

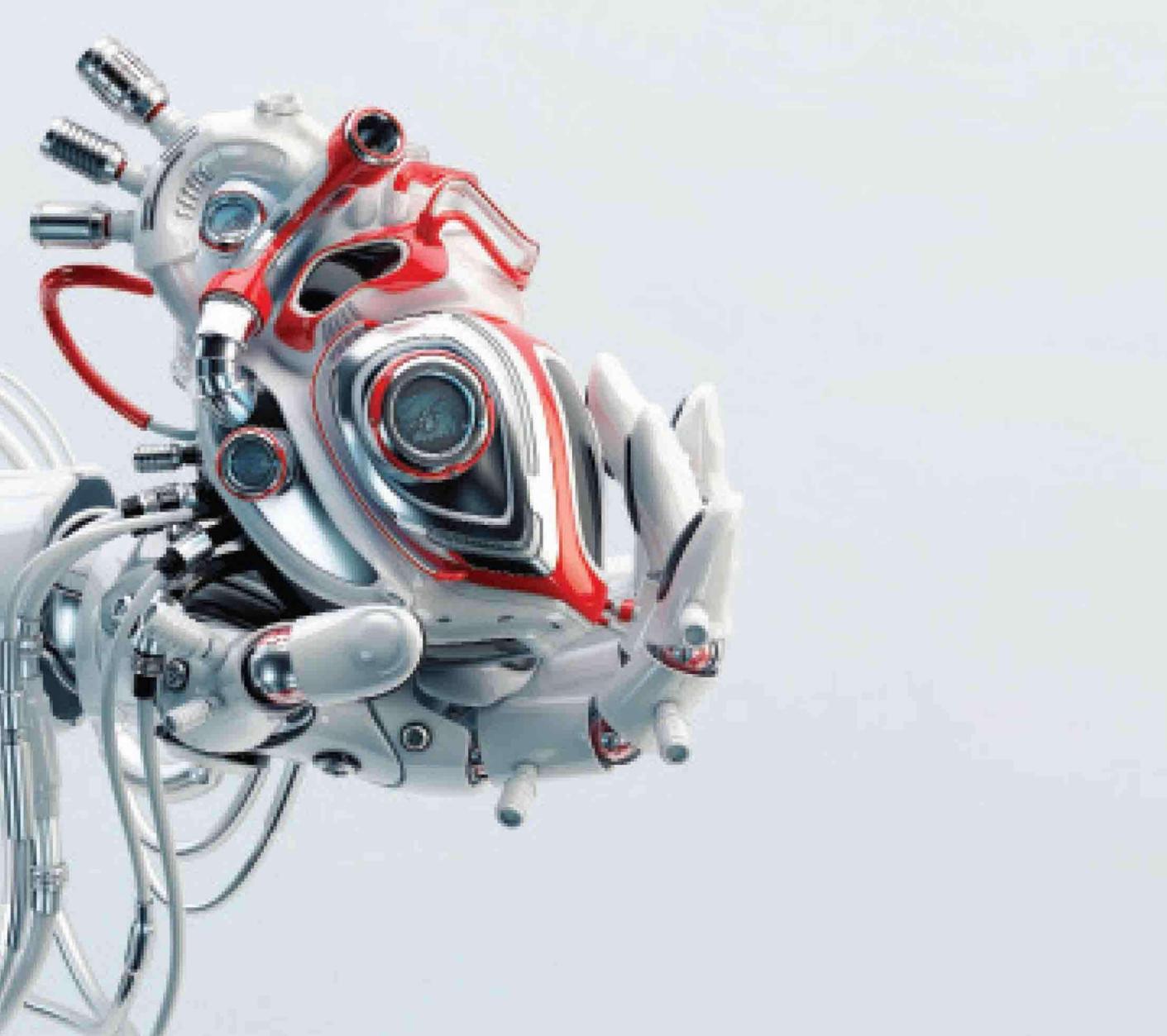


I N O V A Ç Ã O

POR MELISSA LULIO

O ATENDIMENTO HUMANO SERÁ SUBSTITUÍDO POR ROBÔS?

EXECUTIVOS COMENTAM A RELEVÂNCIA DA ROBÓTICA PARA O CENÁRIO DO ATENDIMENTO AO CLIENTE



Um dos feitos mais marcantes da história da computação foi realizado por Alan Turing, matemático que ficou conhecido justamente por dar os primeiros passos no caminho em direção ao que chamamos hoje de computador. A Segunda Guerra Mundial acontecia enquanto Turing travava uma batalha interior para decifrar a máquina Enigma, utilizada pelos alemães para enviar mensagens codificadas. Ele superou esse desafio e os detalhes dessa história foram recentemente contados no filme *O Jogo da Imitação*, no qual Benedict Cumberbatch interpretou o gênio em questão. A vida de Turing acabou cedo demais: o matemático cometeu suicídio após ser condenado à castração química por ser homossexual – o que era proibido na Inglaterra. O fato é que não apenas a computação evoluiu, mas também a liberdade dos indivíduos.

Hoje, as pessoas têm liberdade para ser o que (e quem) quiserem. E o desafio das empresas é justamente entender o que o consumidor deseja. O cliente é o enigma do século 21.

Não por acaso, a tecnologia colabora com as empresas nesse sentido. Exemplo claro disso é o desenvolvimento da robótica, que traz eficiência para o atendimento ao cliente. Francisco Virgilio, diretor de soluções para América Latina e América do Norte da Altitude Software, aponta justamente que estamos apenas iniciando a quarta revolução industrial. “Sem qualquer sombra de dúvida, as máquinas representarão uma das mais disruptivas eras na história da tecnologia da informação”, diz.

ONIPRESENÇA

Como afirma Fernando Polati, diretor de clientes da Algar Tech, os robôs ou atendentes virtuais estão muito presentes no atendimento. “Eles ajudam a realizar contatos, atender ligações e identificar o cliente, entender as solicitações e dar respostas”, explica. “Quando integrados aos legados, ainda conseguem enviar boletos, possibilitar pagamentos, realizar testes de configurações e realizar agendamentos”.

Além disso, estão presentes em diversos canais: telefônico, chat, WhatsApp, Telegram, Facebook, SMS, Viber, ou seja, em praticamente todos os canais existentes atualmente, interagindo por voz ou texto. Assim, há soluções com inteligência artificial que podem entender as solicitações dos clientes, feitas por voz ou texto.

Nesse sentido, Ingrid Imanishi, consultora de soluções avançadas da Nice aponta que a robótica está apoiando o atendimento ao cliente em duas vertentes principais. “Ela colabora na melhoria de processos, conduzindo e orientando os agentes de contato e na expansão das ofertas de autosserviço, com automatização completa das tarefas solicitadas em URAs, portais on-line, diálogos por SMS e chat”, explica.

Não por acaso, Marildo Matta, CEO da Virtual Interactions, braço de tecnologia da Plusoft, afirma que a maioria das pessoas que utiliza internet ou serviços on-line, provavelmente utilizou alguma modalidade de assistente virtual ou assistente pessoal em uma transação. Muitas vezes, essa interação aconteceu sem que o cliente percebesse. “Hoje, temos assistentes para as mais variadas funções: assistentes de comando de voz para agendar uma reunião, localizar um restaurante, anotar uma tarefa ou mesmo localizar um posto de gasolina, sugerir a compra de algum produto ou serviço nas redes sociais etc.”, comenta.

Matta avalia que os assistentes virtuais, que antes estavam limitados a grupos de discussão e sites especializados, hoje são tema das mídias convencionais e fazem parte da nossa vida.

BENEFÍCIOS

Dentro desse cenário, é claro que a tecnologia e o avanço da robótica geram mudanças não apenas na vida dos consumidores, mas também das empresas. O diretor-executivo comercial da CSU Contact, André Pandolfi, explica que a utilização de robôs permite ganhos expressivos em produtividade e qualidade nos atendimentos, gerando maior efetividade na resolução dos chamados.

“Os robôs de autoatendimento trazem ganhos importantes em praticamente todos os canais de relacionamento, em especial aos canais de primeiro nível”, afirma Pandolfi. “Por receberem um grande número de demandas mais simples, permitem o alto nível de resolutividade durante o próprio atendimento eletrônico, gerando redução significativa de custos”, revela.

DESENVOLVIMENTO ALIADO AO VALOR HUMANO

Alinhada a esse momento, a Verint anunciou recentemente a disponibilidade do Processo de Automação em Robótica da empresa. A inovação corresponde a um conjunto de capacidades que utiliza robôs para aprimorar a atuação das empresas clientes. “Utilizando nossos serviços, as organizações poderão automatizar funções como a mudança de endereços, processamento de pedidos e outras tarefas e transações de grande volume”, explica Jenni Palocsik, diretora de marketing e soluções da Verint.

Evidentemente, as empresas que utilizarem esses serviços podem reduzir de forma considerável a necessidade de processos lentos e manuais. Obviamente, essa é uma tendência e uma estratégia capaz de gerar eficiência para companhias e marcas de diversos setores.

Embora uso cada vez maior da robótica deva gerar o corte de algumas funções manuais e repetitivas, verifica-se também que essa queda será contrabalançada pela criação de novos empregos e valorização de capacidades, principalmente em áreas ligadas à customização ou que exijam mais flexibilidade e especialidade para solucionar problemas.

OS IMPACTOS DA ROBÓTICA NOS NEGÓCIOS

REDUÇÃO DA FORÇA DE TRABALHO

Uma pesquisa realizada pela HfS Research, em conjunto com a KPMG LLP com 168 líderes de operação, mostra que metade das empresas precisa limitar seus investimentos na força de trabalho e que muitos consideram o uso da automação robótica como uma opção viável.

VALORIZAÇÃO DA QUALIFICAÇÃO

Por trás de uma grande invenção sempre haverá um grande homem. Um recente estudo do Boston Consulting Group (BCG) aponta que os avanços tecnológicos aliados à robótica levarão à criação de 350 mil empregos na Alemanha até 2025. Uma demanda aproximada de 210 mil trabalhadores altamente qualificados na área de TI, análise de dados e pesquisa e desenvolvimento.

EVOLUÇÃO DO BPO

A robótica tem grande aplicabilidade na área de Business Process Outsourcing (BPO), em especial nos processos de back office. Em plataformas mais avançadas e seguras, a automação robótica opera através de um servidor central que aceita ou recupera tarefas de qualquer aplicativo de terceiros, sem a necessidade de estrutura física para executá-las. Em bancos, seguradoras ou grandes lojas do varejo, as soluções podem ser implementadas em máquinas virtuais incorporando rotinas que envolvem inicialização de aplicativos, preenchimento de campos, copiar e colar informações, preenchimento de formulários e cálculos.

Para se ter uma ideia, um recente estudo do Boston Consulting Group (BCG) aponta que os avanços tecnológicos aliados à robótica levarão à criação de 350 mil empregos na Alemanha até 2025. Uma demanda aproximada de 210 mil trabalhadores altamente qualificados na área de TI, análise de dados e pesquisa e desenvolvimento.

Como afirma Ricardo Pena, diretor de pré-vendas e consultoria da Avaya Brasil. “Muitas situações irão demandar o atendimento especializado e direto”. Segundo Pena, o agente deve estar cada vez mais preparado para surpreender o cliente. “É quando ele consegue mostrar ao cliente que a empresa realmente está criando uma experiência única e inovadora de atendimento”, diz.

“Certamente essa tecnologia atuará no atendimento de primeiro nível, permitindo que os funcionários possam se concentrar em atividades de negócios mais críticas”, reforça o vice-presidente de tecnologia do Banco do Brasil, Geraldo Dezena.

Fernando Thinen, diretor de tecnologia da AlmvivA do Brasil, acrescenta: “não resta a menor dúvida de que a atuação humana será necessária em atendimentos mais complexos”.

EXPECTATIVA E PREPARAÇÃO

O Santander tem uma expectativa positiva nesse sentido. Para o banco, é fundamental o acompanhamento humano. Porém, questões simples podem ser apoiadas e se tornar ainda mais assertivas ao utilizar o atendimento com inteligência artificial.

Assim, a empresa espera que a eficiência no apoio ao atendimento evolua muito rapidamente, ao mesmo tempo em que o próprio consumidor se torna mais aberto ao uso dessas tecnologias.

Nesse cenário, fica evidente que o contexto atual para os atendentes é muito mais complexo do que costumava ser e possuir uma equipe preparada faz toda a diferença em um mercado mais competitivo e tecnológico.

André Pereira, diretor de marketing da SAP Hybris para a América Latina, aponta justamente que os consumidores costumavam ser previsíveis, mas, hoje, isso mudou. “Se alguma empresa ainda acha que pode economizar em treinamento para atender este novo consumidor, vai perder mercado”, alerta. “O colaborador precisa acompanhar o cliente o tempo todo”. Uma competição e um desafio gerado justamente pelo incremento tecnológico.

PESQUISA E INVESTIMENTO

Luca Cavalcanti, diretor de canais digitais do Bradesco, diz que há muitos anos o banco vem pesquisando as tendências mundiais do mercado de atendimento e exemplos de Unidades de Respostas Audíveis (URA) inteligentes, com linguagem natural personalizada, estão se sobressaindo.

Acompanhando esse movimento, o Bradesco lançou em novembro de 2014 o atendimento eletrônico por comando de voz. “No modelo anterior, de atendimento eletrônico por digitação, o cliente precisava ouvir todo o menu (com mais de 56 opções e subopções) para só depois escolher o serviço desejado. No modelo atual, é possível fazer consultas e realizar transações verbalizando o que deseja”, explica Cavalcanti.

O executivo explica ainda que cerca de um milhão de ligações por dia são atendidas usando o comando de voz. As transferências, por exemplo, já são 58% feitas por esse meio. “O desenvolvimento do serviço levou em conta a experiência do usuário no canal e sua usabilidade”, diz Cavalcanti.

Dentre as soluções automatizadas, o Bradesco também está investindo em uma solução da IBM que utiliza inteligência cognitiva para a busca rápida de informação e tomada de decisão. “A solução está sendo testada nas centrais voltadas ao atendimento de funcionários da rede de agências”, revela.

BENEFÍCIOS GENERALIZADOS

Para Felipe Salgado, diretor de engenharia e projetos da DNK, é fundamental ressaltar que todos os negócios

que interagem diretamente com o consumidor final podem se beneficiar das tecnologias de atendimento automatizado. “Atualmente, observamos um maior número de empresas de e-commerce utilizando essas tecnologias”, comenta. “O robô de autoatendimento traz bons resultados em soluções de cobrança, SAC, pesquisas, central de relacionamento e help desk”, afirma Salgado. Além disso,

ele aponta que as soluções de atendimento automatizado são capazes de resolver até 95% das necessidades do cliente. Porém, como vimos, existem aquelas situações específicas que exigem um atendimento com maior autonomia para tomada de decisões e tratamento de exceções não previstas no mapeamento de processos da organização. Para esses casos, o humano ainda é indispensável.



Ingrid Imanishi, Nice
A aplicação de automação robótica é uma tendência e está redesenhando os modelos de trabalho e de gestão de pessoas



Fernando Polati, Algar Tech
As máquinas representarão uma das mais disruptivas eras na história da tecnologia da informação



Felipe Salgado, DNK
As soluções de atendimento automatizado são capazes de resolver até 95% das necessidades do cliente



André Pandolfi, CSU Contact
Os robôs de autoatendimento trazem ganhos importantes, em especial aos canais de primeiro nível

PENSANDO LONGE

Quando falamos em futuro para essa tendência de automatização do atendimento, é impossível não concordar com o André Pandolfi, da CSU. Ele acredita que, nos próximos anos, o atendimento ao cliente passará por diversas transformações, dentre elas, a expansão do atendimento proveniente das mídias sociais.

“Potencializado pela evolução dos dispositivos móveis conectados a diversos ambientes, essa mudança desafiará as empresas. Cada vez mais, por meio de robôs, elas precisarão inverter o modelo de relacionamento, atuando de forma mais proativa, incentivada pelas sinalizações dos dispositivos, conceito hoje denominado Internet das Coisas”, explica Pandolfi.

Se muito em breve veremos humanos sendo substituídos por robôs em tarefas cotidianas, só o tempo dirá. O fato é que a robótica para o atendimento ao cliente vem sendo amplamente desenvolvida e com sucesso. Essas implementações impulsionam a amplitude de atuação dos contact centers, que podem aproveitar essa tecnologia para transformar seus negócios.

Não se trata de substituição e, sim, de somatória. Como vimos, a capacidade de atribuir aos agentes de contato um foco maior em atividades de alto valor para seus contratantes será o diferencial para o futuro do atendimento ao cliente.

Em um cenário de restrição de investimentos e aumento de competição, o matemático Alan Turing, certamente compactuaria com uma significativa redução de custos administrativos, maior produtividade, maior motivação dos funcionários e rápido retorno do investimento proporcionados pela evolução do seu invento.