



**Analise a evolução
do atendimento ao
cliente**

O QUE É?



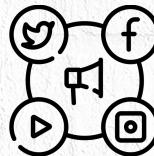
O famoso SAC (serviço de atendimento ao cliente) foi criado para sanar a necessidade de um canal específico de atendimento. É como uma **ponte de soluções entre o cliente e a empresa.**

EVOLUÇÃO DO CONSUMIDOR



Consumidor 1.0

A Internet se formava, o acesso era restrito a modems discados e a grande massa da população ainda não tinha acesso.



Consumidor 2.0

Com a evolução da Web, as páginas e sites se tornaram um canal propriamente dito de comunicação



Consumidor 3.0

Já não iam mais atrás das empresas para fazer negócios. São as empresas que precisam encontrar os consumidores e engajá-los com eficiência



Consumidor 4.0

Passou a ter muito mais facilidade para buscar o que deseja e entender exatamente o que quer, do jeito que ele quer.

A **evolução do consumidor** até o estágio 4.0 foi o que impulsionou os diversos mercados a mudarem suas estratégias, afinal, hoje em dia é o público que dita as regras e as empresas se reinventam e se modernizam para atender os consumidores.

EVOLUÇÃO DO SAC



SAC 1.0

À Internet se formava, o acesso era restrito a modems discados e a grande massa da população ainda não tinha acesso.



SAC 2.0

Com a evolução da Web, as páginas e sites se tornaram um canal propriamente dito de comunicação



SAC 3.0

Já não iam mais atrás das empresas para fazer negócios. São as empresas que precisam encontrar os consumidores e engajá-los com eficiência,



SAC 4.0

passou a ter muito mais facilidade para buscar o que deseja e entender exatamente o que quer, do jeito que ele quer.

A **evolução do consumidor** até o estágio 4.0 foi o que impulsionou os diversos mercados a mudarem suas estratégias, afinal, hoje em dia é o público que dita as regras e as empresas se reinventam e se modernizam para atender os consumidores.

SAC 1.0



- **SAC 1.0** - Baseado apenas no atendimento telefônico, famoso por envolver diversas burocracias fazendo com que uma dúvida pequena se tornasse um extenso processo para o consumidor; Tinha o intuito de resolver o que não se podia ser resolvido em loja física.
- Era realizado via contato telefônico, passando por vários setores e profissionais para chegar ao final e resolver sua questão.
- Era muito comum acessarmos esse canal de atendimento para dúvidas super simples que nos deixavam esperando muito tempo e perdendo a paciência.
- Com isso a evolução da tecnologia foi nos proporcionando diferentes formas e canais de atendimento ao consumidor e o SAC teve que se reinventar e modernizar seus processos.



SAC 2.0



- **SAC 2.0** - Em um cenário em que a maioria das empresas estão presentes nas redes sociais, é natural que deles surgisse um forte meio de comunicação rápido e eficiente entre consumidor e cliente
- **Canais digitais** passaram a ser utilizados para agilizar a comunicação e aumentar a interação com os clientes. Principalmente as **redes sociais**
- O principal aqui é garantir um serviço prático e interagir com o cliente, a partir de seus **comentários e mensagens**.

Mas, novamente o perfil dos consumidores fica mais exigente...



SAC 3.0



- **SAC 3.0** - Abrange todas ferramentas utilizadas pelo SAC 2.0, mas tem como foco principal a **experiência do cliente**.
- Tem como foco usar a tecnologia para conhecer a fundo o cliente, de maneira personalizada, e não somente como um único perfil.
- Os consumidores já não iam mais atrás das empresas para fazer negócios. São as empresas que precisam encontrar os consumidores e engajá-los com eficiência,
- Alguns diferenciais: analisar dados e informações dos clientes, conhecer e identificar oportunidades no meio digital e automatizar o atendimento, equilibrando agilidade com um serviço humanizado.



SAC 4.0



- **SAC 4.0** - foco no cliente, o atendimento personalizado e a necessidade de processos mais rápidos e eficientes são ainda mais evidenciados.
- Inserido no contexto do **omnichannel***, ou seja, **integrando todos os seus canais de atendimento e de venda** para que o cliente consiga resolver qualquer questão que tenha pelo caminho que preferir.
- O uso do **chatbot de inteligência artificial**, por exemplo, e de software de atendimento ao cliente ajudam a promover atendimentos cada vez melhores e mais rápidos. Ex: atendimentos rápidos e automatizados.
- Tem como foco a **diversidade** de serviços complementares por meio de vários canais e mídias; a **velocidade** de resolução em poucas horas; **Atendimento 24h** e com automações que permitam o usuário se guiar sozinho.



*se baseia na convergência de todos os canais utilizados por uma empresa. Trata-se da possibilidade de fazer com que o consumidor não veja diferença entre o mundo online e o offline. Integra lojas físicas, virtuais e compradores.

EXEMPLO OMNICHANNEL



- Possui mais de 180 lojas em 22 estados brasileiros;
- Realiza as vendas por **telefone, pelo site ou pelo aplicativo da marca**;
- Muitas vezes os preços dos produtos no site são mais baratos e o consumidor encontra maior variedade, já que a loja virtual pode trabalhar **com o estoque de vários centros de distribuição**.
- Ao realizar uma compra pelo site, caso seja necessário, o consumidor tem a possibilidade de **realizar a troca em qualquer loja física** mais próxima dele.

EXEMPLO OMNICHANNEL



- Com lojas físicas desde 1980, o Boticário também comercializa seus produtos pela internet desde 2002
- Utilizando suas redes sociais, anúncios patrocinados e e-mail marketing, a marca tem lançado promoções que **distribuem produtos gratuitamente**.
- É preciso apenas preencher um cadastro com informações básicas, indicar um amigo, imprimir o voucher e fazer a retirada do **brinde em alguma loja próxima**
- Além de coletarem informações importantes sobre o consumidor, eles testam a aceitação de novos produtos e obrigam que ele visite uma loja, criando a **oportunidade de gerar novas vendas**.

CONSIDERAÇÕES



- **Analise sua audiência** - Para isso, as redes sociais possuem informações primordiais sobre os usuários do seu perfil. Examine os dados e crie estratégias de SAC para otimizar o processo de atendimento de maneira assertiva.
- **Entendenda as oportunidades** - traçar o perfil dos clientes e investigue as principais oportunidades do seu negócio nas redes sociais. Por exemplo, se o seu público é extremamente ativo em uma rede social, vale a pena colocar um SAC disponível na mesma.
- Não se limita mais a conversar com a empresa por um **único canal**. E para que a sua experiência seja boa, as informações não podem se perder durante uma troca de canais. Ou seja, além de estar em todos os canais, a empresa precisa estar alinhada dentro deles.
- **Se possível, automatize o atendimento** - A agilidade no atendimento é um fortíssimo diferencial da concorrência. Através dos mais diversos fluxos de atendimento, é possível utilizar recursos como bots de Whatsapp, SMS e Messenger para facilitar a comunicação do seu negócio.

CONSIDERAÇÕES



Para além de qualquer tipo de SAC, mas especificamente nos mais modernos, **empatia** se torna a base desse relacionamento. Não adianta ter a melhor e mais avançada tecnologia se o atendimento **humano** não estiver alinhado com a **expectativa** do cliente e com o modelo de atendimento.