



Atento foca em ofertas de hiperpersonalização e hiperautomatização alinhada com anseio dos consumidores em todo o mundo

- Da personalização à hiperpersonalização e hipertautomatização das jornadas de atendimento, o futuro do CX passa pelo preditivo e encantamento para atrair e reter consumidores.
- Análise de interações, em diferentes canais de relacionamento, permitem detectar perfil, estilo de vida, necessidades e anseios de usuários.

Madrid, XX de XX 2024. A Atento Luxco 1 ("Atento" ou a "Companhia"), uma das maiores provedoras mundiais de serviços de gestão de relacionamento com clientes e terceirização de processos de negócios (CRM/BTO) e líder do setor na América Latina, investe na evolução da personalização para a hiperpersonalização e hipertautomatização como uma forma de melhorar a experiência de consumidores em todo o mundo e impulsionar a geração de novos negócios.

A partir de recursos de Data Science, Analytics e IA para identificar as necessidades, preferências e emoções dos clientes em tempo útil e conectá-los de maneira cada vez mais profunda com as marcas, a Atento aposta no uso de análise preditiva e prescritiva, somada à hiperautomatização dos processos de atendimento e de back office para processar grandes volumes de dados rapidamente e gerar insights acionáveis em tempo real.

Com o avanço da disponibilidade de obter informações em tempo real, inteligência artificial e ferramentas de análises avançadas é possível analisar as interações dos usuários em todos os pontos de contato com uma marca, permitindo que se possa compreender seu perfil, prever e antecipar comportamentos e entender suas necessidades atuais e futuras. Com isso, criar ofertas customizadas, contextualmente relevantes e aderentes passam a construir relacionamentos mais duradouros, aumentando o engajamento do público, o que resultando em maiores taxas de conversão para as empresas, e mais valor para o usuário, por meio de jornadas personalizadas, completas e sem fricção.

“Acreditamos que ir além da personalização é uma transição fundamental para empresas que desejam permanecer competitivas e relevantes e estamos ao lado de nossos clientes neste desafio. Os clientes estão ansiosos por uma personalização mais profunda, querem ser reconhecidos e tratados como indivíduos, e esperam um serviço integrado que forneça recomendações personalizadas e que possa identificar proativamente possíveis dificuldades a serem resolvidas de forma rápida ou até antecipada. E, ao investir em hiperpersonalização e hipertautomatização, proporcionamos uma resposta direta à essas expectativas.”, destaca Dimitrius Oliveira, CEO da Atento.

E os consumidores valorizam a conveniência e a relevância. Para isso, estão dispostos a compartilhar seus dados em troca de uma experiência exclusiva. De acordo com uma pesquisa da Accenture, 91% das pessoas são mais propensas a comprar de marcas que oferecem recomendações relevantes. Além disso, [de acordo com um relatório da McKinsey](#), 71% espera por interações personalizadas e 76% expressa frustração quando suas expectativas não são atendidas, enfatizando a crescente demanda por experiências altamente individualizadas.



A a hiperpersonalização gera de 10% a 15% de retorno sobre investimento de marketing (dados McKinsey) e, segundo pesquisa divulgada pela Deloitte, até [80% dos clientes](#) têm mais probabilidade de comprar de uma empresa que oferece uma experiência diferenciada.

“Enquanto a personalização pode recomendar produtos com base em compras anteriores, a hiperpersonalização prevê quando uma pessoa pode precisar de um produto específico e oferecê-lo proativamente, talvez até com um desconto especial, no momento exato em que ele está considerando a compra. Neste contexto, é necessário que todo o back office também esteja preparado para garantir a mesma agilidade, por exemplo, ao liberar um crédito extra, um financiamento ou a documentação necessária a uma transação”, destaca o CEO.

Sobre a Atento

A Atento é a maior provedora de serviços de gestão de relacionamento com clientes e terceirização de processos de negócios ("CRM BTO") na América Latina e uma das principais provedoras mundiais. A Atento também é uma das principais fornecedoras de serviços de CRM de nearshoring BTO para empresas que operam nos Estados Unidos. Desde 1999, a empresa desenvolveu seu modelo de negócios em 17 países, empregando aproximadamente 120.000 pessoas. A Atento possui mais de 400 clientes, aos quais oferece uma ampla gama de serviços de CRM BTO por meio de múltiplos canais. Os clientes da Atento são, em sua maioria, empresas multinacionais líderes nos setores de telecomunicações, serviços bancários e financeiros, saúde, varejo e administração pública. Nos últimos anos, a empresa foi reconhecida por sua excelência por vários analistas do setor em diferentes regiões, incluindo Everest (nomeada "star performer" em 2021), Gartner (reconhecida como líder em Customer Service BPO no Quadrante Mágico desde 2021), Frost & Sullivan (nomeada líder em CX Outsourcing na América Latina em 2022) ou Forbes (selecionada como uma das 100 melhores empresas para trabalhar em 2023 na Espanha). Para obter mais informações, visite www.atento.com.

Contato de imprensa

press@atento.com