

# Três componentes essenciais na equação de atendimento ao cliente digital

No cenário de atendimento ao cliente de hoje tornou-se uma prática comum entre as empresas disponibilizar muitos de seus serviços e ofertas on-line, tornando mais fácil para os consumidores comprar mercadorias, obter informações, pagar contas e conduzir seus negócios a qualquer momento, a partir de praticamente qualquer lugar.

No entanto, falhas na segurança dos dados e a prática de venda dados de clientes a terceiros podem impedir que alguns consumidores interajam com a marca em ambientes on-line, podendo até mesmo culminar na restrição por completo do envolvimento on-line por parte dos consumidores digitais.

Isso acabou transformando a segurança dos dados em um fator essencial para o universo do engajamento on-line. Na verdade, de acordo com um estudo que ouviu mais de 24.000 consumidores de 12 países, realizado por meio da Opinium Research LLC, 89 por cento dos entrevistados afirmaram achar importante saber o quão seguras estão suas informações pessoais, ao passo que 86 por cento afirmaram achar importante saber se seus dados serão transmitidos a terceiros para fins de marketing.\*

À medida que o engajamento digital segue crescendo e, em alguns casos, tornando-se a principal forma de conexão, tanto as empresas quanto os clientes devem encontrar o equilíbrio exato entre segurança de dados, privacidade e personalização.

## Equilibrando serviços personalizados e segurança de dados

A pesquisa também destaca a importância permanente do atendimento ao cliente personalizado, com 80 por cento dos consumidores relatando que gostam quando os serviços de seus fornecedores são personalizados para suas necessidades e interesses específicos. Isso, no entanto, introduz um desafio para muitas organizações, pois para proporcionar uma oferta altamente personalizada, elas precisam ter uma compreensão mais detalhada das necessidades, do histórico e das preferências de compra de seus clientes. Isso se traduz em coletar e analisar dados de clientes relacionados a essas preferências e comportamentos.

### A transparência permanece fundamental com os dados do cliente, independentemente do canal



**89% dos clientes**  
desejam saber o quão seguras estão suas informações pessoais



**86% dos clientes**  
desejam saber se seus dados serão transmitidos a terceiros

Combinadas, essas tendências criam uma dicotomia, pois ficou bastante claro na pesquisa que os consumidores têm preocupações cada vez maiores a respeito de sua privacidade e do uso dos dados.

Mas as empresas parecem estar alinhadas com seus clientes, compreendendo o papel que a confiança e a transparência desempenham na construção de relacionamentos positivos. Uma pesquisa de negócios da Verint®, realizada com 1.019 organizações em 12 países, descobriu que 94% das empresas concordam que é importante informar os clientes de que seus dados estão seguros, e 96% entendem a necessidade de informar aos clientes quando seus dados serão transmitidos a terceiros. Manter esses padrões elevados é essencial, já que um passo em falso com os dados de um cliente pode ter efeitos desastrosos para os negócios.

Essa dinâmica acabou criando uma necessidade de equilíbrio complexa para as organizações negociarem quando se trata de segurança, transparência e experiências personalizadas. E isso é algo que as organizações de todos os setores precisa fazer bem, ou correm o risco de perder clientes valiosos.

Tudo isso se resume a fazer o básico da forma correta, usando tecnologias e análises para entender melhor o que realmente está se passando na mente dos clientes. Então, é importante garantir que os recursos adequados estejam disponíveis para oferecer transparência, gerar confiança e abordar as necessidades, os problemas e os requisitos em constante evolução neste ambiente cada vez mais complexo e dinâmico.

## Atendendo às expectativas dos clientes

Embora seja um fato que o toque humano tenha efeitos positivos, os benefícios não param por aí. As expectativas dos clientes aumentaram. Com a ascensão das ferramentas de comunicação digitais e das mídias sociais, os clientes agora consideram o e-mail e os web sites das marcas como canais de serviço de nível básico.

As organizações podem se animar um pouco pelo fato de que seus canais digitais são apreciados, e isso se tornará ainda mais significativo à medida que aumentar o poder de compra dos indivíduos da geração do milênio e das gerações seguintes. Espera-se que esta preferência dos clientes por canais digitais como meio de engajamento com as marcas se torne ainda mais popular, mas somente se eles estiverem confiantes de que suas experiências on-line serão seguras.

De fato, um dos aspectos mais críticos do atendimento ao cliente hoje em dia é garantir que as interações sejam conduzidas com segurança, em conformidade com os regulamentos governamentais e de acordo com as melhores práticas da indústria.

## Gerando confiança na era digital

Entenda que a transparência é fundamental para gerar confiança por parte dos clientes. Os clientes, agora mais do que nunca, desejam serviços personalizados, mas para as organizações atenderem a essa demanda elas precisam coletar e analisar os dados pertinentes dos clientes. As preocupações sobre confiança aumentaram bastante nos últimos 12 meses, de modo que as organizações agora precisam ser abertas e honestas a respeito da maneira como coletam e utilizam os dados de seus clientes, ou correm o risco de perder sua confiança. A inclusão de novos processos de autenticação, mais rápidos e mais seguros, tais como a biometria, pode ajudar bastante.

Saiba mais sobre o que mais de 24.000 consumidores em 12 países compartilharam de mais importante a respeito desses assuntos visitando [www.verint.com/digital-tipping-point](http://www.verint.com/digital-tipping-point) para obter uma cópia do relatório de pesquisa completo - *The Digital Tipping Point: How Organizations Balance the Demands for Digital and Human Customer Service* (O ponto de inflexão digital: Como as organizações equilibram as demandas por atendimento ao cliente digital e humano). \*\* Ou entre em contato com a Verint agora mesmo para obter mais informações sobre as soluções que podem ajudar a fornecer um serviço personalizado através de todos os canais e, ao mesmo tempo, ajudar a garantir a segurança dos dados.

*\* Esta pesquisa foi encomendada pela Verint, para ser conduzida no período de 23 de junho a 20 de julho de 2016, em associação com a Opinium Research LLP, uma empresa de pesquisa com sede no Reino Unido.*

*As entrevistas foram realizadas com cerca de 24.000 consumidores, nos seguintes países: Austrália (2.000), Brasil (2.000), Índia (2.000), França (2.000), Alemanha (2.000), Japão (2.000), México (2.000), Holanda (2.000), Nova Zelândia (2.000), África do Sul (2.000), Reino Unido (2.001) e EUA (2.000). A pesquisa foi realizada on-line, no idioma local de cada país pesquisado, e os questionados foram incentivados a participar.*

*\*\* Como parte deste estudo, a Verint firmou uma parceria com a empresa de consultoria IDC para lançar o relatório, intitulado "The Digital Tipping Point: How Do Organizations Balance the Demands for Digital and Human Customer Service?" (O ponto de inflexão digital: Como as organizações equilibram as demandas por atendimento ao cliente digital e humano?)*

### Verint. Powering Actionable Intelligence®

Verint® é líder mundial em soluções de Actionable Intelligence®, para otimização do envolvimento do cliente, inteligência da segurança e fraude, risco e conformidade. Atualmente, mais de 10.000 organizações em mais de 180 países, incluindo mais de 80% do Fortune 100, usam as soluções da Verint para tomar decisões mais bem fundamentadas, eficazes e oportunas.


#### Américas

 [info@verint.com](mailto:info@verint.com)

 1-800-4VERINT


#### Europa, Oriente Médio e África

 [info.emea@verint.com](mailto:info.emea@verint.com)

 +44(0) 1932 839500

#### Ásia Pacífico

 [info.apac@verint.com](mailto:info.apac@verint.com)

 +(852) 2797 5678

 [verint.com](http://verint.com)

 [twitter.com/verint](https://twitter.com/verint)

 [facebook.com/verint](https://facebook.com/verint)

 [blog.verint.com](http://blog.verint.com)

O uso, duplicação ou modificação não autorizada de parte ou o total deste documento sem o consentimento prévio por escrito da Verint Systems Inc. é estritamente proibido. Ao fornecer este documento, a Verint Systems Inc. não assume qualquer compromisso a respeito da exatidão ou plenitude de seu conteúdo, e reserva a si o direito de alterar este documento a qualquer momento, sem aviso prévio. Os recursos listados neste documento estão sujeitos à alteração. Nem todas as funcionalidades estão disponíveis em todas as configurações. Para obter informações sobre as especificações e recursos atuais dos produtos, entre em contato com a Verint. Todas as marcas aqui referenciadas com os símbolos ® ou TM são marcas registradas ou marcas comerciais da Verint Systems Inc. ou suas filiais. Todos os direitos reservados. Todas as outras marcas são marcas registradas pertencentes a seus respectivos proprietários. © 2017 Verint Systems Inc. Todos os direitos reservados em todo o mundo. 02.2017