

Nossa Rede



Estudamos a jornada do cliente desde o momento da venda, entrega, pós-venda e, principalmente, o dia a dia desse relacionamento



RELACIONAMENTO COM CLIENTES

GRI 418-I

Gestão da experiência do cliente

O cliente é nossa razão de existir. Essa é uma frase do fundador do grupo Algar, Alexandrino Garcia, e se tornou um dos valores da Empresa. Nesse sentido, todos os anos, buscamos avançar no relacionamento com esse público, surpreendendo-o com novas tecnologias, metodologias e abordagens, que possam **melhorar a experiência** de quem confia em nosso trabalho.

Estudamos a jornada do cliente desde o momento da venda, entrega, pós-venda e, principalmente, o dia a dia desse relacionamento. Usamos metodologias e processos que permitem entender a realidade dessa jornada e, conseqüentemente, decisões e comunicações assertivas. Um dos destaques nesse campo é a implementação do **CEM – Customer Experience Management** (Gestão da Experiência do Cliente). Adotamos uma solução de Big Data e Analytics que integra, em tempo real, dados de redes com informações sobre os clientes, fornecendo insights e painéis de controle intuitivos. Com isso, a Empresa consegue **personalizar ofertas** de acordo com o perfil de seus clientes, melhorar seu desempenho em serviços, diminuir o número de chamados e evitar despesas adicionais.

Chaves de relacionamento

Além das ferramentas digitais a serviço do cliente, definimos em 2017 quatro chaves para aprimorar o atendimento:

1) **disponibilidade** (pleno funcionamento dos serviços e prontidão para resolução de problemas); 2) **empatia** (habilidade de se colocar no lugar do outro, gerando proximidade); 3) **simplicidade** (autonomia para reduzir o esforço do cliente); 4) **eficiência** (sabedoria na utilização dos recursos, buscando resolver problemas no primeiro contato).

Para disseminar esses conceitos, usamos a gamificação. Em um workshop imersivo com coordenadores, facilitadores e supervisores, apresentamos um painel interativo com situações simuladas, para que os participantes escolhessem as chaves para resolução. Depois dessa atividade, as lideranças dos processos de atendimento e suporte atuaram como multiplicadores, levando a mensagem aos mais de 900 atendentes da Algar Telecom e outros parceiros. Ações de comunicação têm apoiado esse processo.

Integração de múltiplos canais

Em 2017, adotamos soluções para integrar os múltiplos canais de relacionamento oferecidos pela Empresa, com o objetivo de **reduzir o esforço do cliente** e tornar mais eficiente o trabalho das centrais de atendimento. Com isso, poderemos acessar um único histórico de relacionamento com o cliente, que inclui as interações em todos os canais: voz, Unidade de Resposta Audível (URA), e-mail, chat, portal, aplicativos, *chatbots*, SMS e mídias sociais. A ideia é acabar com as informações fragmentadas e desconectadas, que geram insatisfação. Com um atendimento mais personalizado, esperamos que o cliente tenha uma **percepção cada vez mais positiva** sobre nossos serviços.

Redução do esforço do cliente

Queremos **facilitar a vida do cliente**. O ideal é que sequer tenha a necessidade de entrar em contato conosco. Mas se precisar de atendimento, trabalharemos para que o problema dele seja **resolvido o mais rápido possível**.

Disponibilizamos autosserviço para os clientes, criamos uma área de atendimento focada em meios digitais e usamos ferramentas de automação que permitem a execução de procedimentos técnicos a distância. Para verificar se essas medidas são eficazes, utilizamos uma métrica chamada **First Call Resolution (FCR)**, que mede a taxa de resolução de problemas no primeiro contato do cliente. Encerramos 2017 com FCR de 62%.