

Definindo a Era Humana: Uma Reflexão sobre o Atendimento ao Cliente em 2030

VERINT®

Última pesquisa em que mais de 36.000 clientes de 18 países revela os desafios chave que Organizações terão que encarar para relacionamento no futuro

Base de Dados e Preocupações com Privacidade continuam a aumentar



Recentes violações de dados de perfis e controvérsias sobre o uso de dados de clientes estão tendo um impacto.

58%

nunca se envolveriam com uma marca que tivesse tido seus dados expostos

68%

querem atendimento personalizado, mas apenas 46% querem que a tecnologia seja usada para prever preferências ou criar experiências que correspondam a interesses ou padrões de compra

Somente 51%

confiam nas Organizações para usar seus dados de forma ética

O Cliente Exigente

Enquanto preço e qualidade do produto/serviço ainda são importantes, outros fatores estão aparecendo com importância no momento de decisão de uma compra.

16%



de queda na retenção de atendimento ao cliente, comparado ao estudo de 2015

69%



dizem que a ética das empresas são o principal fator para escolher uma marca

49%

preferem trocar de fornecedores por questões éticas

22%

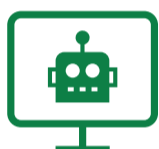
dizem que a experiência do cliente é fator decisivo quando estão escolhendo o que comprar



Homem e Máquina irão Exigir um Equilíbrio Delicado

Humanos e robôs precisam coexistir no local de trabalho par criar uma experiência perfeita, completa e unificada.

63%



estão satisfeitos em serem atendidos por assistentes virtuais, desde que haja a opção de atendimento por humanos caso necessário

76%



querem que o contato com humanos continue fazendo parte da experiência de atendimento ao cliente

As Organizações devem continuar a investir na Experiência Digital

69% querem que as organizações tornem mais fácil para eles se relacionar ou comprar quando quiserem

68% dizem que as Organizações precisam facilitar consultas sem precisar fazer uma ligação ou ir até a loja

47% não se relacionarão com uma Organização que não tenha um site ou um aplicativo de celular de qualidade

32% querem que as Organizações forneçam opções de se ter uma conta online nos próximos 5-10 anos – um aumento de 113% em comparação a 2016



Relacionamento Humano Faz a Diferença

3 Considerações:

1

O elemento humano ainda será vital para a experiência do cliente

Quando a tecnologia é utilizada, esta precisa ser personalizada para uma experiência individual; mas somente humanos conseguem criar ligações emocionais que encantam o cliente.

2

Confiança é difícil de conseguir e fácil de perder

As Organizações precisam ser transparentes, éticas e responsáveis em todos os elementos dos seus negócios.

3

Divulgação Total

Serviços digitais e automatizados irão desempenhar um papel importante para os clientes, adicionando comodidades e velocidade a tarefas simples. Informe sempre se os clientes são atendidos por assistentes virtuais ou IA, e dê a opção aos clientes de falar com um atendente que seja bem treinado e habilidoso.



Sobre a Pesquisa

Essa pesquisa foi autorizada pela Verint entre dezembro de 2017 e janeiro de 2018, em associação com a Opinium Research LLP, uma empresa britânica de pesquisas. Foram conduzidas entrevistas com 36.014 clientes nos seguintes países: Austrália, Bélgica, Brasil, Canadá, Dinamarca, França, Alemanha, Hong Kong, Índia, Japão, México, Holanda, Singapura, África do Sul, Espanha, Suécia, Reino Unido e Estados Unidos. A pesquisa foi feita online, na língua local e os entrevistados foram incentivados a participar.



sacbrasil@verint.com

São Paulo: +55 11 2933-9150

Americas: 1-800-4VERINT

www.verint.com/engagement

VERINT®

The Customer Engagement Company™

© 2018 Verint Systems Inc. Todos os direitos são reservados no mundo inteiro. O uso não autorizado, duplicação ou modificação deste infográfico, no todo ou em parte, sem o consentimento por escrito da Verint Systems Inc. é estritamente proibido. Todas as marcas mencionadas aqui com o símbolo ® ou TM são marcas registradas ou marcas comerciais da Verint Systems Inc. ou de suas subsidiárias. Todas as outras marcas são marcas registradas de seus respectivos proprietários.