode até mesmo sugerir artigos relevantes sem a ajuda de um agente humano.

**"Tenho uma pergunta rápida."**

Ajuda rápida e quase imediata. Este cliente sabe que você está escutando do outro lado. O que ele não sabe é que o agente pode ver quanto tempo ele passou no site e que páginas ou artigos de ajuda ele já acessou.



O Zendesk Chat conecta os clientes a um agente que está pronto para responder às perguntas. Ele também fornece informações sobre o caminho que o cliente percorreu até o início do chat. Para reduzir o número de chats, o Zendesk Web Widget pode começar sugerindo artigos de ajuda com base em alguns critérios e só então oferecer a opção de chat. Com o widget de chat, é muito provável que o cliente encontre com facilidade o que procura, mesmo que ele não tenha feito uma busca na central de ajuda previamente.

**"Só preciso falar com alguém."**

Conexão interpessoal. O problema do cliente pode ser urgente ou complexo, ou ele simplesmente quer estabelecer uma conexão humana.



O Zendesk Talk permite que você ofereça atendimento pessoal com facilidade usando apenas fones de ouvido e a internet. Ele tem todos os recursos de uma central de contato, sem as complicações típicas dessas centrais.

**"Quero uma forma conveniente de entrar em contato com o suporte."**

Uma forma simples e mais pessoal de obter ajuda: o cliente espera ser atendido onde estiver e quer se comunicar com a empresa da mesma maneira que faz com amigos e familiares. Ele quer ter a possibilidade de começar e continuar uma conversa no momento mais conveniente para ele.



O complemento Zendesk Social Messaging permite que você se conecte facilmente com os clientes nos aplicativos de mensagens favoritos deles, incluindo WhatsApp, WeChat, LINE, Facebook Messenger e Twitter Direct Messages, unificando essas conversas em um único espaço de trabalho para seus agentes. As mensagens de texto são rápidas, pessoais e assíncronas, e os clientes podem começar e terminar a conversa quando for conveniente para eles.

# O que você pode fazer com a Zendesk

O [Zendesk Support Suite](#) pode ajudar você a atingir seus objetivos de negócios de diversas maneiras. Ele é simples de usar com a configuração padrão ou pode ser configurado de praticamente qualquer forma que você imaginar.

Com a experiência completa de atendimento da Zendesk, você pode preparar sua organização de suporte para oferecer atendimento de alta qualidade desde o início.

## **Tenha conversas naturais com seus clientes, independentemente do canal**

Não precisa ser complicado nem caro permitir que os clientes conversem com a sua empresa da mesma forma natural com que conversam na vida pessoal deles. Com um sistema de suporte conectado, você pode entender melhor e imediatamente o histórico e a experiência do cliente com a sua empresa. Além de unificar todas as interações de diferentes canais, com a Zendesk você pode integrar essa experiência de atendimento otimizada ao seu site e aplicativo móvel para que os clientes nunca precisem ir muito longe para encontrar ajuda.

## **Operacionalize todo e qualquer canal**

Pense na plataforma para desenvolvedores da Zendesk como o passe para onde você quer chegar. Use as APIs abertas, a estrutura de aplicativos ou a estrutura de canais para criar integrações poderosas e reúna com facilidade as comunicações do cliente ocorridas em ferramentas internas, proprietárias e externas, ou de sites de avaliação e comentários como Yelp, Reddit e outros sites sociais populares. Você também pode usar nosso [mercado de aplicativos](#) para integrar centenas de ferramentas para gestão da força de trabalho e produtividade dos agentes, ou nossa plataforma de CRM aberta e flexível, o [Sunshine](#), para conectar e entender dados de fontes externas.

## **Transforme dados em ações**

Fazer com que as conversas sejam contínuas, mesmo em canais diferentes, permite ver o panorama completo com mais facilidade, além dos detalhes sobre a interação do cliente. O Zendesk captura informações de todas as interações, por exemplo, a página em que o cliente estava no seu site antes de entrar em contato, os termos de pesquisa que ele usou na central de ajuda e o dispositivo que enviou a solicitação.

O [Zendesk Explore](#) integra dados de todos os canais para que você veja como os clientes interagem com sua marca sem perder o fio da meada. Além disso, a análise pode ser compartilhada entre as equipes para a produção de insights em escala. Desde o tempo da primeira resposta até problemas por área de resolução, possibilitamos que você monitore as métricas necessárias para melhorar a satisfação do cliente ao longo do tempo. A riqueza de informações contextuais deixará você confiante para tomar decisões de negócios baseadas em dados, em tempo real. E como cada interação com o cliente tem a interação anterior como base, fica mais fácil medir expectativas e até mesmo prever preferências ou índices de satisfação.

### **Proporcione experiências mais personalizadas**

A era do suporte omnichannel deixou mais complicado proporcionar uma experiência do cliente integrada. No entanto, os clientes não se importam com os desafios nos bastidores: quando eles têm que repetir o problema três vezes em três canais diferentes, não saem da experiência com uma boa impressão da sua empresa.

O contexto fornece aos agentes informações relevantes que levam a respostas mais rápidas e personalizadas sem que seja necessário pedir ao cliente para se apresentar e repetir o motivo da solicitação anterior a cada novo contato com a empresa. Fornecemos contexto aos agentes por meio de um cartão de informações fundamentais com detalhes relevantes sobre o cliente em questão, além de um histórico de interações que dá aos agentes visibilidade sobre todos os eventos anteriores relativos a ele.

### **Capacite os agentes para contribuírem com o conteúdo da base de conhecimento**

A maioria dos clientes prefere o autoatendimento: [69%](#) dos clientes desejam solucionar o maior número possível de problemas por conta própria, e [63%](#) dos clientes sempre ou quase sempre começam com uma pesquisa nos recursos online de uma empresa quando têm um problema. Com o [Zendesk Guide](#), os agentes podem fornecer feedback sobre o conhecimento, garantir que o conteúdo seja aprovado antes da publicação e agendar revisões para envolver as pessoas certas na elaboração e manutenção do artigo, criando a experiência de autoatendimento que os clientes esperam ter.

### **Dê respostas rápidas e precisas com inteligência artificial**

Uma pesquisa [recente da Zendesk](#) revelou uma associação convincente entre sucesso, uso de IA e autoatendimento. Com a ajuda da IA, você pode oferecer aos clientes as respostas de que eles precisam mais rapidamente do que seria possível com um agente humano.

O Answer Bot, um recurso do Zendesk Guide, usa um modelo de aprendizado profundo que melhora com o tempo. O Answer Bot dá respostas automaticamente e pode lidar facilmente com perguntas simples e repetitivas. Isso permite que a equipe se concentre em perguntas ou tarefas que exigem mais tempo, em resolução de problemas ou dando um toque pessoal. E com o [Zendesk Content Cues](#), que utiliza o mesmo machine learning do Answer Bot, você pode identificar lacunas na central de ajuda com sugestões automatizadas de artigos.

### **Forneça um espaço de trabalho unificado aos agentes**

Sabemos que pode ser complicado gerenciar conversas que estão acontecendo em diferentes lugares ao mesmo tempo. É por isso que o [Zendesk Agent Workspace](#) permite aos agentes unificar canais de suporte, incluindo email, chat, telefone e mensagens instantâneas em um único espaço. Isso proporciona uma cadeia de mensagens que oferece ao agente o contexto relevante e necessário para saber quando o cliente entrou em contato e através de qual canal. O agente também pode atender o cliente no canal que ele preferir ou que seja mais relevante para a conversa.

## O que nossos clientes conquistaram com o apoio da Zendesk



### Evernote

Usa o Zendesk Support, o Guide e o Chat para oferecer suporte diferenciado a seus clientes empresariais e freemium. A Evernote também usa integrações do Mercado de aplicativos da Zendesk, incluindo uma integração com o Salesforce. Com conteúdo de autoatendimento oferecido em 30 idiomas, a Evernote atende um público global e atingiu uma taxa de deflexão de tickets de 17% com o Zendesk Guide.



### Spartan Race

Usa o Zendesk Support e o Guide, e adicionou o chat proativo com o Zendesk Chat para obter um aumento de 27% em vendas. A Spartan Race também integrou o Zendesk Support com redes sociais e com o Shopify para centralizar os dados de serviço, redes sociais e do cliente.



### Naturebox

Oferece suporte omnichannel por meio da solução integrada da Zendesk. A empresa começou do zero e cresceu no próprio ritmo. Seu primeiro produto foi o Support em 2013, implementando em seguida o Zendesk Guide e o Zendesk Chat em 2015 e, mais recentemente, o Zendesk Talk em 2017. Depois de conectar todos os canais, a NatureBox observou uma queda de 60% no volume de chamadas, aumento em satisfação do cliente e economizou 60 segundos em tempo de resolução por ticket, em uma média de 19.000 tickets por mês.



### Cleverbridge

Oferece suporte global por meio do Zendesk Support e do Guide, e suporte estendido com as APIs da Zendesk. A solução da Zendesk permitiu que a cleverbridge ampliasse o atendimento, e o recurso de Answer Bot do Guide ajudou a empresa a atingir uma taxa de deflexão de tickets de 24%.

# O futuro é aqui, e a hora é agora

**Não importa quais são as necessidades de suporte da sua organização: o Zendesk Support Suite permite que as equipes adotem uma visão de longo prazo.**

Pensando além da fila, as equipes podem se concentrar na retenção de clientes, no abandono de carrinhos de compras e na satisfação geral do cliente. E os clientes podem usar o estilo de engajamento que preferem e começar a criar um relacionamento duradouro com a sua empresa.

Os dados mostram que os clientes interagem com as empresas em vários momentos e em vários canais. Eles podem até mesmo mudar de canal no meio de uma interação. Com a experiência de atendimento completo da Zendesk, sua equipe de suporte pode acompanhar a mudança sem perder o fio da meada na conversa.

O Zendesk Support Suite proporciona a flexibilidade para ter conversas naturais com os clientes onde quer que eles estejam. Assim, você pode expandir os negócios junto com eles. Mesmo que você decida usar apenas um canal, sua visão pode ser maior, pois o Support Suite fornece a infraestrutura necessária para expansão e ajuste do atendimento ao cliente à medida que sua empresa cresce.

**Temos a solução para você. Para saber mais sobre o Zendesk Support Suite, [comece uma avaliação grátis hoje](#).**