



## Passando de simples atendimento ao cliente para uma experiência superior

A aceleração para um mundo baseado em interações digitais está motivando organizações (privadas e públicas) a repensarem suas estratégias em torno da experiência do cliente, tendo em conta os novos hábitos de comunicação, bem como os meios digitais e as redes sociais.

Essa nova era de comunicações digitais desafia as organizações a otimizar em recursos e orçamentos, priorizando respostas rápidas e resolução no primeiro contato, além de incluir toda a força de trabalho na estratégia de atendimento para fornecer ao cliente uma experiência superior.

### Otimizar recursos e orçamentos para fornecer um atendimento ao cliente de classe mundial

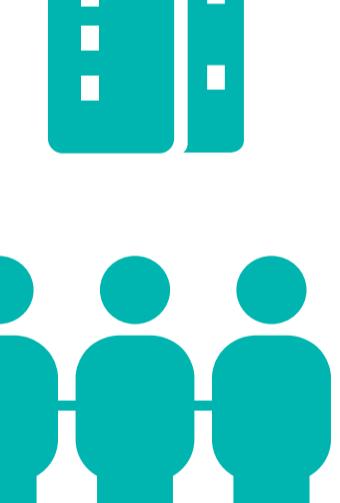
**67%**

dos clientes preferem o autoatendimento em vez de falar com um representante da empresa.<sup>1</sup>



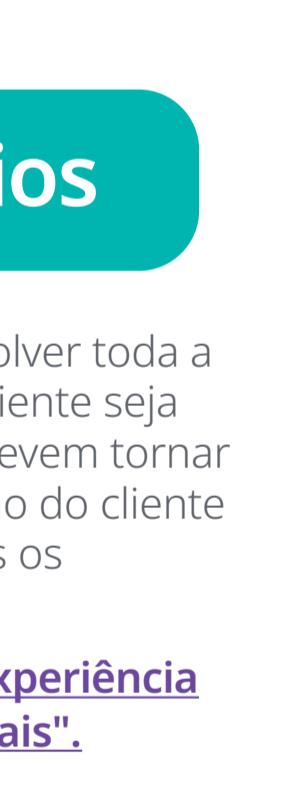
**54%**

das organizações estão utilizando algum tipo de chatbot, VCA ou outra plataforma de IA conversacional para aplicativos voltados ao cliente, de acordo com o Gartner.<sup>2</sup>



**89%**

Aproximadamente **89%** dos clientes dizem esperar ter acesso a um portal de autoatendimento ao lidar com problemas cotidianos.<sup>3</sup>



### Resultados de negócios

Chatbots e voicebots permitem que o autoatendimento ocorra fora do horário comercial. As funções de reconhecimento de voz estão humanizando as interações, sem substituir as capacidades de diálogo. E, para os clientes que necessitam de interação humana, o roteamento inteligente e a IA garantem um serviço de excelência.

[Para saber mais, baixe nosso e-Book: "Melhorando a experiência do cliente na era das comunicações digitais."](#)