



THE CUSTOMER SUMMIT **MAGAZINE**



THE CUSTOMER SUMMIT 2024 - PORTUGAL EDITION

O evento presencial, que contou com transmissão online, reuniu líderes de renome do Brasil, Portugal e outras nacionalidades para uma agenda repleta de debates sobre estratégias, casos de sucesso e tendências em CX e CS.



Confira as entrevistas exclusivas com **CINTIA RODRIGUES**, Superintendente da Bradesco Seguros e **LÍDIA GORDIJO**, CXO da Buser.

Páginas 11 e 12

Conheça melhor o Ecossistema The Customer Summit: Uma Jornada de Aprendizado, Reconhecimento Profissional e Conexão Global



Edition
Awards
Talks
Podcast
Magazine

O **The Customer Summit** é um ecossistema multifacetado composto por uma série de iniciativas interconectadas, projetadas para inspirar, educar e reconhecer profissionais que estão redefinindo as fronteiras do Customer Experience (CX) e Customer Success (CS) globalmente.

The Customer Summit - Edition 2024: Após o enorme sucesso da edição de 2023, a edição de 2024 promete ser um marco ainda mais significativo no mercado. Planejado como uma experiência imersiva, o evento anual reúne líderes de pensamento, inovadores e profissionais nacionais e internacionais de CX e CS. Com uma agenda que combina palestras inspiradoras, workshops interativos e oportunidades de networking inigualáveis.

The Customer Summit - Awards 2024: Seguindo o sucesso de público da cerimônia anterior, a premiação de 2024 promete elevar ainda mais o padrão de excelência no setor. Este prêmio é um marco do reconhecimento na indústria de CX e CS. A cerimônia de premiação celebra organizações e indivíduos que demonstram inovação, liderança e impacto na jornada dos clientes. Cada categoria é destinada a destacar os diversos casos de sucesso que transformam a jornada dos clientes e colaboradores.

The Customer Summit - Talks: Uma série contínua de webinars realizados com executivos renomados mantém a comunidade engajada ao longo do ano. Estes encontros virtuais apresentam uma variedade de tópicos, desde análises aprofundadas de casos de sucesso até debates sobre desafios emergentes no setor, oferecendo uma plataforma para aprendizado contínuo e compartilhamento de melhores práticas.

The Customer Summit - Podcast: Uma janela para as mentes dos maiores pensadores e realizadores no mundo de CX e CS. Cada episódio é uma oportunidade de aprender com as experiências e insights de convidados notáveis, oferecendo uma mistura de conteúdo prático e inspirador.

The Customer Summit - Magazine: Uma publicação digital que aprofunda os temas e tendências discutidos nos eventos e talks. Com artigos detalhados, entrevistas exclusivas e análises de especialistas, a revista é um recurso indispensável para quem busca estar na vanguarda do Customer Experience e Customer Success.

O ecossistema **The Customer Summit**, portanto, não é apenas uma série de eventos; mas sim um vibrante conjunto de programas que vive e respira Customer Experience e Customer Success. Cada componente - seja a edição anual, os prêmios, os talks, o podcast ou a revista - é uma peça de um quebra-cabeça maior, trabalhando juntos para elevar o padrão de excelência em nossas indústrias. Convidamos você a se juntar a nós nesta jornada contínua de aprendizado, inovação e sucesso. Junte-se a nós em The Customer Summit e seja parte de uma comunidade que está moldando o futuro do Customer Experience e Customer Success.

Visite <http://thecustomersummit.com/>



**Leia o QRCode
e acesse o
conteúdo
completo**

Índice



THE CUSTOMER SUMMIT MAGAZINE

04

VISITAS AOS VENCEDORES

Entrega de certificados aos ganhadores do
The Customer Summit Awards 2023

05

THE CUSTOMER SUMMIT 2024

Veja como foi o evento The Customer
Summit 2024 - Portugal Edition

11

ENTREVISTA

Confira a entrevista exclusiva com Lídia
Gordijo, CXO da Buser

12

ENTREVISTA

Confira a entrevista exclusiva com Cintia
Rodrigues, Superintendente de Canais de
Relacionamento do Grupo Bradesco Seguros

13

CASE DE SUCESSO BRADESCO SEGUROS

A Voz da Bradesco Seguros:
Transformando o Atendimento em
Saúde com Inteligência Artificial

14

CASE DE SUCESSO BUSER

Alcançando o futuro com Chatbots:
Uma história de Sucesso na
Experiência do Cliente

Índice

THE CUSTOMER SUMMIT MAGAZINE



- 15** **CASE DE SUCESSO**
ENERGISA
A Energisa dentro de casa

- 16** **CASE DE SUCESSO**
NATURGY
Transformação do Relacionamento Digital

- 17** **CASE DE SUCESSO**
TELEPERFORMANCE E AMBEV
A Experiência Digital transformando o Comportamento e Gerando Eficiência e Performance

- 18** **CASE DE SUCESSO**
VIBRA DIGITAL E GRUPO BANDEIRANTES
RECloud: Ferramenta de distribuição de mídias

- 19** **ARTIGO**
A Revolução da Inteligência Artificial no Customer Experience
Por Roberto Madruga



Índice



THE CUSTOMER SUMMIT MAGAZINE

22

THE CUSTOMER SUMMIT TALKS

veja como foram as 4 últimas edições de webinars, chamados de Talks.

23

FÓRUM NPS

Veja como foi o primeiro evento organizado para clientes da Conquist.

24

THE CUSTOMER SUMMIT AWARDS 2024

Inscreva-se na premiação que reconhece empresas e profissionais que transformam a jornada do cliente

AGENDA DE VISITAS

VISITAMOS ALGUMAS DAS EMPRESAS VENCEDORAS DA EDIÇÃO 2023 DO THE CUSTOMER SUMMIT AWARDS

Certificar o talento e a dedicação dos colaboradores é mais do que um gesto de reconhecimento, é um compromisso com a valorização do trabalho em equipe. Em nossa ação junto às empresas inscritas na premiação, buscamos ir além do reconhecimento público. Entregamos certificados personalizados, símbolos tangíveis do empenho e da excelência de cada indivíduo que contribuiu diretamente para o sucesso do projeto. Muitas vezes, esses profissionais não guardam recordações palpáveis do reconhecimento concedido pela premiação. Por isso, nosso gesto vai além do papel: é uma forma de eternizar a gratidão e o respeito pela jornada de cada colaborador. Cada certificado é um testemunho do valor que cada pessoa trouxe para a equipe, uma lembrança de sua contribuição para o sucesso coletivo.





THE
CUSTOMER
SUMMIT 24

The Customer Summit Portugal Edition 2024

CONFIRA O SUCESSO DO PRIMEIRO EVENTO DO MUNDO
UNINDO A COMUNIDADE LUSÓFONA SOBRE OS TEMAS
CUSTOMER EXPERIENCE E CUSTOMER SUCCESS!

21 e 22/05/2024

Depois de uma primeira edição em 2023, que foi realizada de forma online, reunindo mais de 4 mil pessoas, tomamos a decisão de continuar a missão e aumentar as conversas **de forma presencial**, a partir de Lisboa e do Porto, em Portugal. E tudo isso contou com transmissão **ao vivo** para que ninguém perdesse nenhum detalhe desse encontro!

Dessa vez, reunimos 18 profissionais em painéis diversificados e de alto impacto para todas as organizações. Você pode contar com uma rica troca de experiências, com a percepção de diferentes segmentos e realidades organizacionais e mais!

Quer assistir ao conteúdo do evento?
Veja como foi agora mesmo!

Siga nossas Redes Sociais



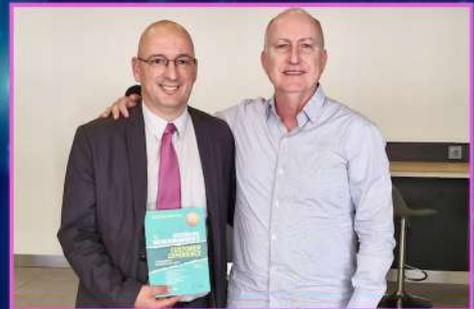
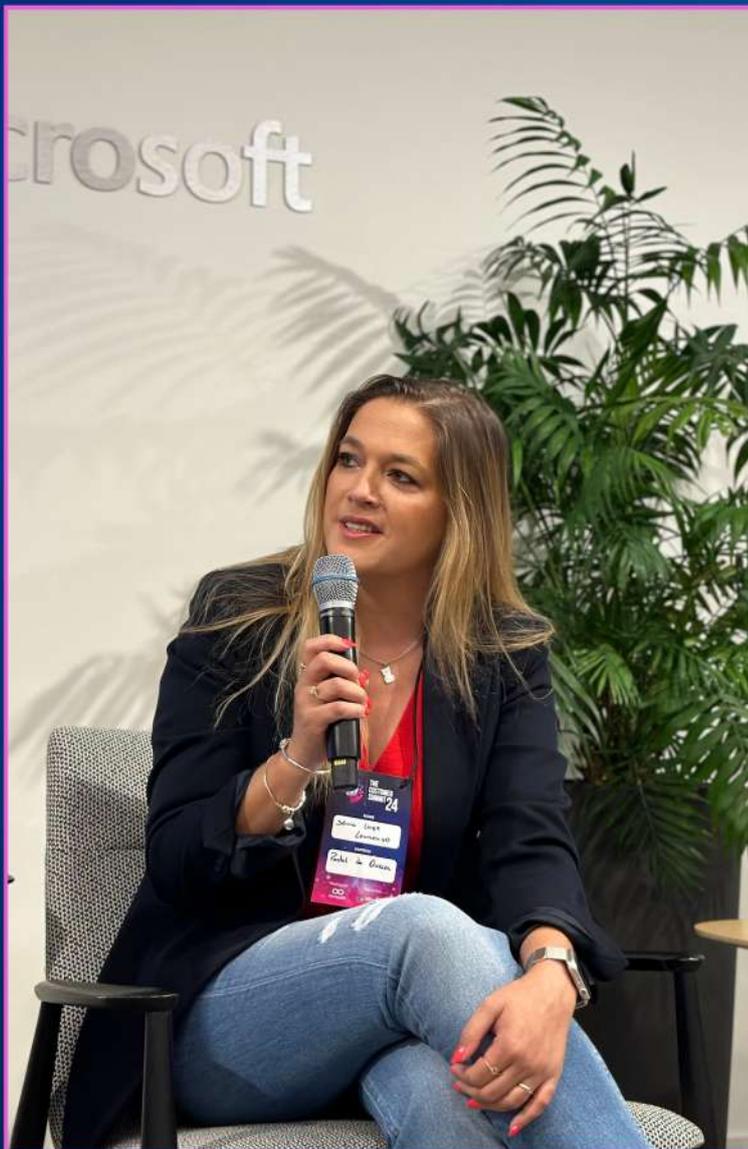
/thecustomersummit





THE CUSTOMER SUMMIT 24

Em maio de 2024, levamos a proposta do ecossistema The Customer Summit para o próximo nível e promovemos a integração entre Brasil e Portugal! Na segunda edição do TCS, estivemos **presencialmente** nas cidades de Lisboa e Porto para **fomentar o debate** no mercado Customer, convidando **executivos e acadêmicos** de renome. Os painéis, que você conhecerá nas próximas páginas, contaram com tendências e cases de Customer Experience e Customer Success de empresas brasileiras e portuguesas. Com certeza, um evento no calendário internacional de CX e CS!



Nossa missão é expandir as conversas e nos conectarmos com as vivências profissionais e com as emoções das pessoas, unindo a comunidade em torno dos temas de Customer Experience e Customer Success.



THE CUSTOMER SUMMIT 24

Confira mais fotos do The Customer Summit 2024 - Portugal Edition:





THE CUSTOMER SUMMIT 24

Confira mais fotos do The Customer Summit 2024 - Portugal Edition:





THE CUSTOMER SUMMIT 24

Para realizar esta edição, contamos com o **apoio** não apenas dos congressistas e dos parceiros palestrantes, mas também dos nossos patrocinadores e correalizadores **Microsoft** e **ISCAP P.PORTO**. Acreditamos que esta construção coletiva aumenta nossos horizontes e expande possibilidades!



Para garantir uma experiência completa a todos os envolvidos no ecossistema, nossos alunos portugueses também nos prestigiaram e garantiram a **expansão das suas formações**.



Pioneira e líder no Brasil em soluções de CX, CS e EX para empresas e carreiras

NOSSOS SERVIÇOS



Conquist Consulting

Pioneira e líder no diagnóstico, metodologia e implementação de consultoria em CX, CS e EX, com grandes resultados.



Conquist University

O primeiro MBA de CX e EX da América Latina, MBA Internacional e Cursos que são sucesso de público.



Conquist Research e Analytics

Customer e Employee Research, Insights, Analytics, Mapeamento da Jornada, Índices de Maturidade e Programas VoC.



Conquist Certifications

Milhares de pessoas se certificam profissionalmente na Conquist. As certificações são destinadas também a empresas.



Conquist Academy

Treinamentos, Workshops e Palestras in Company Presenciais ou Online, Gamificação, Fábrica de Conteúdo e Podcast.



Conquist Labs & Events

10 livros publicados por grandes editoras, criação de comunidades, como, o The Customer Summit.



Estruturada, Inovadora e Completa

Com mais de 21 anos de experiência e reconhecimento internacional, a Conquist é a principal consultoria brasileira sendo pioneira em Customer Experience, Customer Success, Employee Experience e Cultura Organizacional. Nossos serviços especializados são categorizados em duas verticais: Conquist Empresas, focada em soluções corporativas, e Conquist Carreiras, dedicada ao desenvolvimento profissional individual.

NOSSOS
NÚMEROS

21+

ANOS DE CONQUIST

620+

EMPRESAS ATENDIDAS

300K+

PESSOAS ATENDIDAS



THE
CUSTOMER
SUMMIT

conquist.com.br

© conquist@conquist.com.br

+55 21 98228-2673

RJ | SP | Portugal





CONFIRA A ENTREVISTA EXCLUSIVA COM LÍDIA GORDIJO, CHIEF EXPERIENCE OFFICER DA BUSER

Na entrevista exclusiva que trazemos hoje, mergulharemos na trajetória profissional de Lídia Gordijo, destacando seus primeiros passos até a posição de destaque que ocupa na Buser. Vamos explorar como suas experiências moldaram sua visão de sucesso e liderança na área de Customer Experience. Além disso, abordaremos o case de sucesso da Buser, 'Alcançando o Futuro com Chatbots', revelando os principais desafios enfrentados e as estratégias que sua equipe adotou para superá-los.

Entrevistador: Conte-me um pouco da sua trajetória profissional até chegar a esta importante posição da Buser.

Lídia: Comecei vendendo pastel com meu avô, estudei Letras e Análise e desenvolvimento de sistemas, além de ter MBA em Gestão de Projetos. Entrei para o mundo do atendimento com 18 anos, onde passei por provedores de internet até chegar na telefonia móvel celular. Na Tim, fiz uma carreira muito rica, fui para a área de capacitação e treinamento, depois disso me tornei supervisora e ainda com muita ansia de aprendizado, fui para área de processos. Comecei a estudar o mercado, ver o mundo startup até que me apaixonei pelo desafio da 99 e entrei na posição de gerente do time de relacionamento e experiência. Construí tudo do zero, do recrutamento de pessoas aos sistemas e processos, foram quase 5 anos de muita dedicação, troca e tanta dedicação me levaram a ser head da área e ser parte fundamental da construção do primeiro Unicórnio brasileiro. Minha chegada na Buser foi com o desafio ainda maior de ajudar na disrupção do mercado rodoviário e garantir o direito de ir e vir de quaisquer pessoas do jeito mais simples e com preço mais justo, pra isso além de pensar na experiência do cliente e como melhorar cada vez mais as jornadas de nossos passageiros e motoristas, pensamos também em como manter o nosso business sustentável.

Entrevistador: Como a cultura organizacional da Buser apoia e promove a inovação em Customer Experience ou Customer Success? Como os valores e a cultura da empresa contribuíram para o sucesso do projeto premiado?

Lídia: O cliente é nossa premissa em existir, nem sempre é fácil colocá-lo no centro em meio a tantas adversidades, mas sempre temos nosso cliente ou a frente ou do nosso lado. A inovação é apenas um meio de melhorar a experiência e devolver tempo às pessoas e ser uma vertente de sustentação e manutenção de um business. A premiação é uma consequência do que entendemos das necessidades dos nossos clientes e do que queremos entregar como valor. Nossa cultura ajudou com o engajamento das demais áreas de negócios, para que todos os esforços possíveis fossem empregados e assim tivéssemos impactos positivos para nossos clientes, para nossos parceiros e para todas as pessoas que contribuíram para o nosso projeto.

Entrevistador: Qual foi o principal desafio que a Buser enfrentou ao implementar o case apresentado "Alcançando o futuro com Chatbots: uma história de sucesso na experiência do cliente"? E como sua equipe superou esses desafios?

Lídia: A Buser enfrentou um desafio crucial ao implementar chatbots: garantir que oferecessem uma experiência de usuário eficaz e satisfatória, alinhada à jornada do usuário. Para superar isso, a equipe adotou uma abordagem abrangente. Eles mapearam minuciosamente a jornada do usuário e estruturaram a árvore de conversação dos chatbots para direcionar os usuários de forma eficaz ao longo de sua jornada, com mais de 200 fluxos distribuídos em 9 etapas diferentes da jornada do usuário. Além disso, desenvolveram APIs para alimentar o autosserviço dos chatbots, garantindo soluções rápidas e eficientes para as necessidades dos clientes, com mais de 30 autosserviços criados para atender diferentes necessidades do usuário. A equipe realizou curadoria periódica das conversas dos chatbots, analisando dados de interação, feedback dos clientes e tendências de mercado para manter os chatbots relevantes e eficazes. Também conduziram testes regulares, incluindo usabilidade e A/B, para adaptar os chatbots às mudanças de cenário de forma ágil. Além disso, integraram inteligência por meio de chat GPT nos fluxos de vendas e evasivas, proporcionando uma interação mais fluida e reduzindo etapas no processo de compra. Esses esforços combinados resultaram em uma experiência de usuário aprimorada e maior satisfação dos clientes, destacando a eficácia da estratégia da Buser no uso de chatbots na experiência do cliente.

Entrevistador: Como o reconhecimento no The Customer Summit Awards impactou na Buser e qual é a importância de participar de iniciativas como o The Customer Summit para o setor?

Lídia: O reconhecimento no The Customer Summit Awards teve um impacto significativo na Buser, pois validou o compromisso da empresa em proporcionar uma excelente experiência ao cliente. Esse reconhecimento não apenas aumentou a visibilidade da Buser no mercado, mas também fortaleceu sua reputação como líder em inovação e qualidade de serviço. Participar de iniciativas como o The Customer Summit é de suma importância para o setor, pois oferece uma oportunidade única para as empresas compartilharem melhores práticas, aprenderem com outras organizações e se destacarem no mercado. Além disso, esses eventos proporcionam uma plataforma para o reconhecimento público do trabalho árduo e dedicação das empresas em oferecer experiências excepcionais aos clientes. Participar de iniciativas como essa não só impulsiona a competitividade das empresas, mas também eleva o padrão de excelência em todo o setor, beneficiando assim tanto as empresas quanto os clientes.



CONFIRA A ENTREVISTA COM CINTIA RODRIGUES, SUPERINTENDENTE DE CANAIS DE RELACIONAMENTO DO GRUPO BRADESCO SEGUROS

Na entrevista de hoje, trazemos Cintia Rodrigues, compartilhando suas vivências e insights adquiridos ao longo da sua expressiva carreira no mundo do sucesso e experiência do cliente.

Entrevistador: Conte-me um pouco da sua trajetória profissional até chegar a esta importante posição na Bradesco Seguros.

Cintia: Eu costumo sintetizar que meus mais de 20 anos de mercado financeiro foram construídos por atividades e gestões em formato de uma espiral ascendente. Passei pela área comercial, com gestão de áreas que precisam cuidar de clientes de altíssimo valor para a empresa, e rentabilização do portfólio; trabalhei com produtos (Asset management), desde a estruturação de investimentos e suas jornadas até distribuição e o relacionamento pós-vendas. Passei ainda pela Gestão da qualidade/treinamento, com controles para a qualidade das vendas, atendimentos, relacionamento dos clientes de acordo com cada necessidade; em projetos, com pioneirismo na estruturação de toda evolução do modelo de maturidade tecnológico omnichannel para nossos segurados; e não menos importante, com Planing/MIS/Analytics, na utilização de dados gerando informações para consumo nas estratégias de curto, médio e longo prazo envolvendo modelos preditivos. Além da operação de atendimento aos seguradores e corretores de todas as empresas do grupo segurador. No momento, atuo como Superintendente em Canais de Relacionamento, abrangendo todas as experiências anteriores, visão 360°, com mote no clientecentrismo, com excelência no atendimento e eficiência de custos.

Entrevistador: Como a cultura organizacional da Bradesco Seguros apoia e promove a inovação em Customer Experience ou Customer Success? Como os valores e a cultura da empresa contribuíram para o sucesso do projeto premiado?

Cintia: A essência do Grupo Bradesco Seguros consiste em colocar o cliente no centro do negócio, com foco em soluções personalizadas em todas as etapas da jornada dos nossos segurados. Nessa linha, investimos continuamente na transformação digital, no aprimoramento dos canais digitais, além da revisão das jornadas dos produtos e serviços. Mas, além disso, a empresa contribui para a capacitação dos profissionais que atuam em nossos canais de atendimento, pois o relacionamento e atendimento de excelência são fatores primordiais para a Companhia.

Entrevistador: Qual foi o principal desafio que a Bradesco Seguros enfrentou ao implementar o case apresentado "A Voz da Bradesco Seguros – Transformando o atendimento em saúde com inteligência artificial"? E como sua equipe superou esses desafios?

Cintia: Vale explicar o desafio macro que tínhamos, compartilhado com as instituições de saúde, que tratava do alto índice de pacientes que não compareciam aos agendamentos, o que resultava em desperdício de tempo, recursos e perdas financeiras.

A partir disso, tínhamos o desafio de estruturar uma solução abrangente, que utilizasse automação, integração de sistemas e inteligência artificial. Nossa equipe de programadores e analistas de negócios se deparou com um desafio de criar uma estratégia completamente nova e focada no desenvolvimento e na implantação do agente virtual, construindo um sistema interativo e eficiente.

O que criamos foi inovador pois os pacientes, público diretamente envolvido, recebem chamadas do robô para confirmar ou cancelar consultas médicas e exames, integrando ao sistema de controle e gestão clínicas, melhorando, assim, a experiência do paciente.

Sermos uma companhia sempre atenta às demandas do mercado contribuiu para o desenvolvimento do projeto Voicer, que apresenta uma solução inovadora na área da saúde combinando inteligência artificial, análise cognitiva e voz natural para transformar o processo de agendamentos.

Entrevistador: Como o reconhecimento no The Customer Summit Awards impactou na Bradesco Seguros e qual é a importância de participar de iniciativas como o The Customer Summit para o setor?

Cintia: Vale ressaltar o quanto ficamos orgulhosos com este reconhecimento. Acreditamos que estamos na direção certa ao seguir o slogan da empresa "Com Você Sempre!", pois estamos presentes em todos os principais canais de atendimento, atuando de forma resolutiva nas demandas. Por meio desse trabalho reconhecido e de sucesso, queremos cada vez mais colaborar para que o setor se torne mais acessível aos clientes, tornando o relacionamento transparente e colaborando para que eles consigam resolver com prontidão suas demandas.

A Voz da Bradesco Seguros: Transformando o Atendimento em Saúde com Inteligência Artificial

*Inteligência Artificial
na Vanguarda da
Saúde: Bradesco
Seguros Redefine o
Atendimento,
Diminuindo Ausências e
Aumentando Satisfação
dos Pacientes*



O Grupo Bradesco Seguros, um dos líderes do mercado segurador nacional e da América Latina, tem uma trajetória de sucesso e inovação, evidenciada pela sua posição de destaque por mais de 16 anos consecutivos. Com uma história que se estende por mais de 80 anos, a seguradora, integrante da Organização Bradesco, tem demonstrado um crescimento anual impressionante, mantendo cerca de 25% de market share e uma atuação multilinha que a diferencia no mercado.

Antes da implementação do projeto "A Voz da Bradesco Seguros", a empresa enfrentava o desafio da alta taxa de no-shows em consultas e exames agendados, um problema comum no setor de saúde que resulta em perdas significativas tanto para os pacientes quanto para as instituições de saúde. Além do impacto financeiro, a ineficiência na utilização dos horários agendados afetava negativamente a produtividade do staff operacional e a sustentabilidade econômica das instituições de saúde.

Para superar esses desafios, a Bradesco Seguros implementou uma solução inovadora que utiliza a automação, a integração de sistemas e a inteligência artificial. O projeto consistiu na criação de um sistema de confirmação de agenda automatizado que envia alertas aos pacientes através de ligações com resposta por meio de linguagem natural. A integração eficiente entre o sistema de confirmação e o sistema de gestão dos pacientes foi alcançada por meio de APIs, garantindo a sincronização automática das informações de agendamento. Além disso, técnicas avançadas de processamento de linguagem natural e reconhecimento de fala foram empregadas para aprimorar a experiência do paciente durante as ligações automatizadas.

Os resultados alcançados com a implementação do agente virtual de voz foram notáveis, destacando-se o aumento da taxa de atendimento das ligações para quase 50%, significando que metade dos pacientes contatados interagiram com sucesso com o

sistema. Aproximadamente 40% das ligações resultaram em confirmações ou cancelamentos, demonstrando a eficácia do agente virtual em facilitar essas ações. Além disso, impressionantes 95% dos pacientes seguiram o fluxo de conversação até o final, evidenciando a fluidez e naturalidade da experiência proporcionada pelo sistema automatizado.

A solução "A Voz da Bradesco Seguros" não apenas otimizou o processo de confirmação e cancelamento de consultas, mas também promoveu uma melhor utilização dos horários disponíveis, reduziu significativamente o índice de no-shows e melhorou a agenda dos profissionais de saúde. Além dos benefícios operacionais, a alta taxa de conclusão das ligações e o engajamento dos pacientes confirmaram que a experiência do usuário foi positiva e satisfatória, evidenciando o sucesso da iniciativa em transformar o atendimento em saúde com a ajuda da inteligência artificial.

Buser: Alcançando o Futuro com Chatbots: Uma História de Sucesso na Experiência do Cliente

Transformação da Experiência do Cliente: Como a Buser Revolucionou com o Chatbot Maria dos Anjos



A Buser, uma inovadora plataforma brasileira de intermediação de viagens de ônibus, se destacou por transformar radicalmente a experiência do cliente no setor de mobilidade coletiva. Iniciando como uma plataforma de fretamento colaborativo, a Buser evoluiu para uma plataforma multisserviços de mobilidade coletiva, incluindo um marketplace de passagens de ônibus, consolidando-se como líder no Brasil.

Antes da implementação do projeto inovador, a Buser enfrentava desafios significativos relacionados ao atendimento ao cliente. Estes incluíam baixa retenção e satisfação do cliente, elevado volume de atendimentos humanos, complexidade na jornada do cliente, dificuldades na integração com sistemas internos e a necessidade de personalizar o atendimento ao cliente.

Para superar esses desafios, a Buser implementou uma solução baseada em tecnologia: um chatbot chamado Maria dos Anjos. Este chatbot foi projetado para abordar

de forma eficaz as dores identificadas, integrando-se harmoniosamente com outros canais de atendimento e sistemas internos da empresa. O projeto incluiu a definição estratégica do chatbot, levantamento dos principais motivos de contato, desenho de uma árvore de decisão para orientar as interações, integração com ferramentas como CRM e Omnichannel, treinamento da equipe, migração de volume de contatos para o chatbot, acompanhamento de resultados, e a curadoria e manutenção contínua do sistema.

Os resultados obtidos pela Buser foram notáveis. A implementação do chatbot resultou em um aumento significativo na satisfação geral do cliente, de 46% para 70%, além de uma economia de aproximadamente 3 milhões de reais em custos operacionais. A carga de trabalho da equipe de atendimento foi consideravelmente reduzida, e o atendimento digital passou a representar cerca de 70% do volume total de atendimentos. A reformulação da Central de

Ajuda e a implementação do chatbot transformaram a experiência do cliente, alinhando-se perfeitamente com a missão da empresa de democratizar o acesso ao transporte rodoviário no Brasil.

Este projeto não apenas solucionou os desafios enfrentados pela Buser, mas também trouxe reconhecimento no Prêmio Internacional The Customer Summit Awards 2023, destacando o compromisso da empresa com a excelência na experiência do cliente. A implementação do chatbot Maria dos Anjos pela Buser é um testemunho do poder da tecnologia e da inovação no aprimoramento da experiência do cliente e na otimização de operações empresariais.

Energisa ON - A Energisa Dentro de Casa. Uma Revolução na Experiência do Cliente

Energisa Reinventa o Atendimento ao Cliente: Transformação Digital Impulsiona Eficiência e Satisfação



O Grupo Energisa, com uma história de 118 anos, se estabelece como o principal conglomerado privado do setor elétrico de capital nacional no Brasil. Abrangendo 10 distribuidoras em diversos estados e atendendo mais de 20 milhões de pessoas, a Energisa é uma gigante que gera mais de 20 mil empregos diretos e indiretos, com uma receita bruta anual que ultrapassa os 30 bilhões.

A situação antes da transformação digital na Energisa era marcada por desafios significativos. A sobrecarga dos canais convencionais de atendimento, como call centers e agências, era um problema crítico, principalmente devido à demanda por serviços que poderiam ser facilmente automatizados. A falta de padronização visual entre os canais de atendimento contribuía para uma experiência desconexa para os usuários, criando a impressão de interação com várias empresas, não uma entidade unificada. Limitações tecnológicas dificultavam a inovação e a implementação

de novos serviços digitais, impactando negativamente a usabilidade e a integração de serviços.

Para endereçar esses desafios, a Energisa implementou uma série de soluções inovadoras, todas integradas através de uma API comercial, permitindo a comunicação e troca de informações entre diferentes plataformas de forma unificada. A centralização das informações do cliente possibilitou um atendimento personalizado e mais eficiente. Uma listagem de serviços inteligentes foi criada, melhorando significativamente a navegação e compreensão dos serviços disponíveis, através de descrições claras, cores e ícones intuitivos. A introdução da Fatura Digital e da Inteligência Artificial otimizou a compreensão do consumo, facilitou pagamentos e proporcionou maior autonomia e segurança aos clientes, através de funcionalidades como reconhecimento facial para a verificação de identidade. Além disso, a campanha de comunicação focada

aumentou a aderência e o uso das soluções digitais.

Os resultados foram expressivos e multifacetados. Houve uma redução significativa nos custos operacionais, tanto nos atendimentos presenciais quanto telefônicos, e uma diminuição nas visitas improcedentes, graças à capacidade do aplicativo de filtrar solicitações indevidas. A eficiência das campanhas de informação via Push Notifications reduziu o custo com envios de SMS. No ranking de satisfação do cliente, o aplicativo Energisa ON avançou significativamente, alcançando a posição 46 na Google Play Store, destacando-se como um dos melhores aplicativos do mercado segundo os usuários. Mais de 14 serviços foram revitalizados, tornando-os intuitivos e interconectados, resultando em mais de 38 milhões de contatos fazendo do aplicativo um dos principais canais de comunicação com o cliente, representando cerca de 40% do total de atendimentos.

Minha Naturgy - Transformação do Relacionamento Digital - Elevando o Atendimento ao Cliente a Novos Patamares

Naturgy aprimora o padrão de atendimento ao cliente: Portal Minha Naturgy Impulsiona Experiência Digital e Eficiência Operacional



Naturgy

A Naturgy, uma multinacional de origem espanhola com atuação em 30 países, atende 18 milhões de clientes no segmento de gás e energia elétrica, sendo uma das principais operadoras do mercado de energia mundial. No Brasil, a Naturgy é responsável por três distribuidoras de gás que fornecem para um vasto número de residências, comércios, indústrias, e mais, no estado do Rio de Janeiro e na região sul de São Paulo, somando mais de 11 milhões de clientes e R\$ 9 bilhões em investimentos.

Antes da implementação do projeto Minha Naturgy em 2019, o atendimento ao cliente da empresa enfrentava diversos desafios. O site institucional, principal canal de atendimento, não era responsivo, dificultando o acesso através de dispositivos móveis. Além disso, a plataforma exigia um cadastro complicado e não facilitava o autosserviço, com múltiplos formulários e uma arquitetura não intuitiva, resultando em uma experiência desconectada e frustrante para o usuário.

Para superar esses desafios e melhorar significativamente a experiência do cliente, a Naturgy lançou o portal Minha Naturgy. Esta plataforma de autosserviço revolucionou o atendimento ao cliente, oferecendo um espaço onde clientes e não clientes podem resolver suas demandas de forma rápida e intuitiva, seja pelo chatbot ou por chat/WhatsApp. A plataforma foi desenhada para ser responsiva, melhorando o acesso através de dispositivos móveis, que representam a maior parte dos acessos. A implementação visou simplificar as jornadas do cliente, tornando-as mais positivas e resolutivas, independentemente do canal escolhido pelo cliente para interagir com a empresa.

Os benefícios do portal Minha Naturgy incluem a melhoria da experiência digital do cliente, aumento do atendimento por chat, redução da demanda por atendimento tradicional, publicação de artigos para consulta, e a criação de atalhos e modelos de

esposta para facilitar o atendimento dos operadores. Além disso, a plataforma permite acesso rápido a funcionalidades automáticas importantes, como segunda via de fatura e débito automático, potencializando também o canal de vendas online.

Os resultados obtidos com o portal Minha Naturgy foram impressionantes. De 2020 a 2023, foram registradas 145 milhões de operações de clientes, com uma redução significativa nas interações por canais convencionais. Em 2022, o portal registrou 35 milhões de operações, evidenciando um incremento de 126% nas operações em comparação aos anos anteriores. As solicitações digitais passaram a representar uma grande maioria das demandas recebidas pela empresa.

Este caso de sucesso não apenas demonstra a capacidade da Naturgy de se adaptar e inovar no atendimento ao cliente, mas também reafirma seu compromisso com a oferta de uma experiência do cliente superior, utilizando a tecnologia para facilitar e agilizar os processos de atendimento e interação com a empresa, consolidando a Naturgy como uma referência em atendimento ao cliente no setor de energia.

Teleperformance e Ambev - A Experiência Digital Transformando o Comportamento e Gerando Eficiência e Performance

Transformação Digital na Experiência do Cliente: Como a Parceria Estratégica entre Teleperformance e Ambev Revolucionou o Atendimento e Impulsionou a Eficiência Operacional



A Teleperformance, líder global em soluções integradas de experiência do cliente com alta tecnologia e segurança, se estabeleceu como parceira estratégica de inúmeras empresas de prestígio mundial. Presente no Brasil desde 1998 e atuando globalmente em 91 países com uma equipe de mais de 410.000 colaboradores, a Teleperformance é reconhecida por sua capacidade de entender profundamente as necessidades e comportamentos dos consumidores em diferentes setores e mercados. A colaboração entre a Teleperformance e a Ambev, gigante do setor de bebidas nascida da fusão entre a Cervejaria Brahma e a Companhia Antarctica em 1999, é um caso emblemático de como a tecnologia e a experiência no mercado podem impulsionar a eficiência dos processos internos e enriquecer a experiência do cliente.

Antes da intervenção da Teleperformance, os clientes da Ambev frequentemente recorriam ao atendimento telefônico por questões que poderiam ser facilmente resolvidas por meio do aplicativo, gerando um volume significativo de chamadas.

Em 2020, a estrutura de atendimento contava com 144 posições de atendimento ocupadas por 188 especialistas, para administrar um volume de mais de 2,5 milhões de chamadas de revendedores.

A solução implementada foi a migração dos canais de atendimento via voz e WhatsApp para o autoatendimento por meio do aplicativo BEES, uma inovadora plataforma digital B2B que transformou os processos de vendas e distribuição. Ao incentivar os clientes a utilizarem o BEES, a Teleperformance e a Ambev não só geraram eficiência operacional, mas também reduziram significativamente o tempo de tratativa (SLA) para os revendedores de todo o portfólio de bebidas e produtos da Ambev. Essa transformação permitiu que os representantes de vendas tradicionais evoluíssem para Desenvolvedores de Negócios, enquanto os pedidos passaram a ser realizados a qualquer momento através da experiência digital, centralizando diferentes opções de compra em um único aplicativo.

Os resultados alcançados foram notáveis: houve uma redução de 71% no volume de chamadas dos revendedores, que adotaram o aplicativo BEES como plataforma principal para suas necessidades. A quantidade de posições de atendimento foi reduzida de 144 em 2020 para 68 em 2023, representando uma economia de custos de 47% para o cliente. A aderência ao sistema BEES saltou de 12% em 2020 para 91% em 2023, e a satisfação do consumidor (C-SAT) aumentou de 87,60% em 2020 para 91,81% em 2023, demonstrando um claro aprimoramento na experiência do cliente e um aumento significativo na eficiência operacional.

Esta colaboração entre a Teleperformance e a Ambev exemplifica perfeitamente como a integração de tecnologias digitais e uma compreensão profunda das necessidades do cliente podem transformar o atendimento ao cliente, otimizar processos e gerar resultados de negócios excepcionais.

Vibra Digital e Grupo Bandeirantes - RECloud: Revolucionando a Distribuição de Mídias

Revolucionando a Distribuição de Mídia: Como a RECloud da Vibra Digital Transforma a Gestão de Conteúdo para o Grupo Bandeirantes



vibra
.digital

A Vibra Digital, uma empresa spin-off de Tecnologia e estratégia digital do Grupo Bandeirantes, emerge como um exemplo proeminente de inovação e eficiência no universo da distribuição de mídias. Com a missão de monetizar todo vínculo da audiência através de produtos e serviços escaláveis apoiados por alta tecnologia, inteligência de dados e inovação, Vibra Digital se posiciona como um catalisador de crescimento e expansão para um dos maiores conglomerados de mídia do Brasil. Com mais de 85 anos de história, o Grupo Bandeirantes opera em diversas frentes de mídia incluindo TV aberta, TV a cabo, rádio e plataformas digitais.

Antes da implementação da RECloud, os jornalistas do Grupo Bandeirantes enfrentavam desafios significativos na distribuição de conteúdo. A necessidade de converter e baixar mídias em formatos específicos e depois postá-las manualmente em diversas plataformas digitais era um processo demorado e ineficiente. Esse cenário também apresentava problemas de segurança, com a gestão de múltiplos logins e senhas para diferentes plataformas.

A resposta a esses desafios veio na forma da RECloud, uma solução inovadora desenvolvida internamente para a edição e distribuição automática de conteúdo em vídeo e áudio. Esta ferramenta permite aos jornalistas realizar cortes e distribuir conteúdo simultaneamente em todas as plataformas digitais relevantes, como YouTube, Facebook, Twitter, Dailymotion, Spreaker, TikTok, o site do grupo e Bandplay, com apenas um clique. O conteúdo é otimizado para cada canal, garantindo não apenas agilidade, mas também uma distribuição mais eficaz dentro dos algoritmos das plataformas.

Os resultados alcançados pela implementação da RECloud foram notáveis. Em apenas um ano, a produtividade do time de conteúdo triplicou, a receita no YouTube aumentou quase seis vezes, e, com apenas 28% a mais de vídeos publicados, houve um incremento de 66% em visualizações. Este sucesso é atribuído à eficiência operacional da ferramenta, que não só reduziu significativamente o tempo necessário para a postagem de mídias em diversas plataformas, mas também melhorou a segurança ao

eliminar a necessidade de compartilhar senhas de acesso com toda a equipe.

A RECloud exemplifica como a Vibra Digital e o Grupo Bandeirantes estão na vanguarda da inovação digital, utilizando a tecnologia para superar desafios operacionais, aumentar a produtividade e gerar crescimento significativo em receita e engajamento de audiência. Este caso de sucesso reforça o compromisso do grupo com a excelência e a inovação na distribuição de conteúdo de mídia, estabelecendo novos padrões de eficiência e segurança na indústria.



Roberto Madruga é PhD e líder na implementação e prática no Brasil em CX, CS e EX. Autor, speaker, CEO na Conquist; Fundador do ecossistema The Customer Summit.

A Revolução da Inteligência Artificial no Customer Experience

Como um dos pioneiros no desenvolvimento do Customer Experience (CX) no Brasil, testemunhei e influenciei a evolução de uma era dominada pelo foco no "atendimento" para um contexto onde o CX é reconhecido como um elemento central e abrangente de toda cadeia de valor e estratégia empresarial e não apenas no pós-vendas. Essa transformação não somente alterou a maneira como as empresas interagem com seus clientes, mas também instigou uma mudança significativa nas estratégias de negócios, refletindo uma compreensão mais profunda das necessidades e expectativas dos clientes.

Na implementação dessa metodologia focada na cultura CX em meus projetos, venho adotando uma abordagem que prioriza estratégias antecipadas às tradicionais preocupações de atendimento ao cliente. Esta perspectiva abrangente tem sido fundamental para alcançar resultados ainda maiores para os clientes com quem trabalho.

Através desta metodologia, busco ir além do superficial, explorando mais profundamente CX. Por exemplo, ao focar na cultura CX desde o início, facilito a criação de ambientes onde a satisfação do cliente é uma prioridade compartilhada por todos, da diretoria aos funcionários de linha de frente. Esse compromisso com a excelência no CX permeia cada aspecto da organização, garantindo que cada interação reflita o valor que damos aos nossos clientes.



Para melhorar as jornadas dos clientes a tecnologia absorvida pelas empresas não para de evoluir e nunca vai parar. É por isso que temos que continuar transformando o mercado e introduzir novos métodos e ferramentas que transformem para melhor essas jornadas. Dessa forma, isso reduz significativamente o risco de a tecnologia ser mal implantada

Inteligência Artificial, Educação e CX

A evolução do Customer Experience nos últimos anos não apenas testemunhou, mas foi profundamente transformada pela ascensão da Inteligência Artificial (IA). Esta revolução, impulsionada pela habilidade de personalizar interações em uma escala sem precedentes e antecipar as necessidades do cliente antes mesmo de serem articuladas, marca o início de uma nova era no relacionamento entre empresas e consumidores. Dentro deste contexto de inovação contínua, destaco uma iniciativa pioneira: fomos os primeiros em nosso país a criar um curso de IA para profissionais de CX, apenas duas semanas após o lançamento do ChatGPT!

Transformação de CX pela IA: uma jornada renovada

A era digital trouxe consigo uma revolução sem precedentes, centralizada no cliente, onde a Inteligência Artificial (IA) desempenha um papel protagonista, transformando radicalmente o Customer Experience (CX). Esta transformação vai além da simples automatização de tarefas,

movendo uma personalização sem precedentes, uma compreensão profunda dos desejos e necessidades dos clientes e uma inovação contínua em produtos e serviços. A seguir, irei explorar em detalhes como a IA está redefinindo cada etapa da jornada do cliente:

1. **Conscientização e consideração:**

Inicialmente, a IA otimiza a fase de conscientização, utilizando análise de dados para personalizar a publicidade. Esta capacidade não apenas aumenta a eficácia do marketing direcionado, mas também eleva o ROI das campanhas publicitárias, tornando-as mais relevantes para o público-alvo.

2. **Decisão de compra:**

Durante a decisão de compra, a IA fornece recomendações personalizadas e suporte em tempo real via chatbots, o que reduz a fricção no processo de compra, aumentando as taxas de conversão e melhorando a satisfação do cliente.

3. **Experiência pós-Compra:**

No pós-venda, a IA analisa continuamente o feedback dos clientes, identificando rapidamente áreas de melhoria. Este monitoramento proativo permite às empresas reagir rapidamente a problemas, melhorando a retenção de clientes e a lealdade à marca.

4. **Fidelização:**

A análise preditiva identifica clientes em risco de churn, permitindo intervenções proativas para retenção. A IA também ajuda a prever as necessidades futuras dos clientes, promovendo um relacionamento contínuo e profundo.



Além disso, temos utilizado a IA para:

- Aprimorar Produtos e Serviços;
- Análise de Feedback do Cliente
- Detecção de Padrões em Dados de Uso
- Análise Preditora para Inovação de Produto

Em resumo, montei essa tabela aqui para o leitor, para fundamentar como a IA está transformando o CX:

Aplicação	Antes da IA	Depois da IA	Impacto Transformador
Personalização	Segmentação genérica	Ultra-personalizada	Relevância e eficácia das interações com o cliente
Suporte ao Cliente	Limitado por horário e recursos	Disponível 24/7 via chatbots	Acessibilidade, satisfação do cliente, redução de custos
Feedback do Cliente	Coleta e análise manual, reativa	Análise automática e proativa	Insights rápidos e precisos para melhoria contínua
Inovação de Produto	Baseada em feedback direto, tendências de mercado	Impulsionada por análise preditiva	Aceleração da inovação e alinhamento com necessidades futuras
Segmentação de Cliente	Demográfica e comportamental	Comportamental preditiva e dinâmica	Segmentação precisa, adaptável a mudanças de comportamento
Engajamento do Cliente	Campanhas genéricas e reativas	Campanhas preditivas e interativas	Aumento do engajamento, eficácia das campanhas de marketing
Gestão de Relacionamento	Estratégias baseadas em suposições	Estratégias baseadas em dados e IA	Precisão, eficácia das estratégias de relacionamento
Experiência de Usuário	Heurísticas de design	Otimizada com base no comportamento real do usuário	Experiência de usuário intuitiva e gratificante

A integração da IA no CX marca o início de uma nova era na interação entre empresas e clientes, caracterizada por uma personalização sem precedentes, eficiência operacional e uma abordagem proativa à satisfação do cliente. Ao mesmo tempo, a IA serve como uma bússola para a inovação de produtos e serviços, assegurando que as ofertas das empresas não apenas atendam, mas antecipem as necessidades dos clientes. Nesse contexto, as empresas que adotarem essa tecnologia emergente não apenas se diferenciarão em seus respectivos mercados, mas também estabelecerão novos padrões de excelência em CX, pavimentando o caminho para o sucesso sustentável e o crescimento a longo prazo.

Para maiores informações, solicitação de palestras, consultoria ou treinamento, terei o prazer de atender você!

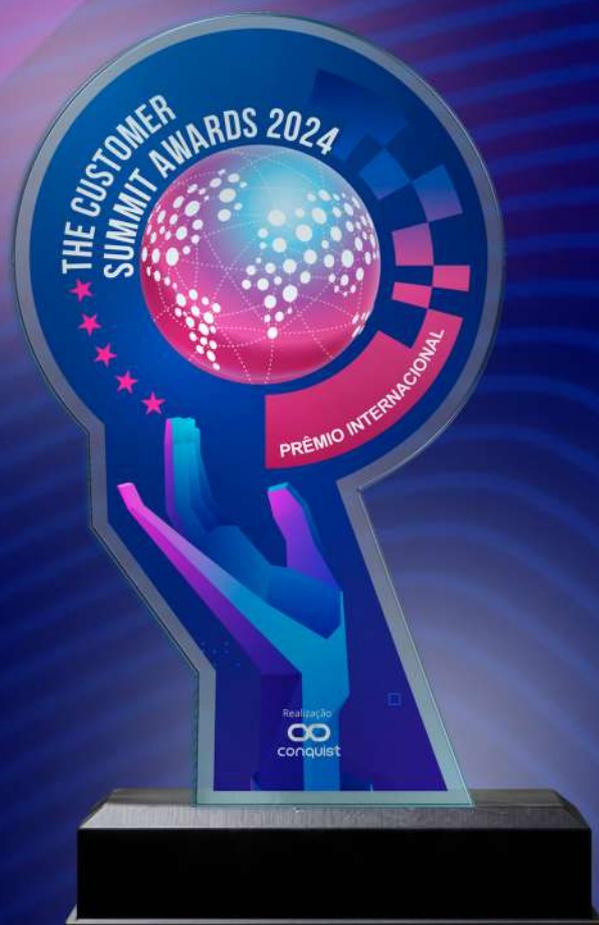
Prêmio

THE CUSTOMER SUMMIT AWARDS

2024

**Conquiste o reconhecimento
profissional que você e sua
empresa merecem!!**

Inscrições abertas



Realização



THE
CUSTOMER
SUMMIT

PREMIAÇÃO EM CX E CS

Inscrições Abertas
para o The Customer
Summit Awards

2024!

APROVEITE O VALOR
PROMOCIONAL
DO PRIMEIRO LOTE!



FUNDADOR E IDEALIZADOR

Roberto Madruga

EQUIPE ORGANIZADORA

Débora Leão

Felipe Cavassin

Pedro Cataldo

Regina Mamede

CRIAÇÃO E REALIZAÇÃO

Conquist

www.conquist.com.br





THE CUSTOMER SUMMIT

FAÇA PARTE VOCÊ TAMBÉM
DA **REVOLUÇÃO CUSTOMER!**

   /thecustomersummit

