



# Criando Processos de Experiência do Consumidor Eficientes e Contínuos com **IA Generativa**

Como o Chat GPT e outras plataformas de IA Generativa mudam o CX game?

UM ARTIGO DA FROST & SULLIVAN

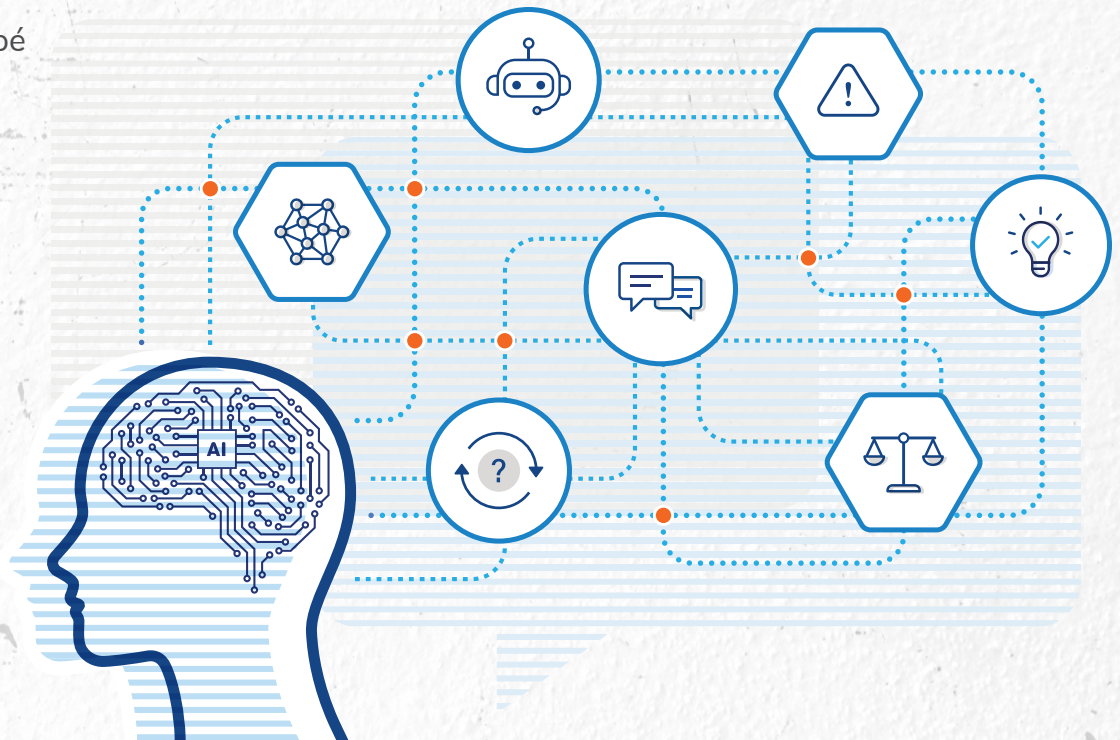
O conteúdo destas páginas são copyright © Frost & Sullivan. Todos os direitos reservados.

[frost.com](https://www.frost.com)



# ÍNDICE

- 3** O relógio está correndo: Os clientes exigem atendimentos mais rápidos!
- 5** O ChatGPT não está sozinho: a nova onda de plataformas de IA generativa
- 7** Como a IA generativa pode agilizar os processos de CX?
- 9** Visão e Roteiro da Atento
- 12** A Última Palavra
- 13** Notas de rodapé



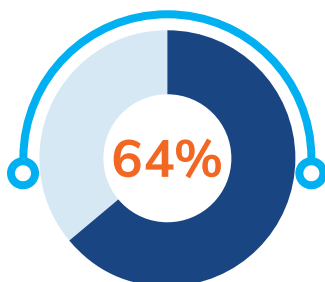


Toda empresa que quer prosperar precisa intensificar seu CX game. É uma condição inegável do mundo dos negócios de hoje. A IA generativa pode melhorar significativamente uma miríade de processos orientados para o cliente. Continue lendo se quiser descobrir como você pode aproveitá-lo.

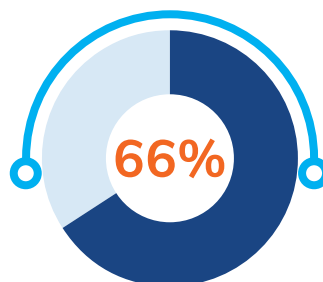
## O relógio está correndo: Os clientes exigem atendimentos mais rápidos!

As empresas estão sempre tentando acompanhar as expectativas dos clientes porque sabem que fornecer uma experiência diferenciada **ao cliente (CX) é uma vantagem competitiva definitiva, mais importante do que o produto ou o preço. No entanto, essa não é uma** tarefa fácil. Há quase 20 anos, a Bain & Company teorizou sobre a “lacuna de entrega”: enquanto 80% das empresas acreditam que fornecem um CX superior, os clientes dizem que apenas 8% das organizações se diferenciam pela experiência<sup>1</sup>. Mais recentemente, outra pesquisa afirma que, embora 82% dos profissionais de marketing acreditem que atendem às expectativas dos clientes em relação à experiência, apenas 10% dos consumidores reais acreditam fortemente que a maioria das marcas satisfaz seus requisitos de CX<sup>2</sup>.

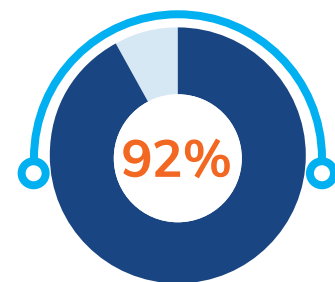
**A diferença não diminuiu em nada.** E a razão para isso é que as expectativas dos clientes continuam a crescer a um ritmo incomparável. Os clientes querem experiências personalizadas, eficientes e sem esforço ao lidar com marcas. Não estar à altura do desafio pode ter resultados catastróficos para uma empresa, incluindo alta rotatividade de clientes, desaceleração do crescimento da receita e redução das margens de lucro. A democratização do conhecimento e da conectividade facilitou a troca de produtos ou prestadores de serviços pelos consumidores: eles estão a apenas um clique de distância. E um CX ruim pode levar justamente a isso: a saída de clientes.<sup>345</sup>



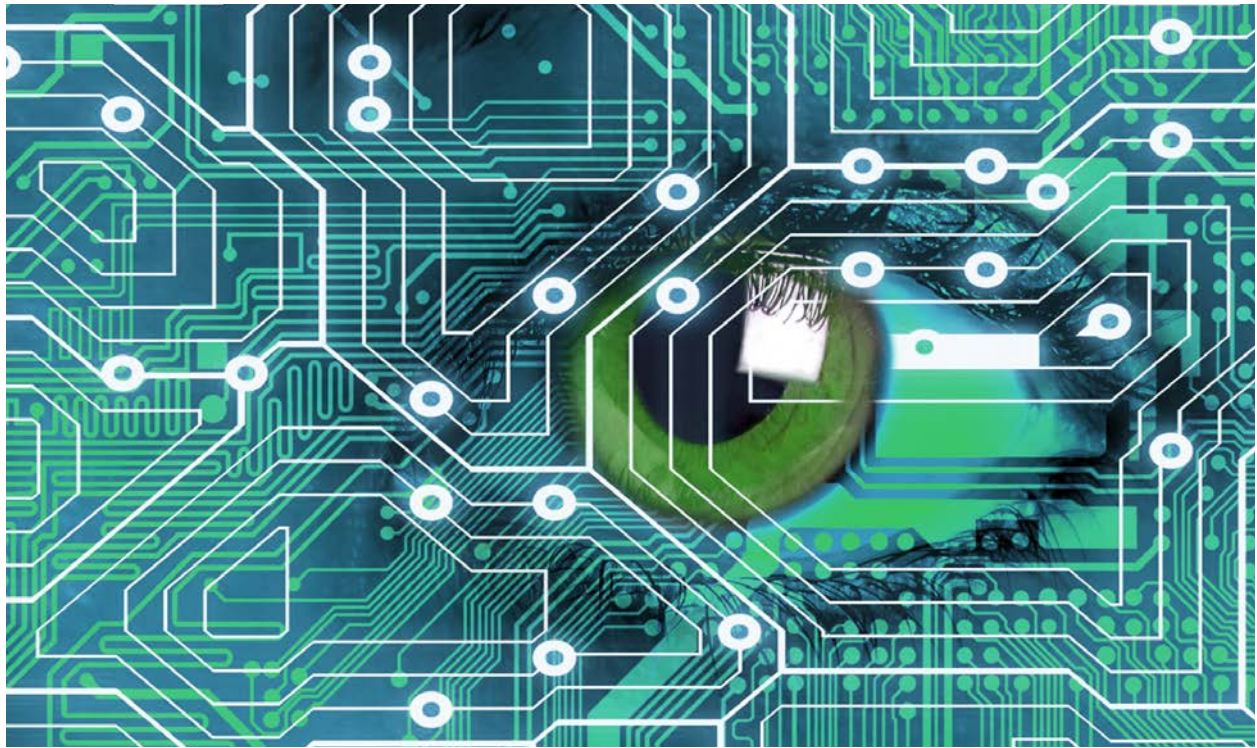
dos consumidores buscaram um concorrente após uma CX ruim



dos consumidores afirmam que uma CX ruim pode arruinar o seu dia



dos clientes gastarão mais se não precisarem repetir informações



A magnitude dos contatos com clientes que as empresas precisam responder também está aumentando a cada dia. Frost e Sullivan perguntou a mais de 750 contact centers como evoluiu o número de interações com os clientes no último ano: 49% das organizações apontaram que o número aumentou, enquanto 44% que não diminuiu (apenas 7% mostraram redução).<sup>6</sup> O segundo motivo mais citado pelas empresas não conseguirem atingir ou superar suas metas de CX é o burnout dos agentes, causado pela dificuldade em atender a crescente demanda<sup>7</sup>. No entanto, as empresas têm um arsenal tecnológico crescente de soluções criadas para aliviar esses desafios. E os clientes sabem disso: 80% deles acham que a tecnologia deve tornar suas experiências com as marcas mais valiosas<sup>8</sup> e 75% que as interfaces baseadas em inteligência artificial (IA) devem fornecer os mesmos níveis de serviço que os agentes humanos<sup>9</sup>.

No entanto, algumas organizações serão capazes de se diferenciar por meio do CX: aquelas que orquestram com sucesso essas tecnologias para criar jornadas do cliente em que cada ponto de contato exige o mínimo de esforço do usuário, mas deixa uma boa sensação para trás, fazendo com que os consumidores queiram sentir isso novamente, permanecendo assim clientes fiéis.



# O ChatGPT não está sozinho: a nova onda de plataformas de IA generativa

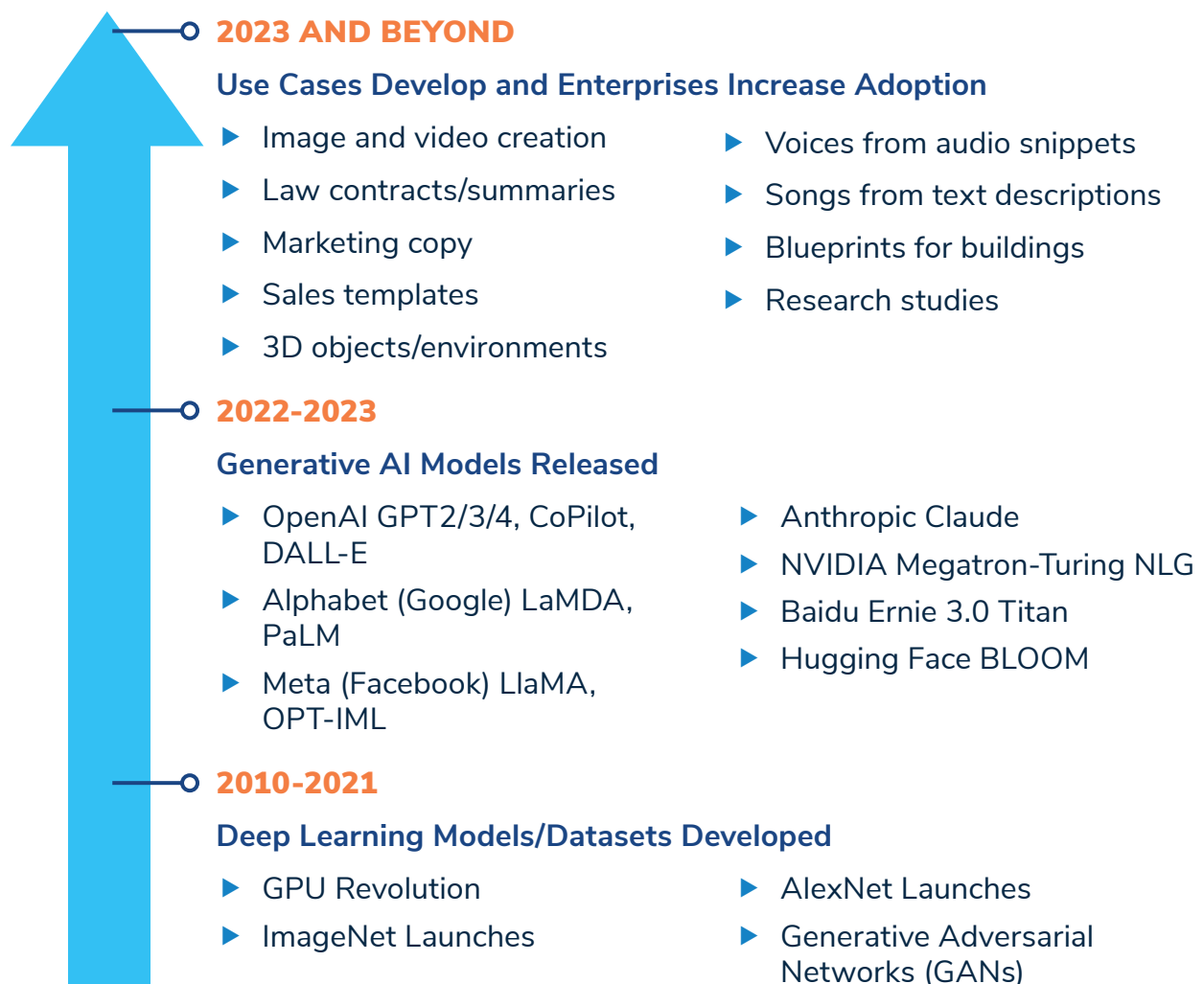
Uma das tecnologias que prometem melhorar significativamente os processos de CX é a IA generativa (Gen). Com base em redes neurais e Large Language Model (LLM), a Gen AI usa aprendizado profundo para analisar grandes conjuntos de dados para gerar conteúdo digital, como texto, código, imagens, músicas ou vídeos. O potencial de desestruturação de diversos setores é imenso. Pode ser comparável ao surgimento da internet, dos smartphones ou da nuvem. A Gen AI mudará a forma como o material é produzido, acessado e exibido. Isso é certo.

Nenhuma tecnologia na memória recente capturou a imaginação do público como a Gen AI na forma de ChatGPT. Lançado pela OpenAI no final de 2022, o ChatGPT é o aplicativo de consumo que mais cresce, atingindo 100 milhões de usuários registrados em apenas dois meses após o lançamento. No entanto, muitas plataformas de IA generativa são lançadas por empresas como Alphabet (Google), Amazon Web Services, Meta e Anthropic, entre muitas outras.





A combinação de algoritmos, processadores dedicados, computação em nuvem e grandes conjuntos de dados categorizados leva a respostas de perguntas, elaboração de ensaios, relatórios, códigos, campanhas de marketing e contratos jurídicos, entre outros casos de uso. A Gen AI será integrada a ferramentas como ambientes de desenvolvimento para programadores, ferramentas de fotografia e manipulação de imagens, editores de vídeo e aplicativos de modelagem 3D nos próximos anos. A Gen AI pode aliviar o trabalho mundano e sua integração em aplicativos de consumo e ferramentas de criação de mídia será como a integração da eletricidade em nossas vidas diárias. Em breve, será apenas parte da funcionalidade do software, um assistente digital para criar, inspirar, revisar e resumir o trabalho na forma de conteúdo digital.<sup>10</sup>



Fonte: Frost & Sullivan<sup>11</sup>

No entanto, permanece a questão de como a Gen AI está ajudando a transformar o mundo do CX. Até que ponto isso trará mais eficiências e facilitará a interação dos clientes com as empresas e a otimização de seu desempenho?



# Como a IA generativa pode agilizar os processos de CX?

De fato, a IA generativa orientada por LLM impacta significativamente, talvez interrompa, muitos aspectos da indústria de CX. A Gen IA pode ser vista como IA 2.0 para o contact center, ajudando as organizações a implementar IA aprimorada e entregar resultados elevados. Isso acelerará drasticamente a forma como aproveitamos a tecnologia para capacitar as pessoas<sup>12</sup>, oferecendo recursos renovados para interagir com dados não estruturados e tornando-os mais disponíveis para as organizações aproveitarem<sup>13</sup>. Os ganhos de produtividade podem ser enormes: considerando apenas o Tempo Médio de Atendimento (TMA), diferentes soluções prometem trazer uma redução de 30% a 50%, o que pode ser um divisor de águas em um setor fortemente focado em pessoas. No geral, a Gen IA tem o potencial de realmente aliviar os agentes humanos de tarefas repetitivas e permitir que eles se concentrem onde agregam mais valor: conversas em que capacidades humanas únicas (ou seja, empatia, ajuste de tom de voz, habilidades de negociação) são cruciais.

A IA generativa orientada por LLM posiciona toda a promessa de CX aprimorada por meio da IA em um alcance mais realista para um público mais amplo. Embora promissora, a primeira geração de IA pode ser complexa, demorada, cara e, às vezes, desafiadora de implementar. Esta próxima geração de IA promete melhorar drasticamente esses fatores<sup>14</sup>. No entanto, tenha calma! A IA generativa não deve ser aplicada a todos os processos de CX em uma organização. As empresas devem ter cuidado e entender a diferença entre o uso adequado de cases que trazem altos benefícios e aqueles não adequados para essa tecnologia. Especialmente em espaços altamente regulados (governo, saúde, financeiro), as consequências de uma má implementação podem ser catastróficas. Além disso, as empresas também devem prestar especial atenção às questões de privacidade e propriedade intelectual para proteger as informações deles e de seus clientes de se tornarem acessíveis ao público.

A inovação originada por LLMs e IA generativa não necessariamente cria um número substancial de novas aplicações de contact center de IA; em vez disso, expande drasticamente as capacidades e aprimoram o time-to-market. Embora esperemos que a IA generativa seja integrada perfeitamente em muitos processos internos e voltados para o cliente nos próximos anos, a partir de hoje os maiores benefícios foram observados em:





## Sumarização pós-chamada

Um dos casos de uso mais rápidos a serem detectados para aprimoramento por meio da infusão de IA Gen é a sumarização das tarefas que ocorrem após o contato com o cliente. Elas podem variar entre descrever a conversa, marcar o contato ou enviar acompanhamentos. Muitos provedores de CCaaS lançaram recentemente soluções baseadas no Chat GPT para automatizar a maior parte dessa carga de trabalho, prometendo eficiências substanciais no processo.

## Gestão do conhecimento

Obter os dados certos de sistemas em silos e apresentá-los convenientemente aos agentes quando necessário é um dos processos mais importantes e complexos em um contact center. Este é um dos campos que provavelmente será interrompido por essa nova tecnologia. Muitos provedores estão atualmente integrando seus sistemas de gerenciamento de conhecimento (KMS) com a IA Gen para melhorar sua capacidade de compilar, armazenar e aproveitar o conhecimento disponível para consulta.

## Resposta baseada em texto

Pense no tempo que leva para um agente ler um extenso e-mail recebido, processá-lo, separar o que é importante do que não é e, em seguida, elaborar uma resposta. Agora considere que a IA Gen pode estar lá para ler a mensagem, resumi-la e escrever uma resposta com base no que o agente delineou. O funcionário, então, analisa as respostas e garante que as palavras certas estão lá. Quanto tempo do agente foi economizado neste segundo cenário?



## IA conversacional

Com a IA generativa, as empresas podem desenvolver, treinar, ajustar e orquestrar aplicativos de IA conversacional em tempo significativamente menor, aumentando o número e os tipos de consultas que as interfaces automatizadas podem responder enquanto detectam a intenção do cliente. Esta tecnologia desempenha um papel decisivo para ajudar os clientes a obter a ajuda necessária a tempo.

Infinitas possibilidades aguardam em breve, incluindo previsão e tendências, um funcionário dentro e fora do mercado, treinamento, coaching, e gráficos de dados personalizados. A IA Gen está trazendo uma enorme disrupção para o mundo do CX e apenas as empresas que conseguirem dominá-la ganharão uma vantagem competitiva.





## Visão e Roteiro da Atento

Embora seja tentador implantar massivamente a experimentação de casos de uso potenciais com aplicativos habilitados para IA Gen, a história recente nos ensinou uma lição: essa tecnologia, embora promissora, ainda está em sua infância e requer supervisão e o estabelecimento de “resguardos” para proteger empresas e usuários finais de alucinações, criação de diálogos convincentes com base em dados ou fatos inexistentes e até mesmo respostas incorretas.

### A Atento está trabalhando em quatro fluxos de trabalho paralelos:

- Criação do Comitê Global de IA da Atento, cuja primeira tarefa é declarar a versão 1.0 de sua política, princípios e diretrizes para nos permitir experimentar e implantar o IA Gen de forma segura e responsável. Alguns aspectos de sua política abordam: parâmetros éticos e legais; Recursos; KPIs para definir e medir o sucesso; potenciais modelos de negócios e muito mais.
- Introdução de recursos de IA conversacional (texto ou voz) para desviar transações que não exigem cognição em nível humano. Nos casos em que a deflexão total não é possível, o componente de IA pré-treinado ajudará o agente humano durante a transação atuando como um copiloto sugerindo respostas, automatizando certas tarefas por meio de recursos RDA e, dependendo do contexto geral, recomendará uma próxima melhor ação ou oferta.
- Para orientar seus agentes a oferecer melhores experiências e serem mais rápidos, a Atento incluiu recursos de IA para a Hubbie (sua solução de Chatbot disponível na Qualistore, sua solução KB), usando seu locatário do Azure, para explicar em poucas palavras a melhor maneira de resolver qualquer problema apresentado pelo cliente durante a interação. Todas as instruções são baseadas nos processos do cliente que foram carregados para o locatário Open AI dedicado da empresa (pelo menos um locatário por cliente). No caso de ofertas de back-office, para cada ticket, a Atento sugere aos seus agentes a melhor solução, com base na tipificação do front-office que classifica o ticket.



- Com seu locatário privado no Microsoft Azure, a empresa pode acessar a plataforma AI Studio da Atento para criar casos de uso e experimentação com segurança. Aqui estão dois casos de uso recentes:
  - O monitoramento de todas as chamadas telefônicas ao vivo é tecnicamente possível, mas não economicamente viável e, portanto, a abordagem tradicional é usar métodos estatísticos para monitorar uma (pequena) amostra das transações. Para superar a limitação econômica, a Atento desenvolveu um pipeline automatizado com ingestão de até 100% das chamadas de voz, transcrevê-las em uma plataforma automatizada STT (speech to text), transformar e realizar a limpeza dos dados dos diálogos transcritos em um formato específico, adicionar metadados associados a cada transação para criar o corpus e ingeri-los no mecanismo LLM. O último passo é permitir que os proprietários de empresas e/ou engenheiros especializados consultem o corpus, em linguagem natural, para realizar quase qualquer tarefa, tais como: resumo dos “top n” tipos de interação, análise avançada de sentimento, listar os “tops n” motivos de satisfação e insatisfação do cliente etc. Praticamente não há limites do que pode ser realizado, e os resultados finais dependem apenas de dois fatores: a riqueza do corpus e a capacidade do usuário de criar prompts significativos.
  - Resumo em texto dos milhares de miniplanos de ação semanais dos líderes de equipe para atingir determinadas metas. Esses planos de ação são escritos em diferentes idiomas (inglês, português e espanhol) e, depois de ingeridos corretamente no AI Studio da Atento, dão à gerência a capacidade de consultar esse imenso conjunto de dados usando linguagem natural. A ideia é cruzar os planos de ação que atingiram as metas e classificá-las como potenciais melhores práticas a serem compartilhadas entre todos os outros grupos com objetivos semelhantes.



Além da ascensão do GenAI, a Atento vem trabalhando com IA “tradicional” há algum tempo. Além de diversos modelos customizados que abordam os índices de propensão para vendas e coleções, suas principais entregas estão concentradas nas seguintes soluções:

- 1. Previsão de Desgaste:** é um modelo hiper personalizado, composto por 100+ funcionalidades, onde a cada agente com um tempo de serviço igual ou superior a 90 dias é atribuída uma probabilidade de deixar a empresa nos próximos meses. O modelo também é explicativo e indica os 5 principais motivos pelos quais o desgaste pode acontecer e, com essas informações em mãos, a gestão é capaz de tomar ações no presente para modificar um futuro provável a seu favor. Atualmente o modelo tem uma sensibilidade (ou taxa de positividade verdadeira) de 70%. Ou seja, para cada 100 funcionários que saíram da empresa, o modelo antecipou corretamente 70 deles.
- 2. Detecção de anomalias:** qualquer KPI representado por uma série temporal – NPS, por exemplo – é um candidato natural a ser ingerido por esse modelo, que basicamente tem dois resultados:
  - a.** Ao observar os dados passados – idealmente 90+ observações – o modelo calcula uma faixa de normalidade que ajuda a administração a se concentrar em desvios extraordinariamente grandes em vez das flutuações “normais”. Em outras palavras, separa o sinal do ruído aleatório;
  - b.** Uma série temporal é um candidato natural para a previsão. Neste caso, o modelo produz uma previsão de curto prazo – as próximas 7 observações – e para facilitar o usuário, a saída é transformada em um problema de classificação multiclasse para entregar as seguintes tendências possíveis: positiva, neutra ou negativa. Com base na tendência, a gestão será capaz de agir no presente para potencialmente melhorar o resultado.
- 3. Stress-o-meter:** este modelo é semelhante à análise de sentimento que pode ser ainda mais personalizada para necessidades específicas, desde associar o “stress” à probabilidade de churn e à probabilidade de uma escalada para ombudsman ou mesmo tribunais judiciais. O modelo vem em duas versões:
  - a.** Análise de texto, onde os textos reais (chat, e-mail etc.) ou voz transcrita são usados como entradas;
  - b.** Análise de voz sem transcrição. Nesta versão, o modelo usa análise espectral e é treinado para detectar certos padrões que indicam um comportamento anormal.



## A Última Palavra

O mundo do CX está pronto para mudanças rápidas. As empresas sabem disso e os clientes esperam isso. A relação entre consumidores e marcas precisa e será aprimorada. O desafio e a promessa são fechar a “lacuna de entrega” e aproximar o que os clientes esperam e o que as empresas fornecem em termos de CX. Isso criará uma vantagem competitiva para organizações centradas no cliente e decidirá o destino de negócios prósperos e em declínio. A Gen AI não está aqui para mudar isso, mas para acelerá-lo. As empresas devem entrar nos trilhos das melhorias de CX. Mas é tão fácil errar e embarcar em custos significativos, que não têm um retorno claro sobre o investimento (ROI). Por isso, é fundamental trilhar esse caminho com um consultor de confiança que possa orientá-lo a fazer as escolhas certas. Não se esqueça: a reputação da sua marca está em jogo. Como disse Warren Buffet, são necessários 20 anos para construir uma reputação e cinco minutos para arruiná-la. Continue construindo!





## Notas de rodapé

1. Bain & Capital “Fechando a lacuna de entrega”. 2005.
2. Acquia “Entregar o CX que eles esperam: Relatório de Tendências da Experiência do Cliente”. 2019.
3. Zendesk “Tendências CX 2023”. 2023.
4. Salesforce “Estado do cliente conectado”. 2022.
5. Verint “O relatório sobre o estado da experiência digital do cliente de 2022”. 2022
6. Geada & Sullivan “Navegando na Transformação Digital em Contact Centers – Uma Perspectiva do Cliente, Global, 2023 a 2024”. 2023
7. Idem.
8. Acquia “Entregar o CX que eles esperam: Relatório de Tendências da Experiência do Cliente”. 2019.
9. Zendesk “Tendências CX 2023”. 2023.
10. Frost & Sullivan “Como a IA generativa está transformando os serviços de conteúdo digital”. 2023
11. Idem.
12. National Bureau of Economic Research “IA generativa no trabalho”. 2023
13. CX Today “NICE lança solução inovadora de IA generativa”. 2023
14. Frost e Sullivan, “Beyond ChatGPT — Understanding the Impact of Large Language Model Driven Generative AI”. 2023.

## SOBRE A ATENTO

A Atento é a maior provedora de serviços de gestão de relacionamento com o cliente e terceirização de processos de negócios (“CRM BPO”) na América Latina e uma das principais fornecedoras globais. A Atento também é líder no fornecimento de serviços de BPO de CRM nearshoring para empresas que realizam suas atividades nos Estados Unidos. Desde 1999, a empresa desenvolveu seu modelo de negócios em 17 países, onde emprega aproximadamente 135.000 pessoas. A Atento possui mais de 400 clientes aos quais oferece uma ampla gama de serviços de CRM BPO através de múltiplos canais. Os clientes da Atento são, em sua maioria, empresas multinacionais líderes em setores como telecomunicações, serviços bancários e financeiros, saúde, varejo, administração pública, entre outros.

## SOBRE FROST & SULLIVAN

Por mais de seis décadas, Frost e Sullivan ajudaram a construir estratégias de crescimento sustentável para empresas, governos e investidores da Fortune 1000. Aplicamos insights acionáveis para navegar pelas mudanças econômicas, identificar tecnologias disruptivas e formular novos modelos de negócios para criar um fluxo de oportunidades de crescimento inovadoras que impulsionam o sucesso futuro.

Entre em contato conosco: Inicie a discussão →