



## Experiência do Consumidor dentro do Metaverso

Como as marcas podem se preparar para este desafio?

**ATENTO**

# Explorando um novo universo

O Metaverso está em alta. Em programas de TV, no mundo dos influenciadores, em feiras e eventos.

De acordo com dados do Kantar Ibope, 6% dos brasileiros (aproximadamente cinco milhões de pessoas) já transitam por alguma versão deste novo universo. Olhando um pouco mais adiante, a Gartner aponta que até 2026, 25% da população mundial passará pelo menos uma hora por dia dentro de um Metaverso, comprando, trabalhando, se divertindo.

Muito provavelmente, desde que o Facebook anunciou que passaria a se chamar Meta, você realizou uma pesquisa ou foi atingido por alguma notícia sobre esta ferramenta. Contextualizando, este novo universo acontece em um ambiente de experiências imersivas, que conecta físico e digital em um nível nunca experienciado, possibilitando que humanos realizem virtualmente tarefas manuais ou que, antes, eram características do mundo físico.

Entre as plataformas que oferecem estas experiências online imersivas, podemos destacar a Decentraland, a Sandbox, a Axie Infinity, todas com suas economias girando com criptomoedas. Nelas, você consegue realizar atividades como encontros, reuniões, compras virtuais.

Também podemos imaginar um cenário no qual alunos estudem remotamente, com maior interação, por meio do Metaverso. Ou, ainda, a possibilidade de irmos a um supermercado através desta tecnologia, escolhendo frutas e legumes como se realmente estivéssemos tocando neles.

**Para se construir um Metaverso, são utilizadas tecnologias como Realidades Aumentada, Mista e Virtual, NFTs e aplicativos.**





**49% dos consumidores do país – quase metade – estariam dispostos a realizar compras online utilizando plataformas imersivas, de acordo com estudo da Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo.**

Então, este se torna um ambiente onde empresas de diversos segmentos precisam e devem estar. Além de oferecer o seu produto ou serviço, é necessário pensar em questões como trocas, pagamentos, esclarecimentos de dúvidas, avaliações feitas neste espaço. Em outras palavras, o surgimento de um novo canal pede por um novo estilo de atendimento. Nos dois capítulos a seguir, falaremos um pouco mais sobre Experiência do Cliente no Metaverso.

# Pensando na Experiência do Consumidor, dentro do Metaverso

As grandes revoluções digitais tiveram forte impacto no comportamento do consumidor e, conseqüentemente, na maneira como essas pessoas se relacionam com as marcas. Com o Metaverso não será diferente.

No setor de Varejo, por exemplo, há algum tempo era inimaginável a possibilidade de comprarmos alimentos de maneira virtual. O digital avançou e, hoje, como mostra a Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC) em seu relatório “Radiografia do Shopper Brasileiro”, o nível de satisfação de clientes que compram em supermercados online chega a 86%.

Um novo cenário surge e com ele a necessidade de desenvolvermos uma nova estratégia de atendimento, como fora realizado no período em que tivemos as primeiras vendas na web.

**61% das pessoas preferem consumir por meio de Realidade Aumentada, conforme relatório da Invesp.**

**Para o Bank of America, o Metaverso está entre as tecnologias emergentes que modificarão a maneira como vivemos.**

Quando falamos em Experiência do Consumidor, este é o momento de estruturarmos novas soluções. Um movimento importante para acompanhar os avanços no comportamento do público. O Metaverso é, hoje, um conceito relativamente novo, mas pode se tornar um meio fundamental para que clientes entrem em contato com as marcas.

Este recurso pode ser considerado dentro de uma estratégia omnichannel, como um novo canal. Importante reforçar que, assim como estudamos a implementação de qualquer outro ponto de contato, precisamos avaliar se o consumidor realmente precisa e deseja navegar nesta ferramenta.

Tal universo pode ser visto como mais um braço das jornadas de CX e não somente quando pensamos em canais. Hoje, ele já está presente em áreas de apoio, como as de Desenvolvimento, possibilitando que colaboradores passem por etapas de treinamento de maneira mais conectada e imersiva.

**Precisamos pensar o Metaverso sob a ótica dos consumidores a respeito deste tema.**

# Como caminharemos daqui em diante?

Estamos na era phygital (ou figital), período em que as experiências ditam qual marca os consumidores escolherão, bem como até que nível este relacionamento chegará.

Torna-se mais do que natural que as vivências híbridas e imersivas sejam uma das grandes apostas das companhias, visando a conquista de novos clientes e a fidelização dos atuais. Com tal investimento é possível darmos um poder maior a estas pessoas, de modo que elas escolham, com base em suas próprias preferências, qual canal utilizarão na hora de contatar uma empresa.

Na Atento, certos de que a chegada do Metaverso revoluciona as formas de relacionamento, evoluindo da customização para a personalização, desenvolvemos recursos para que nossos serviços estejam à altura destas inovações tecnológicas.

**Em dois anos, o Metaverso será responsável pela transação de US\$800 bilhões, de acordo com a Bloomberg Intelligence.**

Poderemos potencializar estratégias omnichannel a partir da inclusão de mais uma etapa neste caminho, o Metaverso. O desafio aqui é construirmos uma plataforma que não seja apenas imersiva, mas que possa realmente fazer parte e facilitar a vida do consumidor, como mais uma vantagem em sua jornada.

Já contamos com uma sólida oferta de Multicanais Integrados, na qual diversos canais são orquestrados e gerenciados por meio de uma única plataforma, impedindo quebras nas jornadas e mantendo o padrão de atendimento, independentemente da via por meio da qual sua empresa será acionada.



## Os Multicanais Integrados da Atento vão muito além dos canais com:

- Recursos de Data Science.
- Marketing Digital.
- Inteligência de mercado para gerar insights.
- IA de conversação para interações mais fluidas e ágeis.



Para nós, a soma destes elementos é fundamental para o sucesso do relacionamento nas plataformas virtuais. O Metaverso é um desafio emocionante, que nos provoca a pensar na evolução da CX para manter consumidores e marcas conectados. Estamos prontos para apoiar nossos clientes a prover experiências novas e disruptivas neste novo ambiente.

O Metaverso é um caminho a ser desbravado! Conte com a Atento, uma parceira com sólida experiência no mercado de relacionamento com o consumidor, para garantir as melhores experiências neste novo universo.

Nos acompanhe no LinkedIn e no nosso site para  
saber de todas as novidades:

**ATENTO**

 **interfile**  
FULL SERVICE BPO  
EMPRESA DO GRUPO ATENTO

 **RBRASIL**  
SOLUÇÕES  
EMPRESA DO GRUPO ATENTO