



Comunicações corporativas na era do "novo normal"



Visão Geral

No primeiro semestre de 2020, o termo "sem precedentes" tornou-se um clichê. A forma como vivíamos, fazíamos compras e trabalhávamos ficou subitamente de cabeça para baixo. A crise global da saúde, quase da noite para o dia, implicou em empresas inteiras serem forçadas a fechar suas portas e famílias motivadas a ficar em suas casas.

A comunicação corporativa foi uma das muitas áreas que sofreram impacto significativo deste novo ambiente. Muitos contact centers têm lutado para resistir ao aumento maciço da demanda. Ao mesmo tempo, as empresas descobriram que não estavam preparadas para operar em um ambiente em que o escritório tradicional já não era uma opção.

À medida que o mundo começa a reencontrar a sua base e os países reabrem gradualmente os seus negócios, todas as organizações precisam ter um plano. Os líderes de mercado atuais devem assegurar-se de que estão preparados para proporcionar as experiências que os funcionários e os clientes esperam.

A forma como as empresas fornecem as comunicações terá um impacto significativo no seu futuro.





O novo local de trabalho: O surgimento do teletrabalho

O confinamento pandêmico desencadeou uma transformação maciça nas empresas atuais, em vários níveis. Instantaneamente, as práticas de trabalho remoto aumentaram de um dia para o outro. As empresas reconheceram que a única maneira de garantir [a continuidade dos negócios](#) em tempos de crise era permitir que os funcionários trabalhassem remotamente.

Embora para muitas organizações a mudança para o teletrabalho tenha corrido bem (considerando as circunstâncias), existem obstáculos que os líderes corporativos precisam conhecer. A transição para um ambiente de trabalho remoto pós-pandemia exigirá uma abordagem estruturada e um planejamento adequado.

Embora as circunstâncias tenham sido infelizes, as empresas tiveram a chance de descobrir os benefícios do trabalho remoto¹ e é improvável que vejamos uma volta, em grande escala, à velha maneira de fazer as coisas. O local de trabalho não é mais um local específico. Os membros da equipe podem ser produtivos em qualquer lugar com uma conexão à Internet e os serviços de comunicação certos.

Os líderes empresariais que se preparam para uma nova rotina precisam reconhecer que o trabalho remoto ainda será uma estratégia valiosa no futuro. Isso significa que este é o momento perfeito para começar a criar as ferramentas de que suas equipes precisarão para um ambiente de trabalho flexível e de longo prazo.

Enquanto você se prepara para retornar ao escritório, o objetivo não deve ser levar todos de volta à sua posição, atrás de uma mesa, o mais rápido possível. O lento 'retorno ao trabalho' planejado pelos governos ao redor do mundo tornaria isso impossível, de qualquer maneira. Em vez disso, reserve um tempo para considerar quais ferramentas ajudaram seus funcionários a obter o máximo de desempenho nos últimos dois meses.

Pergunte a si mesmo como você pode melhorar sua tecnologia remota para oferecer melhores resultados para seus funcionários. O feedback dos membros da sua equipe, combinados aos dados de adoção coletados das suas ferramentas colaborativas e baseadas na nuvem, serão valiosos aqui.

1 <https://www.weforum.org/agenda/2020/06/coronavirus-covid19-remote-working-office-employees-employers>



Prepare-se para o futuro

Especialistas acreditam que, num futuro previsível, as empresas dependerão de estratégias de trabalho remotas para pelo menos uma parte da força de trabalho, tendo mais de [dois quintos da força de trabalho](#) permanecendo remota. Como você já deve ter notado nos últimos meses, o trabalho remoto tem muitos benefícios. Além de oferecer continuidade dos negócios em tempos de crise, o trabalho remoto e um local de trabalho baseado na nuvem podem melhorar a produtividade e a satisfação dos funcionários.

Com a estratégia certa de trabalho remoto, as empresas também podem reduzir os custos indiretos do escritório. Isso com certeza será essencial em uma economia incerta. A questão é: como você garante que possui a tecnologia certa?

É importante reconhecer que, embora a telefonia corporativa e a colaboração em equipe sejam essenciais nesse novo ambiente, elas ainda são dois elementos diferentes.

- **Telefonia:** a voz ainda será responsável pela maior parte das comunicações de negócios. Suas equipes remotas precisarão acessar o mesmo conjunto completo de ferramentas telefônicas que possuíam no escritório, mesmo trabalhando em casa. Aproveite sua infraestrutura de comunicação existente, onde você pode considerar os benefícios de mudar para a nuvem para conseguir mais flexibilidade. Você também pode precisar fornecer aos membros da equipe telefones de mesa ou softphones eficientes para atender às necessidades deles. Reforce a mobilidade, oferecendo aos funcionários acesso a correio de voz, gerenciamento de chamadas e outras ferramentas de maneira flexível.
- **Colaboração:** Uma estratégia de colaboração que se ajusta ao seu investimento em [Comunicações Unificadas \(UC\)](#) e [Comunicações Unificadas como Serviço \(UCaaS\)](#). Antes de começar sua transição para o novo normal, aproveite esta oportunidade para pensar em como você está fornecendo serviços de colaboração à sua força de trabalho. Uma abordagem baseada na nuvem ajudará você a se preparar para o futuro. Entretanto, pode ser necessário combinar ferramentas de colaboração offline e online. As ferramentas de colaboração offline podem incluir compartilhamento de arquivos e discussões em sala, enquanto as oportunidades online incluem chamadas de vídeo e compartilhamento de área de trabalho.



Transforme os serviços corporativos remotos

O confinamento global, por causa da pandemia, destacou uma enorme demanda por serviços digitais eficientes. A maioria das empresas foi obrigada a fechar repentinamente, da noite para o dia. Entretanto, mesmo com as lojas físicas fechadas, os negócios ainda precisavam dar suporte aos seus clientes. Muitas empresas, particularmente nos setores de viagens, saúde e varejo, receberam milhares de consultas sobre compras.

Embora a demanda da sua empresa possa não ter sido tão drástica devido ao bloqueio pandêmico, você ainda precisará de uma estratégia para tornar o atendimento ao cliente mais eficiente. Isso inclui encontrar uma maneira de continuar a servir os clientes com uma força de trabalho disseminada em vários locais remotos.

Para ter sucesso com seus negócios no novo normal, é necessário:

- **Fornecer à sua força de trabalho as ferramentas certas:** os funcionários em contato com os clientes precisam dos mesmos aplicativos de comunicação e de serviço ao cliente de que precisavam quando estavam no escritório. A tecnologia de nuvem facilitará a entrega da mesma tecnologia em qualquer ambiente.
- **Capacidades multicanais reforçadas:** picos na procura dos clientes desencadeados por um aumento das chamadas de voz geram filas de chamadas mais longas. Isto significa que alguns consumidores estão começando a procurar serviço em outro lugar. Serão necessários recursos multicanais para proporcionar uma experiência consistente ao cliente em todos os ambientes.
- **Integração com aplicativos de negócios:** uma futura estratégia de serviços digitais deve integrar-se aos aplicativos de negócios existentes, que os funcionários já estão usando. Isso pode significar encontrar um serviço que se integre ao seu CRM ou ferramentas de emissão de bilhetes.
- **Autoatendimento reforçado:** os clientes que podem não conseguir acessar os serviços de uma empresa o mais rápido possível podem optar pelo autoatendimento. Isso significa ter as ferramentas certas. Inclui chatbots inteligentes para sites e IVR com roteamento inteligente para voz.
- **Colaboração de back-end aprimorada:** os agentes são mais eficientes quando trabalham juntos como uma equipe. Uma boa solução de colaboração garante que os funcionários possam trabalhar juntos nos projetos complexos. A integração com o UCaaS por meio de APIs abertas e soluções de [Plataforma de Comunicações como Serviço \(CPaaS\)](#) é essencial. Isso significa que você pode combinar o back-end e o front-end da sua estratégia de comunicação.



Oferecer o serviço que os clientes esperam

Mesmo antes da crise da saúde, uma pesquisa da PwC descobriu que 59% dos clientes globais achavam que as empresas estavam perdendo contato com o elemento humano na sua estratégia de serviços, e 75% dos clientes pesquisados no mesmo relatório disseram que ainda preferem interagir com um ser humano ao invés de uma máquina automatizada.

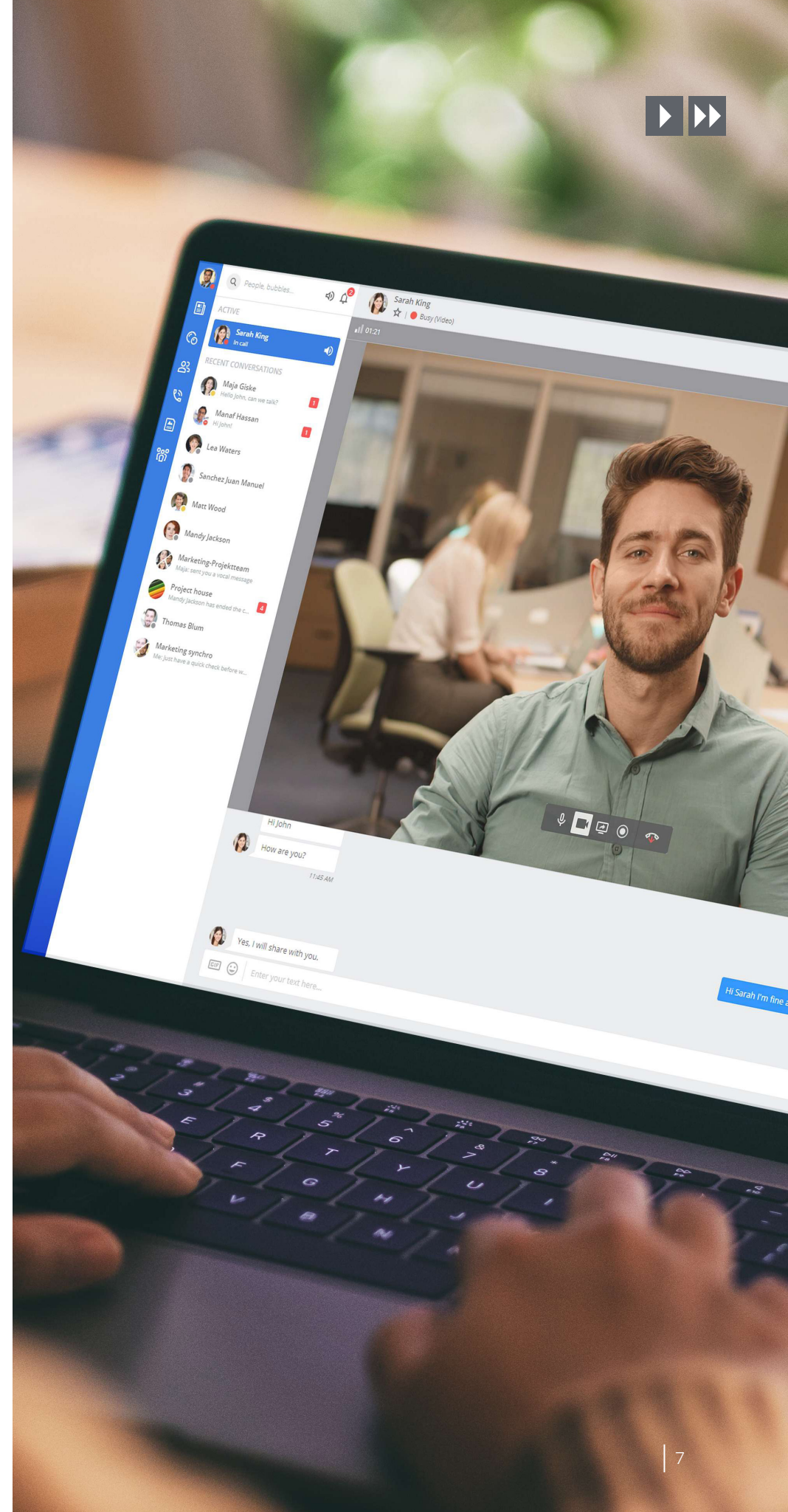
A combinação certa de opções de autoatendimento e sistemas multicanais de suporte ao cliente pode permitir que você atenda melhor às necessidades de todos os clientes. Apenas garanta que você não automatize demais para manter os custos baixos. O novo normal provavelmente destacará a necessidade de um toque humano nas interações com os clientes, mais do que nunca.

Avançando no novo cenário, as empresas precisarão se perguntar o que os clientes precisam hoje e amanhã. O autoatendimento pode não ser o que os clientes desejam quando houver o retorno ao local de trabalho. Entretanto, em estágios posteriores, quando as coisas começarem a parecer mais normais, é mais provável que os clientes retornem aos hábitos de autoatendimento se isso significar economizar tempo na jornada do cliente.

Como sempre, a fidelização dos clientes nos meses e anos após a crise global da saúde começará com a análise da jornada do cliente. Reunir informações de suas ferramentas de UC e do Contact Center será essencial para ajudar a determinar o que seus clientes mais precisam de você. Com o declínio dos investimentos econômicos globais, é mais importante do que nunca para os líderes empresariais criarem novas maneiras de construir a fidelidade do cliente.

As ferramentas inteligentes usadas para melhorar as conversas com os clientes, como análises e chatbots, podem oferecer informações importantes. Não subestime o poder da informação. Esses dados também podem ajudá-lo a antecipar o que vem a seguir.

3 <https://www.pwc.com/us/en/advisory-services/publications/consumer-intelligence-series/pwc-consumer-intelligence-series-customer-experience.pdf>





Aprenda com uma experiência única

A pandemia global tem sido um dos eventos mais significativos da nossa história. Isso significa que também oferece uma oportunidade para as empresas aprenderem e crescerem.

Praticamente todas as principais empresas de análise concordam que o mundo mudou drasticamente nos últimos meses. Esta era "sem contato" para o engajamento digital do cliente chegou com um ritmo incrível. Agora, as empresas estão sob pressão para atender às necessidades de uma base de clientes que evoluiu muito mais rapidamente do que se esperava.

Não sabemos o que o futuro nos reserva após a pandemia. No entanto, nossas experiências nos últimos meses servirão de valiosas lições sobre como se preparar para o futuro. Agora é a hora das organizações pensarem em como garantir que estejam preparadas para a próxima crise. Afinal, o futuro nunca está definido. Poderá haver uma crise financeira, ou outra crise de saúde em apenas alguns anos.

Esta é uma oportunidade significativa para que todos aprendam o que funcionou nos últimos meses e o que precisa evoluir para se preparar para os próximos anos. Por exemplo, a primeira e mais importante tarefa para muitas empresas será desenvolver suas estratégias de trabalho remoto. Claramente, o trabalho remoto não é mais apenas uma estratégia para o futuro. As empresas precisarão se preparar para manter o teletrabalho no futuro, para garantir a verdadeira continuidade dos negócios.

Ao mesmo tempo, é importante repensar a experiência do cliente e o que isso significará nos próximos anos. Para muitas empresas, isso significa dar novos passos em direção a uma estratégia de transformação digital. Há anos, uma excelente experiência do cliente tem sido o principal fator de diferenciação para qualquer negócio. Entretanto, agora sabemos com certeza que quando tudo mais falhar, um serviço superior poderá manter as luzes da empresa acesas.



Coloque a experiência do seu cliente em um nível superior

Além de permitir o trabalho remoto, a experiência do cliente e a experiência do funcionário são os dois conceitos mais importantes a serem considerados na era do "novo normal". A seguir, quatro temas em que as empresas devem pensar:

- **Nuvem:** todos os serviços que as empresas oferecem, a partir de agora, precisam estar acessíveis de qualquer lugar e a qualquer momento. Isso só é possível com a flexibilidade da nuvem.
- **Informações:** todas as informações, de registros históricos a análises de sentimentos e perfis de clientes, são valiosas. Estas informações ajudam a colocar todas as interações no contexto.
- **Mobilidade:** todos os serviços precisam estar acessíveis em todos os dispositivos. Isso

significa garantir que os clientes possam contatar você sempre, mesmo usando seus smartphones.

- **Social (colaboração):** Quando os funcionários colaboram eficazmente nos bastidores, podem proporcionar melhores experiências aos clientes.

Esta é uma excelente oportunidade para empresas de todos os tamanhos anotarem o que está funcionando bem nos seus negócios, e o que não está. Processos desatualizados exigirão uma reformulação e novos objetivos surgirão, como manter os funcionários conectados e mentalmente saudáveis. Afinal, a experiência do funcionário é essencial para proporcionar uma boa experiência ao cliente.

Se os funcionários não obtiverem o suporte de que precisam com as ferramentas fornecidas, eles não poderão atender às necessidades dos

seus clientes. Nos últimos meses, o foco na segurança e no bem-estar dos funcionários aumentou drasticamente. As empresas precisarão continuar comprometidas a cuidar dos membros de sua equipe nos próximos meses.

Quando, e se as pessoas retornarem ao escritório, os líderes corporativos precisam garantir que o local de trabalho seja mais seguro e acolhedor. É preciso haver mais soluções de notificação e de alarmes de emergência para ajudar os membros da equipe a lidar com os problemas quando eles surgirem. Além disso, será necessária uma nova abordagem para o compartilhamento de equipamentos e terminais. Os líderes empresariais precisam pensar em como podem proteger a saúde dos funcionários.

Se você aproveitar esta oportunidade para entrar na nova era das comunicações, informado e ciente de onde precisa crescer, o potencial dos seus negócios é ilimitado.



Alcatel-Lucent Enterprise

Fazemos com que tudo se conecte, oferecendo as melhores tecnologias para você. Com nosso alcance global e foco local, fornecemos redes e comunicações.

Localmente. De forma Híbrida. Na Nuvem.