

Varejo: 4 tendências essenciais para o fim de ano 2018

Sumário executivo

É a melhor época do ano. Não, não estamos falando das festas de fim de ano ou das férias escolares, mas do momento seguinte, quando os varejistas avaliam a temporada recém-encerrada e começam a se preparar para a próxima. O tempo passa, mas uma questão central permanece: o volume de tickets. Um estudo feito pela Zendesk descobriu que este número pode aumentar até 42% para os varejistas.

Como o volume de tickets invariavelmente cresce no período de festas, as empresas podem ter dificuldade para gerenciar o afluxo de clientes e também o pico de solicitações de suporte, redefinições de senha, perguntas sobre produtos, solução de problemas e dúvidas sobre trocas e devoluções que também surgem nessa época. Além disso, o aumento do número de tickets varia de acordo com o canal, aumentando as expectativas sobre a qualidade do atendimento no canal preferido do cliente.

Informações básicas

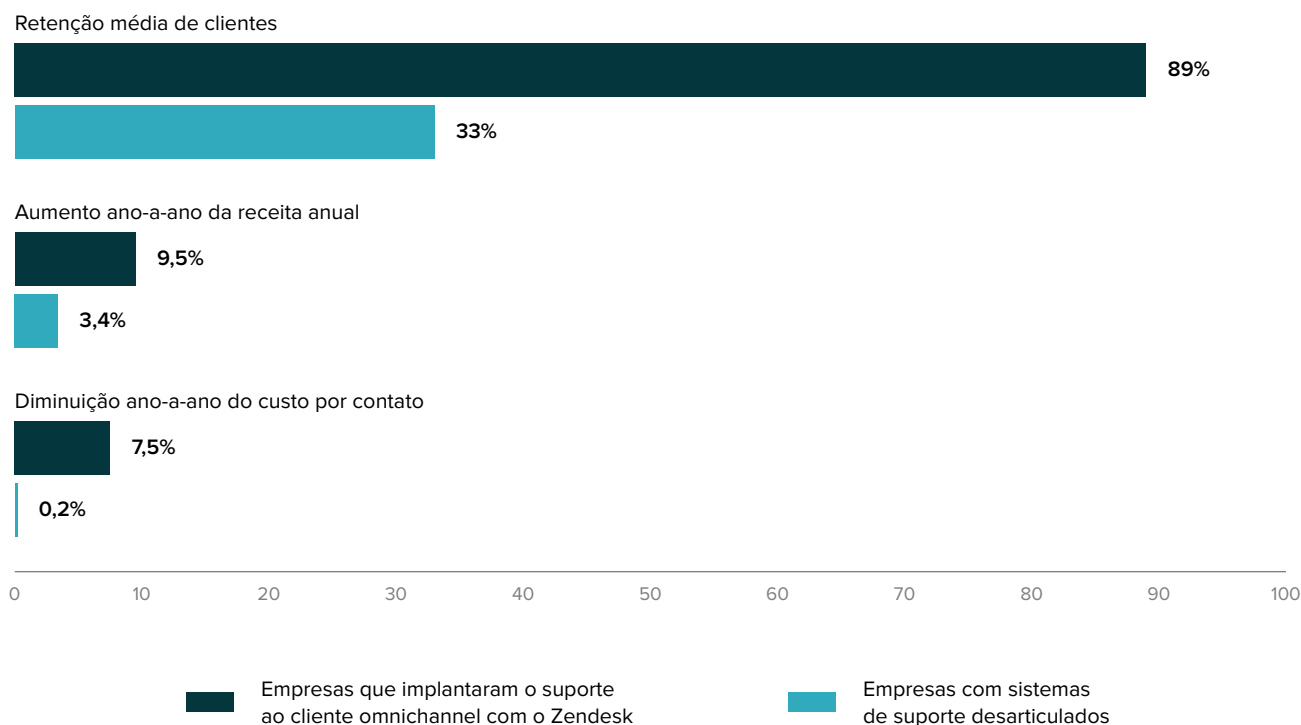
- A satisfação do cliente e a rapidez da primeira resposta são diretamente proporcionais (Figura 7)
- Há uma tendência clara de aumento no volume de tickets em todos os canais em novembro e dezembro
- O volume de tickets ano-a-ano subiu drasticamente em todos os canais, especialmente nos novos, como Facebook e Twitter
- Quando o volume de tickets aumenta, os sistemas de suporte desarticulados falham, afetando negativamente o tempo da primeira resposta e os scores de CSAT

O poder do suporte ao cliente omnichannel

O suporte ao cliente omnichannel, fornecido em uma vasta gama de canais, é considerado cada vez mais necessário pelas empresas. O cerne do suporte ao cliente omnichannel está em atender o cliente de modo eficaz nos canais que ele escolher a fim de promover a satisfação deste cliente a curto prazo e a lealdade a longo prazo. Identificar a estratégia omnichannel perfeita para sua empresa é crucial para ter sucesso no período de festas de fim de ano.

Se você ainda precisa adotar uma estratégia de suporte ao cliente omnichannel, a hora é essa. Não adie mais. Correndo o risco de parecer dramático, o risco de ser um retardatário na adoção do omnichannel é imenso. Afinal, nunca é bom para os negócios quando o cliente sai de uma transação insatisfeito e, durante o período de festas, a repercussão para a sua empresa pode ter um impacto enorme e irreversível. O cliente insatisfeito pode abandonar a sua empresa, estragar sua reputação e, em poucos cliques, destruir tudo o que você e sua equipe lutaram tanto para conquistar. Ninguém deseja ver a própria empresa viralizar devido ao tweet furioso de um cliente que foi ignorado, que comprou um presente que não chegou ou foi atendido por um agente humano tão caloroso quanto um robô de segunda categoria.

Figura 1: o suporte omnichannel atende às necessidades de suporte dos clientes em vários canais, de acordo com a preferência de comunicação deles



Descobertas e análises

O uso dos canais de suporte tradicionais continua aumentando, enquanto os novos canais veem picos de crescimento drásticos, gerando problemas para várias organizações de atendimento ao cliente.

Nós compilamos dados anônimos sobre o volume de tickets do Zendesk de todos os clientes globais que identificaram seu setor como Varejo. Após analisar os números, vimos que eles contam uma história convincente.

Não surpreende que, ao comparar os meses de janeiro e dezembro de 2017, haja um crescimento marcante no volume de tickets dos canais, com aumento de 49% para o email, 92% para o Chat e 106% para o Talk. No suporte pelo Facebook, o aumento mais do que triplicou.

Não há dúvida que o volume de tickets em novembro e dezembro cresce significativamente em relação ao resto do ano devido às compras de Natal. Entre junho e dezembro, o aumento foi de 21% para o Chat, 28% para o Talk e 7% para o email. Para alguns clientes da Zendesk, como a JibJab, a capacidade de expandir o atendimento para atender à demanda sazonal é de suma importância. A JibJab viu seu volume passar de, em média, 8.000 para 80.000 tickets nos meses de novembro e dezembro. A JibJab aumenta o número de funcionários e usa o Zendesk Support para atender à demanda, além de manter a equipe em um SLA de 24 horas, mesmo nos períodos de pico.

Também registramos um crescimento constante ao longo do ano. Comparando dezembro de 2016 a dezembro de 2017, o volume de tickets do Talk aumentou 55%, enquanto o do Chat aumentou 29% e o do email, 26%. O mais impressionante foi o crescimento do volume de tickets nas redes sociais: 63% no Twitter e impressionantes 160% no Facebook. Esta tendência reflete o aumento de popularidade e a onipresença de canais como chat e redes sociais, além de indicar de modo bem claro o aumento na expectativa do cliente em relação à eficiência do atendimento. Ele quer comprar, é claro, mas espera que você esteja presente para atender qualquer necessidade relacionada ao pedido, independentemente do canal de comunicação escolhido para o contato.

Volume de tickets/mês em 2017

Figura 2: canal do Chat

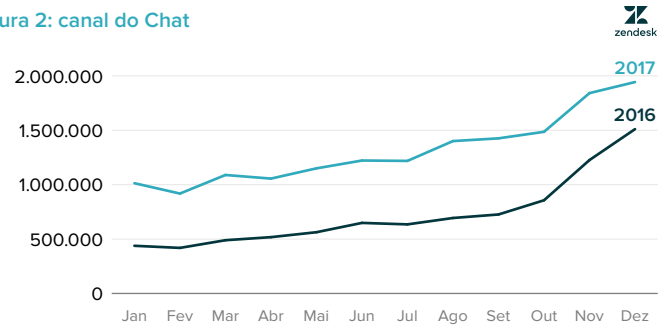


Figura 3: canal do Talk/voz

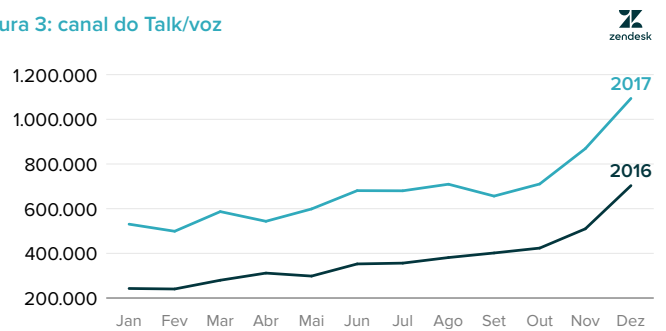


Figura 4: canal de redes sociais (Facebook e Twitter)

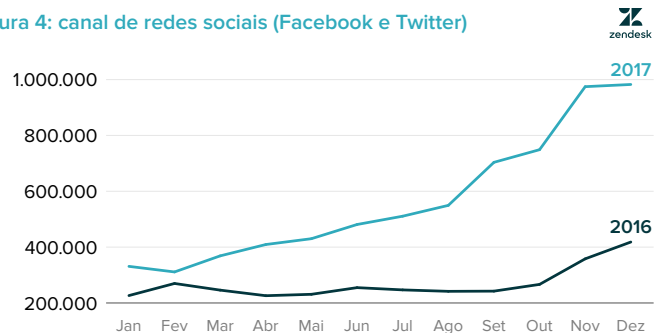
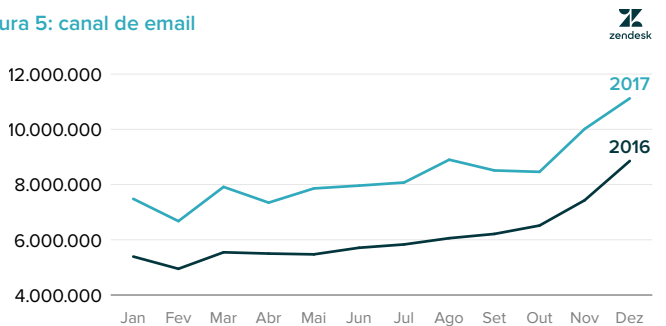
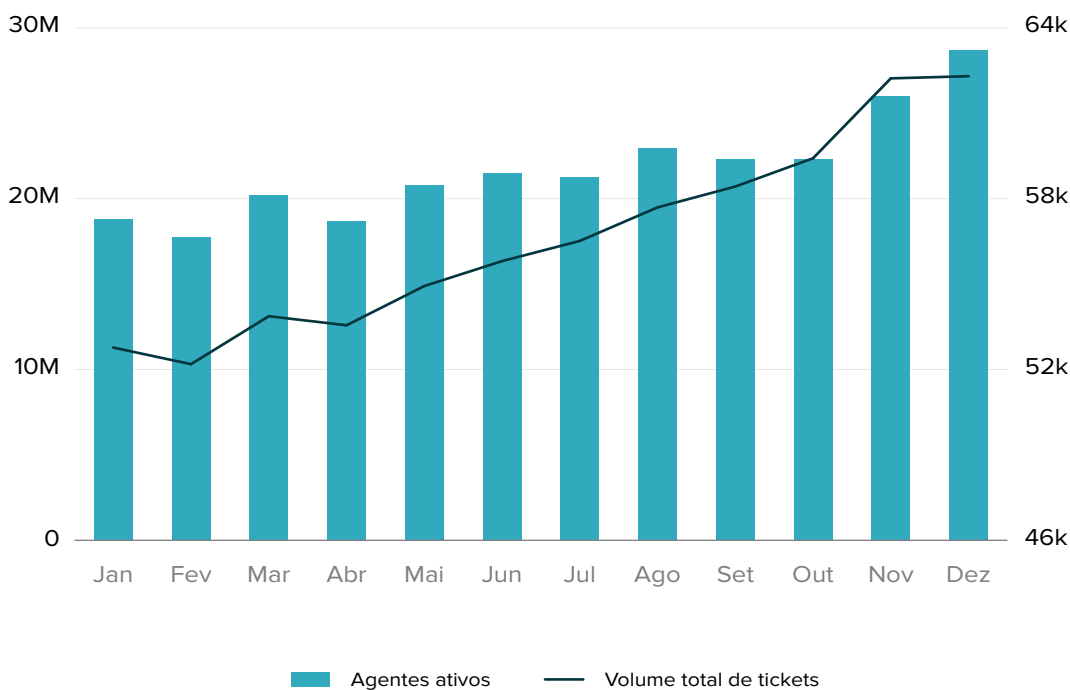


Figura 5: canal de email



A escala da sua equipe na central de suporte no período de festas afeta o CSAT

Figura 6: agentes ativos versus volume total de tickets por mês em 2017

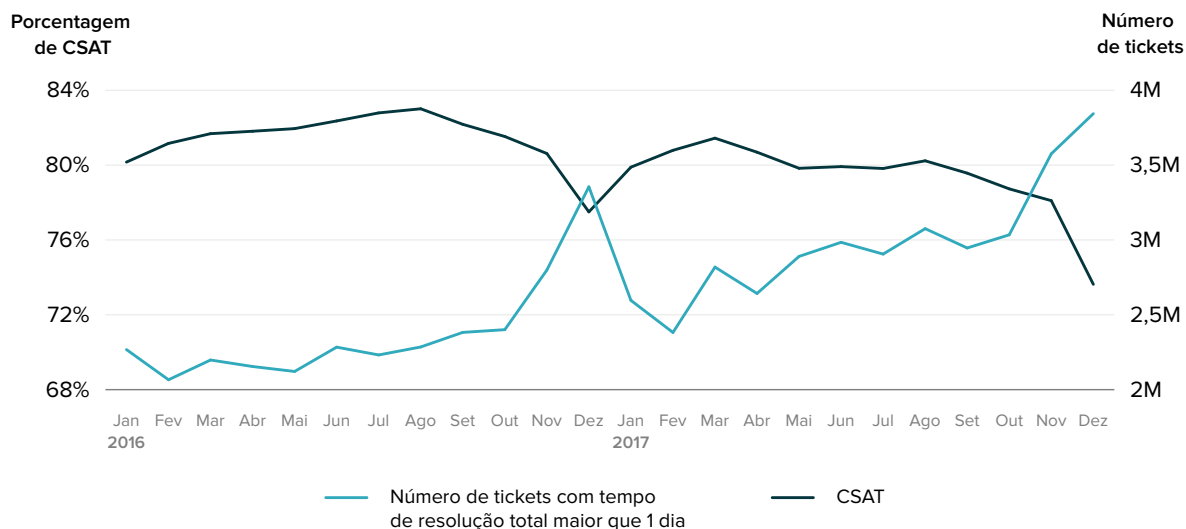


Há uma diferença intrigante no número de agentes no período de festas de fim de ano em 2016 em relação a 2017. Os varejistas adicionaram 22% mais agentes entre o início do terceiro e o fim do quarto trimestre de 2016. O valor para 2017 é menos da metade do que o ano anterior, ficando em 10%. Comparando o fim do quarto trimestre e o início do primeiro, o aumento no número de agentes foi de 28% em 2016 e 18% em 2017.

Os varejistas adicionaram um número significativamente menor de agentes no período de fim de ano de 2017, mesmo com o maior volume de tickets em todos os canais em relação ao ano anterior. O aumento substancial nos tickets enviados por canais alternativos como Chat, Facebook e Twitter está pegando algumas organizações de surpresa e pode ser uma das várias explicações para o número inadequado de agentes.

O aumento no volume de tickets corresponde ao aumento na expectativa do cliente

Figura 7: tempo total de resolução versus CSAT/mês



*Nem todos os entrevistados responderam a pesquisas de CSAT

Como mostra o gráfico, no período de festas de fim de ano de 2016 e 2017, o maior volume de tickets levou as equipes de suporte a resolver os tickets em ritmo bem mais lento, chegando a um dia de atraso. E ainda mais revelador é o relacionamento entre o tempo de resposta e o nível de satisfação do cliente (CSAT). Essa estatística pode parecer uma relação óbvia de causa e efeito, mas muitas organizações de suporte continuam despreparadas para o período de fim de ano, usando sistemas de gerenciamento de tickets desarticulados ou equipes com falta de pessoal.

Além disso, fizemos algumas comparações entre o volume mensal de tickets respondidos nas primeiras oito horas e os que levaram mais de um dia para receber uma resposta. A diferença entre dezembro de 2016 e 2017 (o mês com o menor índice CSAT destes dois anos) é impressionante. Em dezembro de 2016, um número 30% maior de tickets levou mais de um dia para ser respondido, em comparação aos tickets respondidos em até 8 horas. Esta quantidade aumentou para 44% em dezembro de 2017.

Práticas recomendadas de acordo com o canal

Cada tipo de canal exige um toque diferente

Assim como escrever muito bem não é fundamental para ser agente do Talk, ter um tom de voz calmo não ajuda a lidar com um cliente frustrado no Chat. Veja a seguir algumas dicas de habilidades que precisam ser enfatizadas nos respectivos canais.



**zendesk
chat**

Uso de atalhos, tickets e monitoramento inteligente de métricas

1. Identifique as perguntas mais frequentes e crie atalhos. Eles melhorarão o tempo de resolução evitando que seus agentes digitem as mesmas frases o tempo todo.
2. Integre o Chat ao sistema de gerenciamento de tickets do Zendesk Support para converter chats em tickets que podem ser resolvidos posteriormente por email.
3. Os widgets de chat personalizados podem contagiar os clientes com o espírito natalino de modo agradável, mantendo a consistência na mensagem da marca.
4. Monitore as métricas de chat e de agente com a [Análise de chat](#). Se você notar uma queda no índice de satisfação após o aumento do número de chats, poderá adicionar mais agentes de acordo com a necessidade.
5. Para oferecer o melhor suporte por chat, é necessária uma mistura das habilidades ideais para o suporte por telefone e por email: ser coloquial e em tempo real como uma chamada, mas ter ótima capacidade de escrita e interpretação do tom do cliente.



**zendesk
support**

Atendimento rápido, consistente e inteligente é crucial

1. Responda sempre a uma publicação do cliente nas redes sociais, especialmente quando ele precisa de ajuda. Mesmo se não puder solucionar o problema na hora, faça o contato inicial rapidamente e deixe claro quando e onde você responderá.
2. Fique atento às tentativas óbvias de criar uma discussão desnecessária em um espaço público. Este tipo de comentário geralmente é direcionado à empresa em si e pode virar uma guerra de ofensas.
3. Às vezes, o contato pelas redes sociais fica na linha tênue entre algo que deve ser resolvido por um agente de suporte e algo para ser entregue ao marketing. Saiba quando é preciso delegar.
4. Se você precisa das informações pessoais do cliente para resolver o problema, saia do espaço público e convide-o para continuar a conversa em um canal privado e seguro.



zendesk
talk

Tire o peso das costas do agente

1. Os agentes precisam ter acesso rápido às informações sobre o cliente. No varejo, a integração com plataformas de comércio eletrônico como o [Shopify](#) tem um poder impressionante. Sempre que possível, seus agentes devem trabalhar usando o mínimo de sistemas.
2. Já um aplicativo como o Pathfinder informa ao seu agente se o cliente já visualizou um artigo na Central de Ajuda ou se mandou um email recentemente sobre o mesmo assunto. Conhecer o histórico do cliente ajuda o seu agente a resolver os problemas com mais rapidez, diminuindo a frustração do cliente.
3. Melhore o fluxo de trabalho com ferramentas como a criação automática de tickets, que rastreia as chamadas telefônicas. Vale tudo para tirar o peso das costas do seu agente, para que ele não precise fazer anotações ou usar um sistema diferente em cada canal.
4. Não se esqueça das habilidades interpessoais. Sorrir durante a conversa faz com que seu agente pareça amigável e acessível. Também é importante refletir e imitar o tom e o estado emocional do cliente, pelo menos no início da conversa. Uma vez estabelecida a conexão, você poderá orientá-lo a ficar mais calmo. Acima de tudo, *ouça* o que ele tem a dizer.



zendesk
message

Seja sempre atencioso e tente falar no mesmo tom do cliente

1. Os modelos contendo texto pré-escrito são fundamentais para um suporte mais eficiente, mas eles não podem ser excessivamente rígidos e inflexíveis. Use a estrutura mais adequada para as respostas mais comuns, como listas de instruções passo a passo. Personalize sua resposta antes de enviá-la ao cliente para dar uma sensação de contato humano real.
2. Os emails precisam ser respondidos dentro de um período de tempo definido, especialmente a primeira resposta. Um agente de suporte por email excepcional priorizará os atendimentos por urgência e levará em conta o tempo que o cliente está esperando uma resposta.
3. Pode ser difícil identificar o estado emocional do cliente em um texto escrito, por isso, escolha bem as palavras. Uma boa regra consiste em usar um tom afável e informativo. É preciso muita habilidade para segui-la diante de um cliente frustrado.
4. Fique atento às pistas de que algo não ficou claro. Às vezes, o cliente tem dificuldade para se expressar por escrito, então leia tudo atentamente e não tire conclusões precipitadas. Entender as nuances dos clientes exige muito treinamento, mas é um aspecto crucial para oferecer um atendimento ao cliente excelente. Por exemplo, quem trabalha em vendas pode ser mais assertivo ao receber suporte, enquanto um engenheiro talvez precise saber detalhes técnicos complexos para considerar o problema resolvido.

Conclusão

Manter a consistência do atendimento ao cliente entre os canais ao longo do ano é crucial.

O desafio de se manter fiel aos valores do atendimento ao cliente ficou mais difícil com a proliferação de novos canais. O volume de tickets cresce a cada ano, mas os varejistas não estão aumentando o número de agentes na quantidade certa e ainda não reconheceram o crescimento impressionante dos novos canais, que exigem sistemas de suporte totalmente integrados. Isso prejudica o tempo da primeira resposta e afeta o CSAT, que diminui quando o cliente precisa esperar mais pela primeira resposta e pela resolução.

No varejo e em outras áreas, o suporte omnichannel é o novo padrão. Os clientes querem fazer perguntas e receber suporte em diversos canais, dependendo da urgência e da necessidade. Como a expectativa do cliente aumenta muito durante o período de festas de fim de ano, ter uma solução omnichannel adaptada especialmente para sua organização é fundamental. Isso significa identificar com antecedência a sua necessidade em termos de equipe, entender as nuances de cada canal e garantir o aproveitamento máximo dos recursos do Zendesk para gerenciar o volume entre sistemas. Tudo com o objetivo de fornecer a melhor experiência para o seu cliente.

Metodologia

Todos os dados foram coletados de clientes globais do Zendesk que se identificaram como varejistas.

