

Atento desenvolve metodologia para criação de brand personas em interfaces conversacionais

- Estudo dá caráter científico à descoberta da personalidade das marcas e inova modelo de atendimento em canais digitais

SÃO PAULO, 9 de setembro de 2020 – A Atento, multinacional líder em soluções de customer experience no Brasil e na América Latina, em parceria com o Laboratório de Inteligência Coletiva – LINC, do programa de pós-graduação em Comunicação e Semiótica da PUC-SP, acaba de desenvolver uma metodologia exclusiva para a criação de brand personas para empresas de diversos segmentos. A ideia é traçar a identidade da marca através de um perfil fictício com foco nos valores, cultura da empresa e as necessidades de seus consumidores. Tudo isso com o objetivo de auxiliar a comunicação em interfaces como URA, chatbot, WhatsApp etc. Dessa forma, durante um atendimento em um desses canais, o usuário poderá visualizar a personificação da companhia na interação.

A metodologia foi elaborada e estruturada pela área de Language User Interface (LUI), da Atento, com base em estudos sobre os traços e fatores que determinam os principais tipos de personalidade de uma marca. Além disso, utiliza ferramentas e técnicas que ajudam as corporações a desenvolverem a persona que melhor as representam. “Elaboramos em seis meses um processo capaz de criar uma interface que traz a identidade da empresa nas interações com os consumidores. Com isso, a idealização da personalidade da companhia não fica a cargo do cliente, o que ocorre naturalmente quando as empresas não desenham este item. É importante que essa interface seja muito bem definida, afinal, mais do que representar as marcas, falará com o que elas têm de mais valioso: o consumidor”, explica Mauricio Castro, diretor de marketing e transformação da Atento no Brasil.

A primeira etapa do processo dessa nova metodologia consiste na construção de uma pesquisa e análise qualitativa do perfil da companhia, bem como a elaboração de um material de comunicação com análise de FAQ, redes sociais e canais de atendimento que ela disponibiliza. Em seguida, é aplicado um questionário com participação de pessoas de diferentes áreas e níveis hierárquicos da empresa cliente. Com a interpretação dos dados coletados, chega-se ao tipo de personalidade da marca, identificando os índices de Relação, Inovação, Humor, Comunicação e Compromisso dela.

Para a criação da metodologia, a companhia contou com a expertise do Prof. Dr. Rogério da Costa, coordenador da área de Comunicação e Semiótica da PUC e especialista em inteligência coletiva, redes sociais, cibercultura, comunidades virtuais, biopolítica e capitalismo cognitivo. “Avaliamos como a marca dialoga e se comporta em diferentes canais, analisando seus scripts, manual de estilo e outros materiais que determinam como ela atende, é percebida, gera expectativas e interage com seus públicos. A partir daí, desenvolvemos um questionário a ser respondido por profissionais de diferentes áreas e níveis hierárquicos para analisarmos os cinco traços mais marcantes dessa companhia, além de identificar os respectivos tipos de personalidade a serem atribuídas em uma persona”, explica.

Por fim, realiza-se ainda um workshop com membros de diferentes áreas da companhia para avaliação dessa resposta emocional, o que auxilia no processo de construção da persona. Resultado: constrói-se um “avatar” com características e tom de voz específicos, para nortear a linguagem que será transmitida nas interações com o consumidor. As palavras não servem apenas para transmitir uma mensagem, facilitar uma venda ou informar sobre um produto. Elas ajudam a formar a identidade e a personalidade da marca. “Acreditamos que para aproximar um consumidor de uma empresa, ele precisa de fato enxergá-la e isso é mais fácil quando ela se torna ‘uma pessoa’, uma persona. Adequar o tom de voz ao tipo de



personalidade desse personagem e manter um padrão em todas as interfaces é um dos desafios ao construir a linguagem da persona”, ressalta o executivo da Atento.

Sobre a Atento

A Atento é a maior empresa de serviços de gestão do relacionamento com clientes e processos de negócios (CRM/BPO) na América Latina e um dos três maiores provedores mundiais com base em seu faturamento. A companhia é também líder em serviços de CRM/BPO para companhias que desenvolvem suas atividades nos Estados Unidos. Desde 1999, elaborou seu modelo de negócio em 13 países e emprega de 150 mil funcionários. A Atento tem mais de 400 clientes aos quais oferece uma ampla gama de serviços de CRM/BPO por meio de múltiplos canais. Seus clientes são empresas multinacionais líderes em setores como telecomunicações, bancário e financeiro, saúde, varejo e administração pública, entre outros. As ações da Atento são negociadas sob o símbolo ATTO NYSE (New York Stock Exchange). Em 2019, Atento foi reconhecida pelo Great Place to Work® como uma das 25 Melhores Multinacionais para se Trabalhar no Mundo e como uma das 25 Melhores Multinacionais para se Trabalhar na América Latina. Para mais informações, www.atento.com.

Contatos para imprensa

Weber Shandwick

atentobrasil@webershandwick.com

Paula Boracini – 3027-0200 | pboracini@webershandwick.com