



Da interação à conexão:

**IA no novo paradigma da
experiência do viajante**

ATENTO



+ Conteúdo

+ Introdução	3
+ Tendências e desempenho do turismo	5
+ Os desafios do setor de turismo global	7
+ O poder da tecnologia para enfrentar desafios	9
+ Casos de uso	12
+ A solução da Atento: um modelo consultivo que transforma experiências	14
+ A jornada, 10 fases para se conectar verdadeiramente	15
+ Histórias de sucesso da Atento	17
+ Conclusão	19

+ Introdução

Maria desembarcou em Madri, duas horas depois do previsto, devido a um voo atrasado. Sua mala não chegou. Ao ligar para o número de telefone do atendimento ao cliente, ele recebeu uma mensagem no WhatsApp:

"Oi Maria, sentimos muito pelo seu inconveniente. Sua mala chega esta tarde às 18:00 e uma transportadora a entregará em seu hotel.

Podemos ajudá-la com mais alguma coisa?"

Naquele momento, o que era apenas um procedimento tornou-se uma conexão real e fez a diferença: Maria sentiu que não estava falando com uma máquina, mas com alguém que já sabia o que estava acontecendo com ela, alguém que já havia resolvido, mas, acima de tudo, com alguém que a entendia.

No mundo das viagens, cada segundo conta. O que antes era uma indústria focada em logística – horários, reservas, tarifas – agora se transformou em uma indústria de percepções, emoções e experiências. Por um lado, o perfil do viajante tem sofrido grandes mudanças, tanto na forma como escolhe e reserva a sua viagem como no que espera dela. Se, além disso, tivermos em conta o surgimento de tecnologias emergentes como a Inteligência Artificial e a análise de dados, verificamos que o setor do turismo, entendido em toda a sua amplitude, encontra-se num momento em que é imperativo redefinir a interação com os seus clientes.

Na verdade, todo o setor está imerso em uma mudança de direção que o leva do puramente operacional para o perceptivo. Uma mudança essencial para enfrentar os desafios do futuro a partir de uma posição melhor que também ofereça garantias de sucesso. De fato, de acordo com o Relatório Gitnux de 2025¹, 78% dos viajantes valorizam a personalização baseada em IA, 77% preferem experiências digitais perfeitas e 82% das empresas de viagens planejam investir em tecnologia de experiência do cliente.

¹ Gitnux Report 2025: Customer Experience In The Tourism Industry Statistics Statistics: Market Data Report 2025

E, mais especificamente, de acordo com o Investor's Business Daily ², empresas como Expedia, Booking ou Google integram IA ao planejamento e itinerários em busca de hiperpersonalização e, de acordo com o The Daily Telegraph ³, companhias aéreas como Virgin Australia e Emirates usam IA para reagendamento, rotas eficientes e menus personalizados.

Por outro lado, estudos como o realizado pela Qubit Capital ⁴ observam que as agências de viagens que investem em IA e Chatbots aumentam suas oportunidades de cross-selling em até 25% e, além disso, reduzem os custos operacionais em 20%. Tudo isso mostra que o investimento em tecnologia avançada (IA, análise de dados, automação) e na experiência do cliente não é apenas extenso, mas também gera retornos concretos: crescimento de receita, melhoria da eficiência operacional e maior satisfação.

Neste artigo, analisamos a situação do setor (seus desafios, tendências, pontos fortes) e como as tecnologias avançadas, como IA, automação ou Chatbots, juntamente com estratégias de personalização, geram valor, otimizando a eficiência operacional e melhorando a experiência do cliente no setor de turismo.

² Investor's Business Daily: Expedia, Booking Holdings Want To Help You Plan Your Next Trip Using AI | Investor's Business Daily

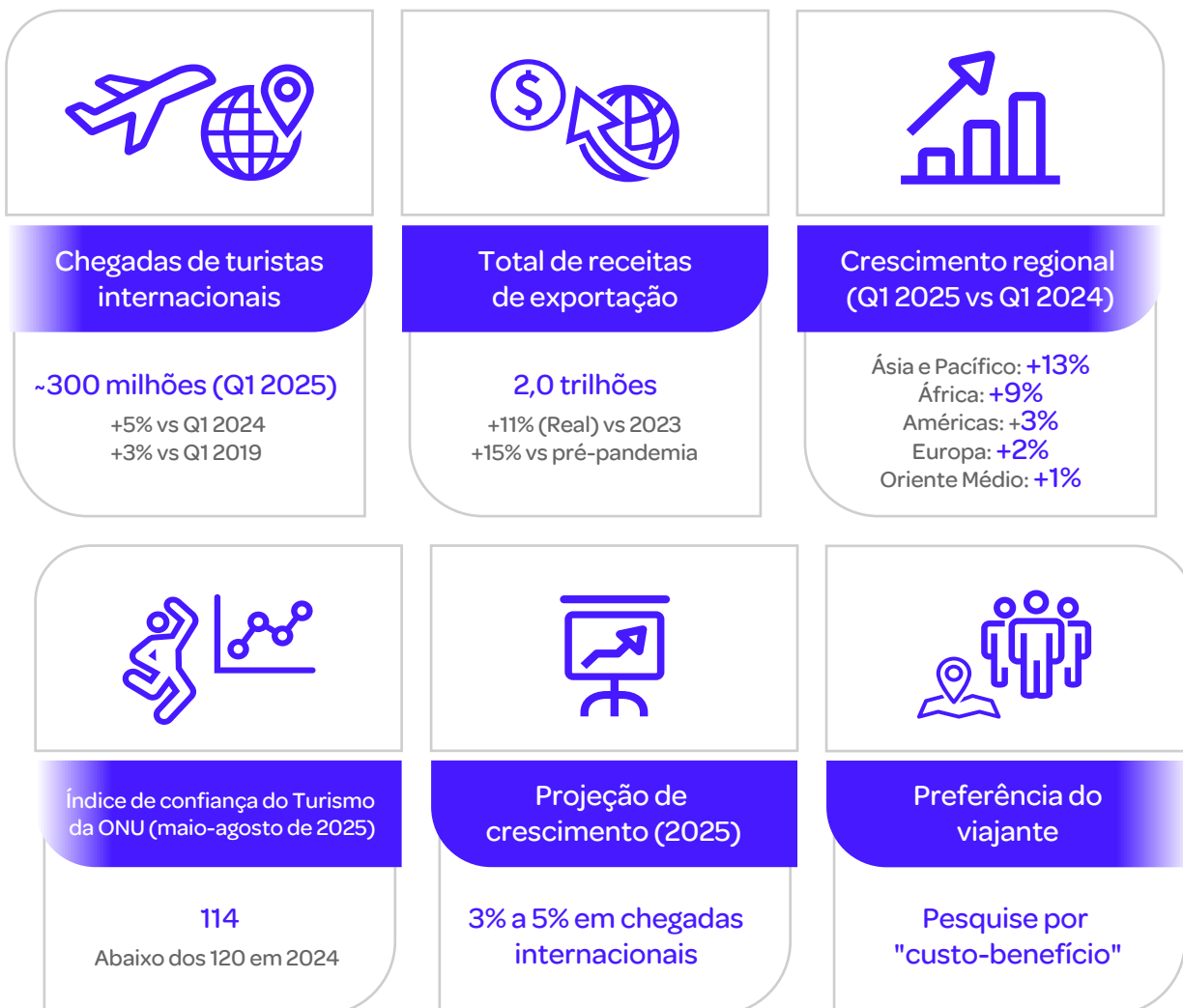
³ The Daily Telegraph: How artificial intelligence is improving travel | Daily Telegraph

⁴ Qubit Capital: Investing in Travel: Technology and Global Market Insights - Qubit

+ Tendências e desempenho do turismo global

(Primeiro Trimestre de 2025)

PRINCIPAIS INDICADORES:



De acordo com o último barômetro de turismo da ONU ⁵, o turismo global continua sua recuperação sustentada em 2025, consolidando uma perspectiva encorajadora após os impactos da pandemia. No primeiro trimestre do ano, as chegadas internacionais atingiram perto de 300 milhões, representando um aumento de 5% em relação ao mesmo período de 2024 e 3% acima dos níveis de 2019. Essa recuperação foi acompanhada por um sólido crescimento nas receitas de exportação do turismo, que atingiram US\$ 2 trilhões em 2024, com um aumento real de 11% em relação a 2023 e 15% a mais do que na fase pré-pandemia

⁵ UN Tourism World Tourism Barometer <https://www.unwto.org/un-tourism-world-tourism-barometer-data>

O crescimento regional reflete uma forte dinâmica na Ásia e no Pacífico (+13%), seguidas pela África (+9%), Américas (+3%), Europa (+2%) e Oriente Médio (+1%), em comparação com o primeiro trimestre de 2024. No entanto, o Índice de Confiança do Turismo da ONU mostra uma ligeira queda, situando-se em 114 pontos entre maio e agosto de 2025, em comparação com 120 no ano anterior, sugerindo alguma cautela entre os players do setor.

As projeções para o restante do ano indicam um crescimento moderado entre 3% e 5% nas chegadas internacionais, impulsionado por uma crescente preferência dos viajantes por opções de "custo-benefício", o que representa novos desafios e oportunidades para destinos e operadoras de turismo em todo o mundo.



+ Os desafios do setor de turismo global

Dados como esses endossam a necessidade de incorporar tecnologias avançadas em todos os níveis para maximizar a lucratividade que pode proporcionar um crescimento sustentado e exponencial conforme o esperado. E, ao mesmo tempo, destacam os desafios do futuro imediato do setor do turismo, influenciados tanto pelo desenvolvimento de novas tecnologias como pela evolução das expectativas e comportamentos dos viajantes. Analisamos os principais fatores que definem essa transformação.

+ Dimensionamento sem perda de personalização: Há setenta e cinco anos, apenas 25 milhões de pessoas viajavam internacionalmente; hoje, esse número ultrapassa 1,3 bilhão por ano e, segundo projeções da Organização Mundial do Turismo, pode chegar a 1,8 bilhão até 2030⁶. Este crescimento sustentado do turismo global coloca um desafio estrutural de grande relevância: como escalar a oferta turística sem sacrificar a qualidade, autenticidade e proximidade que caracterizam uma experiência verdadeiramente enriquecedora.

+ Mudança no perfil do viajante: O perfil do viajante de hoje evoluiu para o comportamento omnichannel, onde a busca, o planejamento e o gerenciamento de suas viagens são realizados de forma integrada entre várias plataformas e dispositivos. Esse novo viajante espera uma experiência consistente, personalizada e em tempo real, seja interagindo por meio de mídias sociais, aplicativos móveis, sites ou pontos físicos.

+ Gestão de crises: Na indústria do turismo atual, o valor atribuído à própria viagem atingiu uma relevância comparável à do destino final. O turista contemporâneo pode não reter com precisão todos os aspectos técnicos de seu itinerário, mas mantém claramente a experiência vivida em situações críticas, como cancelamentos de voos, falta de disponibilidade em acomodações ou emergências inesperadas.

⁶ OMT. (2024). International Tourism Highlights, 2024 Edition. International Tourism Highlights, 2024 Edition | UN Tourism

+ Adaptação às normas de sustentabilidade e segurança: Por um lado, fatores como mudanças climáticas, degradação ambiental e crises sanitárias expuseram a vulnerabilidade do setor de turismo. E, por outro lado, viajantes, investidores e órgãos reguladores estão exigindo cada vez mais práticas responsáveis, certificações verificáveis e garantias de segurança. A adaptação às normas de sustentabilidade e segurança continua a ser um desafio estrutural para o setor do turismo por várias razões. Em primeiro lugar, de acordo com a Organização Mundial do Turismo, muitos destinos operam com infraestrutura antiga ou mal planejada, dificultando o cumprimento das regulamentações ambientais vigentes ou a integração de protocolos de segurança robustos ⁷. Além disso, a fragmentação do setor – em grande parte composto por pequenas e médias empresas – limita a capacidade de investir em certificações, tecnologias limpas ou sistemas de gestão de riscos. Soma-se a isso a pressão para equilibrar a lucratividade imediata com investimentos de longo prazo em sustentabilidade, algo que nem sempre é viável ⁸.

+ Escalabilidade multilíngue e sazonal: A diversidade linguística dos turistas exige serviços capazes de se comunicar em vários idiomas com precisão cultural, o que implica altos custos operacionais, complexidade tecnológica e risco de deterioração na experiência do cliente. Ao mesmo tempo, a natureza sazonal do turismo gera picos de demanda que forçam a equipe e os sistemas a escalar rapidamente, muitas vezes sem comprometer a qualidade do serviço. A interseção dos dois fatores intensifica a dificuldade: durante as temporadas de pico, não apenas é necessária mais capacidade operacional, mas deve ser multilíngue e culturalmente sensível.



⁷ Organização Mundial do Turismo (OMT). (2020). Turismo e sustentabilidade. <https://www.unwto.org/sustainable-development>

⁸ World Economic Forum. (2020). Measuring Stakeholder Capitalism: Towards Common Metrics and Consistent Reporting of Sustainable Value Creation Measuring Stakeholder Capitalism: Towards Common Metrics and Consistent Reporting of Sustainable Value Creation | World Economic Forum

+ O poder da tecnologia para enfrentar desafios

Diante do dimensionamento, **hiperpersonalização**

Em um contexto de escalonamento contínuo e sustentado, a hiperpersonalização da experiência se consolida como eixo estratégico fundamental para evitar o desafio da despersonalização. Por meio de tecnologias como inteligência artificial, análise de big data e sistemas de recomendação em tempo real, é possível adequar produtos, serviços e ambientes às preferências, comportamentos e expectativas de cada visitante ⁹. Isso permite não apenas aumentar a satisfação e a fidelidade do turista, mas também otimizar os recursos do setor, promover a sustentabilidade e fortalecer a identidade cultural dos destinos ¹⁰. Em suma, a hiperpersonalização representa uma forma concreta de alcançar um crescimento qualitativo no turismo, no qual a inovação tecnológica está a serviço da experiência humana.

Diante do novo perfil de viajante, **CRM, chatbots e omnichannel**

Diante do novo perfil do viajante, o Customer Relationship Management (CRM) torna-se uma ferramenta fundamental para centralizar e analisar dados sobre o comportamento e as preferências do cliente, pois permite oferecer comunicações e serviços altamente segmentados. De acordo com a Infoserv ¹¹, um CRM de turismo fornece uma visão 360° do cliente, coletando seu histórico de reservas, interações e hábitos, o que permite antecipar suas necessidades e melhorar a experiência.

Além disso, os chatbots com inteligência artificial desempenham um papel essencial no fornecimento de atenção imediata e contextualizada em todos os canais. Esses assistentes virtuais não apenas resolvem dúvidas automaticamente, mas também otimizam os processos de vendas, fidelização e suporte 24 horas por dia, 7 dias por semana, como aponta a Zendesk ¹². A sinergia entre CRM e chatbots, quando integrada a uma arquitetura omnichannel, permite uma experiência consistente e preditiva, como conclui um estudo da ResearchGate ¹³, fortalecendo assim o relacionamento com o cliente em todas as etapas da jornada.

⁹ Mirai (2025) The era of predictive tourism: personalization through AI The era of predictive tourism: personalization through AI

¹⁰ OECD. (2020). OECD Tourism Trends and Policies 2020. Organisation for Economic Co-operation and Development. <https://doi.org/10.1787/6b47b985-en>

¹¹ Infoserv: CRM in Tourism

¹² Zendesk: The 7 best travel chatbots for 2025

¹³ ResearchGate (2024): (PDF) The Role of AI Enabled Chatbots in Omnichannel Customer Service

Em situações de crise, **eficiência operacional**

Perante cenários problemáticos para o viajante, a capacidade de realizar uma gestão eficiente, caracterizada por uma resposta rápida, empática e coordenada, coloca-se como um elemento essencial para preservar a reputação e a confiança nas marcas e nos destinos turísticos ¹⁴. A implementação de protocolos robustos, acompanhados de ferramentas tecnológicas avançadas, como sistemas integrados de CRM e plataformas de atendimento automatizadas por meio de chatbots e notificações proativas, permite uma comunicação contínua e personalizada com o viajante, mitigando o impacto negativo e fomentando uma experiência mais resiliente ¹⁵. Além disso, a adoção de uma abordagem omnichannel garante que o usuário receba suporte consistente e oportuno em vários pontos de contato, reforçando a percepção de ser atendido de maneira abrangente e profissional.

Em suma, a eficiência operacional na gestão de crises é um pilar fundamental para construir e manter a fidelização do turista, transformando potenciais adversidades em oportunidades para fortalecer laços e reputação.

Diante da sustentabilidade e segurança, **o modelo BTO**

O modelo BTO oferece uma solução eficaz para esse desafio, pois permite que os padrões de sustentabilidade e segurança sejam incorporados desde a fase de projeto e construção do projeto. Ao centralizar o planejamento, a execução e a operação em um único esquema contratual, é facilitada a integração de regulamentos internacionais (como LEED, ISO ou protocolos de resiliência a desastres) com critérios técnicos, financeiros e sociais ¹⁶. Essa abordagem estruturada também atrai capital institucional e acesso a financiamento verde, pois oferece garantias de desempenho de longo prazo ¹⁷. Em essência, os projetos BTO criam um ambiente propício para que a sustentabilidade e a segurança não sejam um "custo adicional", mas um valor integrado desde a origem do modelo de negócios do turismo.



¹⁴ Buhais, D., & Law, R. (2008). "Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research." *Tourism Management*, 29(4), 609–623 <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.01.005>

¹⁵ Zendesk. (2024). How AI and chatbots are transforming customer service in travel. Zendesk Customer Experience Report. <https://www.zendesk.com/service/ai/travel-chatbots/> y AIMultiple (2024). Travel chatbots and AI adoption trends in tourism. AIMultiple Research. <https://research.aimultiple.com/travel-chatbot/>

¹⁶ International Organization for Standardization (ISO). (2015). ISO 14001:2015 Environmental management systems – Requirements with guidance for use. <https://www.iso.org/iso-14001-environmental-management.html>

¹⁷ World Travel & Tourism Council (WTTTC). (2021). Safe Travels: Global Protocols & Stamp for the New Normal. <https://wtcc.org/initiatives/crisis-preparedness-management-recovery/safetravels-global-protocols-stamp>

Diante do multilinguismo e da sazonalidade, **a escalabilidade**

A inteligência artificial (IA) e a tradução automática tornaram-se ferramentas fundamentais para aliviar a pressão enfrentada pelos serviços no setor do turismo. Essas tecnologias permitem oferecer suporte multilíngue de forma contínua, rápida e econômica, mesmo em contextos de alta demanda sazonal. Assistentes virtuais, chatbots e sistemas de resposta automática podem lidar com consultas frequentes em vários idiomas, reduzindo a carga sobre a equipe humana e melhorando os tempos de resposta.

Por outro lado, plataformas omnichannel integradas e escaláveis permitem que as empresas de turismo gerenciem o atendimento ao cliente de forma integrada por meio de vários canais, como e-mail, redes sociais, chat ao vivo, aplicativos móveis e Call Centers. Essa integração facilita uma experiência mais consistente e personalizada para o usuário, independentemente do canal que ele usa. Além disso, a escalabilidade dessas soluções permite que você se adapte rapidamente às mudanças na demanda, como picos na alta temporada ou imprevistos, sem comprometer a eficiência ou a capacidade de resposta. Combinadas com ferramentas analíticas, essas plataformas também oferecem uma visão unificada do cliente, permitindo uma tomada de decisão mais estratégica e focada na melhoria contínua da experiência turística.



+ Casos de uso

1

Omniquidade para personalizar a experiência

Marina Bay Sands (Cingapura) integrou um chatbot virtual em canais como Facebook Messenger e Instagram para que os hóspedes pudessem reservar quartos e restaurantes, receber recomendações personalizadas de lojas e atividades, criar itinerários dinâmicos ou interagir por meio de anúncios de redirecionamento para recuperar reservas ou consultas.

Benefício:

Possibilitou atrair mais clientes, maximizar as interações e melhorar a eficiência do serviço.

Impacto:

O crescimento de usuários adquiridos via chatbot **aumentou mais de 730%¹⁸**.

2

IA para detecção de fraudes e segurança cibernética

A AccorHotels possui um sistema de aprendizado de máquina que analisa transações e reservas em tempo real para detectar padrões suspeitos, pagamentos fraudulentos ou acesso não autorizado.

Benefício:

Maior confiança do cliente, conformidade com os regulamentos atuais e proteção de sua receita.

Impacto:

: as transações fraudulentas foram **reduzidas em 40% durante o primeiro ano¹⁹**.

¹⁸ AiChat: <https://www.aichat.com/blog/how-travel-hospitality-brands-can-transform-guest-experience-with-ai-chatbots>

¹⁹ SmartDEV: <https://smartdev.com/ai-in-hospitality-industry/>

3

IA e automação para melhorar a eficiência operacional em crises

Durante a pandemia de COVID-19, a Lufthansa enfrentou uma enxurrada de consultas, solicitações de reembolso e alterações de voos. Diante dessa situação, eles implementaram Chatbots baseados em IA para responder a perguntas frequentes, gerenciar cancelamentos e reembolsos automáticos; Aplicação de RPA para agilizar procedimentos administrativos internos (e.g., validação e emissão de restituições); e integrou os sistemas de atendimento multicanal (telefone, chat, e-mail, aplicativo).

Benefício:

Eles reduziram os tempos de espera, otimizaram o uso da equipe, liberando agentes para lidar com casos complexos e melhoraram a experiência do cliente.

Impacto:

Alcançou um aumento de **40% na produtividade e uma redução de 60% no tempo de gerenciamento de casos.**

+ A solução da Atento: um modelo consultivo que transforma experiências

Na Atento, adotamos uma abordagem consultiva abrangente para o setor de turismo. Combinamos experiência operacional, tecnologia de ponta e uma visão estratégica centrada nas pessoas. Por meio de nosso modelo BTO e de uma rede de consultores especializados, projetamos soluções sob medida que cobrem todo o ciclo de relacionamento com o viajante: desde a aquisição e fidelização até o pós-venda e gestão de cobranças. Essa abordagem é apoiada por nossos recursos omnichannel, automação inteligente e análises avançadas. Com tudo isso, conseguimos personalizar a experiência do viajante em tempo real, melhorar a eficiência operacional e antecipar comportamentos. Para isso, criamos um ecossistema que integra gestão de comunidades, reservas, suporte multilíngue e protocolos pós-pandemia e, assim, agrega valor tangível às companhias aéreas, redes hoteleiras, agências e plataformas digitais de viagens em todo o mundo.

Além disso, oferecemos escalabilidade sazonal – até 250% no pico de demanda – e suporte multilíngue especializado para garantir continuidade e qualidade na experiência turística global. Graças a ferramentas como Atento Insights ou Atento Knowledge, as organizações do setor podem implementar estratégias personalizadas com base em dados, automatizar processos críticos e promover relacionamentos duradouros.

E vamos além, pois o compromisso da Atento com a sustentabilidade, inovação e melhoria contínua posiciona nossa abordagem consultiva como um facilitador fundamental para a transformação do turismo em direção a um modelo mais inteligente, eficiente e, acima de tudo, centrado nas pessoas.



+ A jornada, 10 fases para se conectar verdadeiramente

O turismo requer uma abordagem de 360°. Por isso, a Atento projetou soluções para cada etapa da jornada do viajante:

1

Descoberta (Seduzir com precisão): Graças ao Big Data e à Inteligência Artificial, agora é possível antecipar os interesses dos viajantes antes mesmo de eles tomarem uma decisão. Com o **Atento Travel Intelligence**, podemos criar campanhas hiper-relevantes que realmente se conectam, enquanto nossos analistas transformam os dados do call center em mensagens precisas. Dessa forma, obtemos até 25% mais cliques.

2

Comparação (Guiar sem sobrecarregar): Por um lado, nossa Academia Atento treina agentes em Amadeus, Sabre e outros CRSs. E, ao mesmo tempo, criamos um **marketplace B2B** com o qual o viajante pode comparar e contratar serviços com um único clique. Em suma, conseguimos facilitar as vendas **reduzindo o tempo de decisão em 15%**.

3

Decisão e compra (Converta com confiança): Passo a passo de perguntas frequentes sobre reservas (guia interativo de Booking.com) só permite que você resolva dúvidas. No entanto, na Atento criamos uma **plataforma de e-commerce** que também sugere upgrades e seguros com base no perfil do viajante, com a qual conseguimos **aumentar as vendas complementares em até 12%**.

4

Preparação (Aconselhamento 360°): Nosso **Advisor Bot** é capaz de **gerar itinerários inteligentes e detectar dúvidas** por meio da análise de sentimentos e, portanto, permite que **soluções just-in-time** sejam oferecidas.

5

Notificações em rota (acompanhamento sem estresse): atrasos, cancelamentos e mudanças de portão... situações estressantes para o viajante que na Atento resolvemos com o envio de mensagens automáticas por SMS, com aplicativo e WhatsApp, além de implementar uma equipe de **Suporte Aeroportuário** que coordena a substituição de passagens e **assistência em terra em menos de 20 minutos**.

6

Experiência no local (Facilite cada etapa): Nossa solução **MaaS** integra táxi, trem e carona, e promove ações culturais de pré-venda, oferecendo visitas a museus e ingressos para shows. Dessa forma, conseguimos que **30% dos usuários aproveitem essas recomendações** e, assim, **multipliquem as oportunidades de obter maior renda**.

7

Pós-viagem (Ouça e aprenda): A Atento também oferece soluções com as quais nossos parceiros estratégicos recebem **feedback multicanal com análise de sentimento, o que melhora o CSAT em 18%**.

8

Fidelidade (recompensa de fidelidade): Também temos **programas de gamificação** que retêm **70% dos usuários por mais de cinco anos**.

9

Seguros e saúde (Tranquilidade constante): Temos ferramentas que facilitam a **venda multicanal de seguros** e **assistência médica integrada à experiência**, com contratação **em menos de 90 segundos** e validação de voz.

10

Serviços no destino (Além da viagem): Nossas funcionalidades permitem o acesso à **compra de moeda estrangeira**, **solicitar assistência consular** e verificar acessibilidade **para pessoas com mobilidade reduzida no mesmo ecossistema**, com o qual a marca consegue se posicionar como um companheiro de confiança.

Soluções CX para a indústria de viagens

*** Technology
with human touch

Serviços Atento



Demandas do setor



Resultados



Aquisição

- Marketing Digital
- RR, SS e Gestão comunitária
- Suporte de vendas
- Assistência de Reserva
- Suporte multicanal para viajantes

- Experiência personalizada
- Transformação digital
- Engajamento omnichannel

Melhore o CX
Aumente as vendas



Experiência

- Gerenciamento de itinerário
- Atendimento Geral ao cliente
- Cuidados da linha de frente
- Suporte para agências de viagens
- Suporte para emissão de tíquetes
- Alterações de bilhete/viagem
- Notificação de Horários

- Experiência personalizada
- Transformação digital
- Melhorias de saúde e segurança
- Engajamento omnichannel

Redução de 50%
em tempo de resolução



Retenção

- Gestão de PPP e Fidelidade
- Serviços de pós-venda e fidelidade
- Pesquisa CSAT

- Experiência personalizada

Melhoria de 12% na
satisfação do cliente



Faturamento

- Faturamento e gerenciamento de faturamento
- Lidar com recibos de pagamento

- Eficiência operacional

TMO: redução de 25%
TCO: redução de 91%



Soluções de tecnologia

- Atento Insights
- Atento Knowledge
- Atento Conversations
- Xtrabot
- Automação inteligente

- Hiperpersonalização em escala
- Eficiência operacional
- Suporte proativo
- Decisões baseadas em dados

Taxa de resolução de
chatbot de 65%

Redução de 50% na
intervenção humana

+ Histórias de sucesso da Atento



Caso 1:

EFICIÊNCIA OPERACIONAL COM IA

Desafio:

No auge da alta temporada, a demanda da TransGlobal Airlines por atendimento ao cliente excedeu sua capacidade operacional. As filas de espera se estendiam por 40 minutos, os níveis de satisfação despencaram e o Net Promoter Score (NPS) refletia claramente a insatisfação de seus passageiros. A experiência do cliente (CX), um valor fundamental no setor aéreo, estava em risco.



Solução:

Em apenas 45 dias, a Atento implantou uma solução omnichannel abrangente que combinou tecnologia e agilidade operacional. Desde um chatbot multilíngue capaz de atender em tempo real em vários idiomas, até canais digitais interconectados e um sistema de alerta inteligente que permitiu escalar e priorizar as solicitações mais críticas.



Resultados:

Nos primeiros três meses, os tempos de resposta foram reduzidos em 35%, as reclamações caíram 40% e o NPS teve um aumento de 22 pontos. Mas além das métricas, o mais valioso foi a mudança na percepção dos viajantes. Como um deles comentou: "Finalmente alguém responde como se estivéssemos cara a cara".

Caso 2:

AUMENTANDO AS VENDAS COM OMNICHANNEL

Desafio:

A Hoteles Misión precisava melhorar o atendimento digital ao cliente. Seus hóspedes exigiam respostas rápidas por telefone: queriam reservar, verificar detalhes ou contratar serviços extras (spa, check-out tardio...) via WhatsApp. O uso exclusivo do telefone era lento e ineficiente para captar e fechar vendas.



Solução:

A Atento implementou o atendimento ao cliente omnichannel, integrando o WhatsApp como canal principal, além do telefone tradicional. Eles montam equipes dedicadas, fluxos automatizados e gestão centralizada, facilitando a chegada das solicitações via WhatsApp e o atendimento de forma profissional e ágil.



Resultados:

A Atento conseguiu aumentar as interações com os clientes em 60% e o fechamento de vendas em 20%.

Caso 3:

IA PARA MELHORAR A CONFIABILIDADE E O ACESSO À INFORMAÇÃO

Desafio:

No serviço de Assistência a Desastres de uma agência governamental dos EUA, os agentes ficaram sobrecarregados com a necessidade de gerenciar 58 Procedimentos Operacionais Padrão (SOPs) diferentes. Essa complexidade resultou em longos tempos de resposta, pois eles frequentemente precisavam navegar por uma extensa documentação para encontrar as informações necessárias para atender às consultas dos clientes de forma eficaz.



Solução:

A Atento usou sua solução de IA, Knowledge Assistant, para agilizar o processo de recuperação de informações. O bot de IA foi programado para entender e derivar informações relevantes de um vasto banco de dados de SOPs, fornecendo respostas instantâneas a consultas comuns; além disso, o bot de IA foi integrado ao fluxo de trabalho de atendimento ao cliente já existente, o que aumentou as capacidades dos agentes humanos sem interromper seus processos de rotina e, finalmente, o bot de IA foi equipado com algoritmos de aprendizado de máquina, permitindo melhorar continuamente suas respostas com base em novos dados e interações.



Resultados:

Os escores de garantia de qualidade (QA) melhoraram em 25 p.p. desde que a solução foi implementada.

+ Conclusão

O setor do turismo encontra-se num ponto de divisão de águas irreversível, onde a tecnologia deixa de ser um diferencial opcional, mas uma componente estratégica essencial para evoluir e crescer num ambiente globalizado, exigente e em constante mudança. A integração de soluções baseadas em inteligência artificial, automação, análise de dados e modelos operacionais flexíveis não apenas atende às novas expectativas do viajante moderno, mas também oferece benefícios tangíveis em eficiência, lucratividade e resiliência operacional.

Por meio de modelos como BTO, estratégias omnichannel e recursos avançados de hiperpersonalização, é possível escalar sem perder a proximidade, adaptar-se à sazonalidade sem comprometer a qualidade e oferecer experiências multilíngues sem custos exorbitantes. Além disso, a combinação de inovação tecnológica e visão consultiva gera impactos mensuráveis na fidelização, satisfação e conversão, fortalecendo assim a competitividade e a sustentabilidade das operadoras de turismo, como vimos em diversos casos reais.

Nesse contexto, o papel de aliados tecnológicos como a Atento é fundamental para orquestrar essa transformação de forma eficaz e centrada no ser humano. Na Atento, entendemos que toda experiência começa com uma conversa: um assistente virtual que responde naturalmente, um agente que antecipa uma necessidade, um alerta que orienta o passageiro no momento certo. É por isso que integramos soluções de AR/VR não como fins em si mesmas, mas como potenciadores da conexão emocional entre marcas e pessoas. Porque, no fundo, o que os viajantes procuram não é apenas informação ou entretenimento, mas sentir-se compreendido, seguro e acompanhado, mesmo no ambiente mais digital.

Em um setor onde as decisões são baseadas em emoções e serviços, a confiança não é construída apenas em infraestrutura ou promessas, mas na capacidade de estar próximo, mesmo à distância. É a voz que acalma diante de um imprevisto, o guia que direciona em um ambiente desconhecido, o canal que resolve sem atrito. É por isso que na Atento projetamos experiências que combinam automação inteligente com toque humano, para que cada ponto de interação, por mais digital que seja, reforce a segurança, a empatia e o vínculo com o viajante.

Com nossas funcionalidades, fornecemos tecnologia conversacional, análise preditiva, garantindo a segurança dos dados do início ao fim e combinamos isso com talento humano, multilíngue e treinado em empatia cultural. Assim, tecnologia e pessoas trabalham juntas para transformar cada momento em um embaixador da sua marca. Porque cada conversa conta. E em uma indústria tão exposta como essa, essa diferença é perceptível.

Pronto para uma nova viagem?

Contate-nos

Entre em contato conosco para uma consulta gratuita sobre a experiência do seu cliente de turismo e descubra como podemos aumentar seu NPS, reduzir custos e acompanhá-lo como um verdadeiro companheiro de viagem.