

A experiência do cliente de grandes empresas, agora disponível para Startups



Um artigo da Frost & Sullivan

Potencializando os clientes para um futuro baseado em crescimento

FROST & SULLIVAN

TABELA DE CONTEÚDOS

Startups e a nova economia.....	3
A experiência do cliente: a principal vantagem competitiva.....	4
Ágil, remota e digital: a nova jornada do consumidor.....	5
Experiência do cliente ao nível das grandes empresas com Atento FlexibleCX	6
A última palavra	7
Sobre a Atento	7
Notas de rodapé.....	8

Startups e a nova economia

Sem dúvida, um dos fenômenos econômicos recentes mais estudados é a crescente importância das startups para o crescimento econômico e a inovação no mundo¹. Mas o que muitas vezes fica evidente é a estreita relação que existe entre oferecer uma ótima experiência do cliente e o sucesso empresarial para este tipo de companhia. Em outras palavras, no mundo hipercompetitivo das startups, em que o colapso pode chegar se muitos usuários decidirem apertar o botão de “desinstalar” em seus smartphones, a lealdade do cliente passa a estar em primeiro plano e a única forma de conservá-la é conseguir que a relação dele com a marca seja prazerosa, simples, memorável e consistente em todos os diferentes canais de contato.

Lamentavelmente, 7 de cada 10 startups não têm uma estratégia formal de atendimento ao cliente². Por este motivo, é necessário que elas tenham um parceiro de negócios que possa guiá-las e garanta uma CX à altura das demandas de seus exigentes clientes. E quanto antes fizerem isso, melhor. Diversos estudos afirmam que as empresas que investem em CX desde uma etapa precoce são também aquelas que experimentam maiores taxas de crescimento³.

Por outro lado, também se tornou importante para os provedores de serviços de CX conseguir uma base de clientes com um grande potencial de crescimento futuro, independentemente do setor da economia em que operem: bancos, saúde, entretenimento, transporte etc. Estudos da Frost & Sullivan indicam que a demanda de empresas nativas digitais (ou born-digital, em inglês) experimentará um crescimento três vezes maior do que o das empresas tradicionais no período 2020-2027 no segmento de serviços terceirizados de CX, representando 27,8% do mercado até 2027.⁴

**7 em cada
10 startups
não têm
uma
estratégia
formal de
atendimento
o ao cliente.**

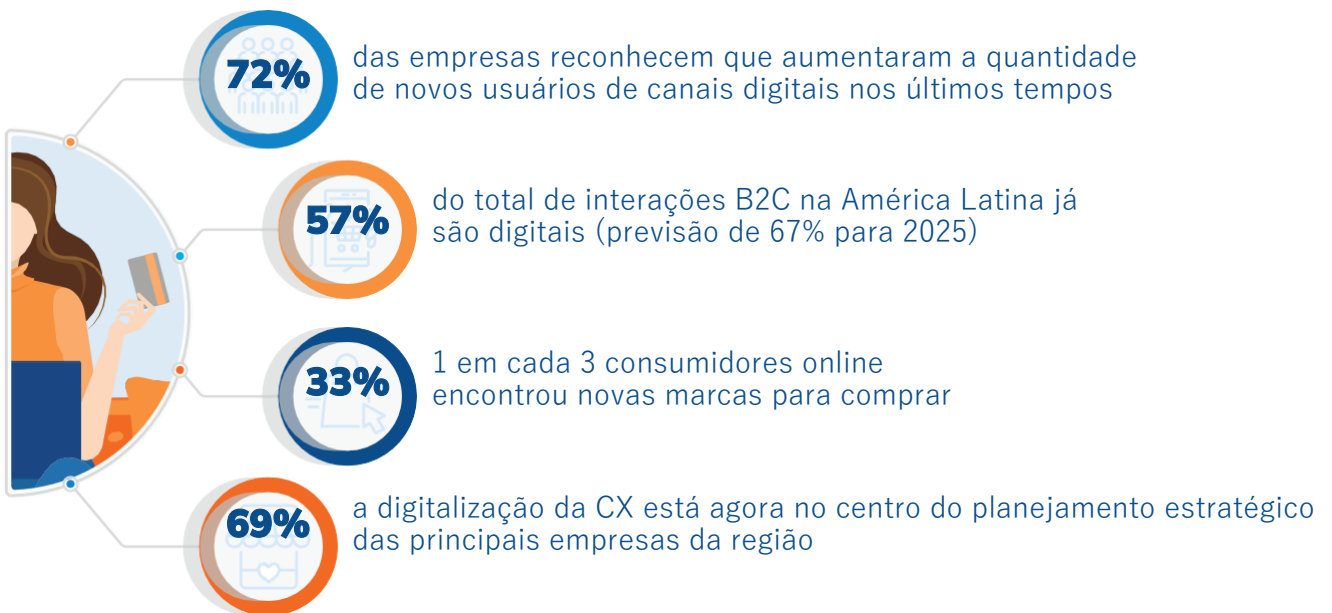


A experiência do cliente: a principal vantagem competitiva

Há alguns anos, a Experiência do Cliente (CX) é reconhecida como um dos principais diferenciais competitivos, sem importar o setor da economia do qual estejamos falando. A pandemia que ainda estamos atravessando só acentuou esta preferência. De fato, e de acordo com uma pesquisa global junto a decisores de empresas realizada pela Frost & Sullivan, “melhorar a CX” aparece como o objetivo de negócio número um em 2022. Algo que estes mesmos líderes já tinham manifestado em 2020 e 2021.

A crescente importância da CX ocorre ao mesmo tempo que as exigências do consumidor aumentam consideravelmente. E isso é assim porque o usuário de hoje não é mais igual ao de antes da pandemia. Quando o mundo mudou ao seu redor, os clientes mudaram com ele. Os consumidores adotaram novos hábitos, e a grande maioria planeja mantê-los. Eles estão mais impacientes e ansiosos. Querem experiências sem contato e são mais reflexivos e seletivos ao tomar de decisões, dando preferência às marcas em que confiam. Os clientes de hoje veem o mundo de uma perspectiva digital.

Consumidores com demandas renovadas e maiores expectativas



Fonte: Adobe "2022 Digital Trends"; Twilio "State of Customer Engagement Report"; Frost & Sullivan

Por outro lado, 61% dos usuários afirmam que a pandemia aumentou suas expectativas de serviço ao cliente, e 76% admitem que esperam uma resposta imediata quando entram em contato com uma empresa: a luta pela lealdade do cliente aumentou, reforçando a importância do papel da CX para assegurá-la. Sem dúvida, desenvolver e nutrir relações sólidas e significativas com os clientes nunca foi tão importante. E, no entanto, as organizações devem melhorar ainda mais: quase 1 de cada 2 clientes ficou frustrado após experimentar inconsistências em suas interações digitais com as marcas.

Ágil, remota e digital: a nova jornada do consumidor

Ao mesmo tempo, presenciamos um aumento sem precedentes das interações remotas com as marcas. Isso se deve ao fato de que à medida que o relacionamento cara a cara se tornou mais difícil, os clientes recorreram aos centros de contato para interagir com as empresas. E uma boa parte dessas interações remotas foram canalizadas por meios digitais e chegaram para ficar. De fato, ficou claro que os consumidores que anteriormente tinham resistência a usar canais digitais (ou que nem sequer sabiam que estavam disponíveis) tiveram que se adaptar rapidamente. Nos últimos dois anos, adquiriram as habilidades e a confiança para continuar usando o canal digital. De fato, 87% dos clientes aumentaram seu uso de canais digitais como resultado da pandemia, e 1 em cada 3 consumidores encontrou novas marcas para comprar online. Por isso, não é novidade que a digitalização da CX esteja agora no centro do planejamento estratégico das principais empresas da região.

Todos somos testemunhas da aceleração da digitalização em vários aspectos da nossa vida, e o espaço de relacionamento com os clientes não é uma exceção. De acordo com diferentes estudos, a intensidade digital de consumidores e empresas se adiantou entre cinco e seis anos desde o começo da pandemia. Por isso, contar com uma sólida presença digital hoje se tornou uma condição fundamental para manter sua relevância para os clientes.

Porém, são poucas as organizações que hoje contam com a capacidade de chegar ao cliente por meio do canal de contato de sua preferência e de manter o ritmo de investimentos e inovações que são necessários para oferecer uma CX digital sólida. Muitas vezes, a opção ideal é procurar o apoio de um parceiro de negócio que possa proporcionar estas capacidades enquanto nos acompanha em nosso caminho de crescimento e à medida que nossas necessidades de relacionamento com o cliente se transformam. No entanto, tradicionalmente estas opções estavam à disposição apenas das grandes corporações, e as empresas pequenas ou emergentes contavam com poucas alternativas, já que os principais fornecedores não contemplavam oferecer serviços a empresas com poucas posições de atendimento. O boom das startups e seu papel em nossa economia está mudando este cenário.



Experiência do cliente ao nível das grandes empresas com Atento FlexibleCX

A Atento conta com uma solução de CX baseada na nuvem, flexível, ágil e escalável, que permite que as startups e pequenas operações ofereçam ao cliente uma experiência excepcional, reforçada pelos Next Generation Services e Capabilities, independentemente do tamanho da operação.

A FlexibleCX da Atento é uma solução de alta qualidade que combina serviços omnicanal com um amplo know-how e com a flexibilidade de se adaptar a pequenos programas, crescendo junto com os clientes à medida que eles expandem seu negócio.

Benefícios:

- Acesso aos padrões de qualidade mais altos e avançados do setor, incluindo tecnologia, infraestrutura, recursos humanos, modelos de gestão e segurança
- Impulso a transformação da CX e os processos de digitalização
- Condições flexíveis se um contrato termina antecipadamente
- Habilidade de crescimento a curto e a longo prazo, e continuidade
- Liberação de recursos, permitindo que as empresas se concentrem no seu negócio
- As melhores práticas do setor aplicadas para 80% da transformação
- Centralização e otimização de custos operacionais

FlexibleCX é um produto ideal para startups que precisam de apoio desde o começo do seu negócio. Para saber mais <https://atento.com/es/flexiblecx/>



A última palavra

Os centros de contato – e as empresas em geral - se encontram no meio de inúmeras transformações de mercado e tecnológicas. O surgimento de um novo tipo de consumidor, mais exigente e sofisticado, está conduzindo as empresas a procurar novas ferramentas para estar à sua altura. Hoje em dia, oferecer experiências de alta qualidade, coerentes e sem lacunas entre todos e cada um dos pontos de contato com o cliente é mais importante do que nunca.

No entanto, somente as organizações realmente focadas no consumidor poderão utilizar a experiência do cliente como um diferencial competitivo. E muitas empresas ainda não consolidaram esse foco como um objetivo fundamental e transversal de toda a organização. Por isso, o primeiro passo para a mudança está vinculado diretamente à cultura organizacional de cada empresa e a entender que o cliente deve passar a ocupar o lugar central em qualquer estratégia competitiva.

As startups têm a oportunidade de crescer tendo o cliente no centro desde o dia zero e, dessa forma, competir intensamente pelo santo graal do mundo dos negócios: a lealdade do cliente.

Para elas, a boa notícia é que hoje é possível se associar com provedores de nível mundial, que não apenas podem lhes oferecer as ferramentas necessárias, mas também acompanhá-las no caminho para conhecer e fidelizar seus clientes.

Sobre a Atento

A Atento é o maior fornecedor de serviços de gestão de relacionamento com clientes e terceirização de processos empresariais (CRM/BPO) da América Latina, e um dos maiores fornecedores a nível mundial. A Atento também é um dos principais fornecedores de serviços de CRM/BPO em regime de nearshoring para empresas que desenvolvem suas atividades nos Estados Unidos. Desde 1999, desenvolveu seu modelo de negócio em 14 países, onde emprega mais de 150.000 pessoas. A Atento tem mais de 400 clientes aos quais oferece uma ampla gama de serviços de CRM/BPO por meio de diversos canais. Os clientes da Atento são principalmente 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 na Bolsa de Valores de Nova York (NYSE). Em 2019, a Atento foi nomeada uma das 25 melhores empresas multinacionais do mundo e uma das melhores multinacionais para se trabalhar na América Latina pela Great Place to Work®.

Para mais informações, acesse www.atento.com.

Notas de rodapé

- 1 Szarek, Joanna & Piecuch, Jakub. (2018) [The importance of startups for construction of innovative economies. Przedsiębiorczość Międzynarodowa.](#)
- 2 Zendesk. [Startups CX Benchmark.](#)
- 3 Zendesk. Idem.
- 4 Frost & Sullivan. [North American Customer Experience Outsourcing Services Market Growth Opportunities, 2021.](#)
- 5 Zendesk. “CX Trends 2022”
- 6 Twilio. “State of Customer Engagement Report”

FROST & SULLIVAN

O crescimento é um caminho. Nós somos o seu guia.

Durante mais de seis décadas, a Frost & Sullivan ofereceu informações acionáveis a corporações, governos e investidores, o que resulta em um fluxo de oportunidades de crescimento inovadoras que lhes permitem maximizar seu potencial econômico. Incorporar as megatendências emergentes e dar forma a um futuro baseado no crescimento sustentável.

Entre em contato conosco: Inicie a discussão