



Os desafios de se implementar uma URA Humanizada

Por Univoz Consultoria e Desenvolvimento de Pessoas.

Melhorar a experiência do consumidor é um exercício contínuo de conhecer melhor seu cliente. Não apenas quem ele é, mas, sim qual a forma, os meios e como ele se comunica. E, constantemente, confrontar essas repostas com suas soluções e estratégias: a forma, os meios e como sua empresa se comunica com este cliente o agrada? Não falamos apenas na veiculação de propagandas e, sim, na comunicação diária, nas diversas situações, as quais este cliente busca nos ouvir e, em paralelo, nos perguntar.

Comunicar-se de forma clara já é um desafio por si só; comunicar-se de forma clara com milhares de pessoas simultaneamente é um desafio ainda maior. Então, algumas diretrizes precisam ser atendidas:

1. O primeiro grande desafio na hora de se construir uma URA Humanizada é o cuidado com o estilo de comunicação, ou seja, o desenho da Persona. Uma estratégia errada é a tentativa de se construir a URA, a partir daquilo que é feito no Call Center, muitas vezes, com algum atendente que se destaca na operação. O resultado é sempre o mesmo: o cliente se sentirá enganado e interpreta a empresa como pouco profissional. Colocar frases muito coloquiais

também passa a sensação de estar sendo enganado. O cliente acredita estar falando com um atendente humano e, por isso, começa a conversar, constatando apenas algumas frases depois, ser uma gravação. O que, obviamente, o frustra. A conclusão destes projetos também é sempre a mesma: não há aumento na retenção. Além disso, a experiência do cliente com a URA fica comprometida e a tendência é que ele opte pelo Atendimento Humano, exclusivamente. Ou seja, um investimento perdido.

2. O segundo desafio é classificar produtos e serviços de modo coerente para o cliente, a fim de apresentá-los numa ordem lógica, com menus fáceis e de rápido acesso e localização. A maioria das empresas classifica conforme seus processos internos e nomeia os serviços dispostos ao cliente com palavras que fazem sentido para suas áreas e colaboradores e não necessariamente para o usuário real da URA, o cliente.
3. O tratamento do banco de dados dos clientes, segmentando-os e identificando-os é o terceiro desafio. A URA Humanizada também irá tratar seus clientes de modo humanizado e isso implica em um certo grau de personalização no atendimento, assim ela precisará reconhecer este cliente, conhecer seus dados mínimos, a fim de se antecipar às suas necessidades e um banco de dados bem estruturado é fundamental para isso.
4. O último desafio é a necessidade de um acompanhamento contínuo: a URA faz parte de um atendimento sistêmico em constante atualização e transformação, acompanhando

o mercado e mudanças da própria empresa e clientes. Pessoas passam a se comunicar de forma diferente, os meios de comunicação também se alteram, até mesmo, produtos e serviços também sofrem alterações e fazer os ajustes ou as reformulações que tornam a experiência do cliente ainda melhor é um item necessário.

Integração e tecnologia não são mais um problema. Os avanços trouxeram funcionalidades atualizadas e versáteis e de fácil integração. No entanto, os desafios propostos aqui são bastante decisivos no sucesso da URA humanizada. Devemos encará-los como positivos, pois somente a superação deles pode conferir qualidade ao projeto de uma URA humanizada e, por consequência, a satisfação do cliente.

Além disso, estes desafios podem ser facilmente resolvidos quando compreendemos melhor os dois pilares da humanização.

- O primeiro deles é a consultoria de Gestão da Experiência do Cliente na URA, que é o serviço de consultoria que a Univoz pratica e que pode ser aplicado em qualquer URA, independentemente de sua plataforma de tecnologia.
- O segundo pilar é a Tecnologia em si, para que a implementação de novas funcionalidades, possa realmente trazer melhorias à automatização do atendimento.

Falaremos mais sobre esses dois pilares em outro artigo, uma vez que o casamento deles será o responsável por oferecer uma URA muito mais versátil, proativa e interativa. Contudo, mesmo projetos de consultoria que contemplam apenas a mudança do desenho da per-

sona, escolha da voz, construção da árvore de diálogo e redesenho da fraseologia já dão um impacto comprovadamente significativo e perceptivo ao cliente, sem que necessariamente a empresa precise de fortes investimentos iniciais em TI. Ou seja, mudanças mínimas provam ter grandes resultados.

A URA humanizada não é uma simples alocação de frases populares, ou sobrecarregar de expressões de educação, ou ter uma voz bonita que está em todas as outras URAs do mercado. É necessário encontrar o estilo de comunicação que se conecte ao perfil do cliente. Por isso é tão

necessário um estudo atento das necessidades deste cliente, para que sua empresa possa oferecer a ele, aquilo que ele busca, de forma precisa e ágil.

Embora, os desafios pareçam muitos e complexos precisamos lembrar que a URA não é um elemento isolado, ela faz parte de um sistema conectado a diversos outros canais e, muitas vezes, um desafio pontual é a porta de entrada para uma solução integrada, capaz de unir diversas pontas, que juntas irão melhorar a satisfação do cliente.

A Univoz, pioneira nos projetos de Humanização de URA no Brasil, criou a solução URA – Visão 360°: uma metodologia exclusiva aplicada aos projetos de humanização de URAs desde 2000. Conheça nossas soluções corporativas para gestão de relacionamento com clientes.