

A PANDEMIA DO NOVO CORONAVIRUS E A NECESSÁRIA SUBSTITUIÇÃO DO CONTATO FÍSICO E PRESENCIAL NO ATENDIMENTO AO CLIENTE: A ASCENSÃO DO TELEATENDIMENTO

Ana Luiza Moura Motta de Mendonça Oliveira

Pedagoga, Centro Universitário Módulo (2009). Técnica em Gestão da Unidade de Negócio Litoral Norte – SABESP.

Endereço: Rua Pindamonhangaba, 309 - Sumaré - Caraguatatuba - SP - CEP: 11661-080 - País - Tel: +55 (12) 2102-7071 - e-mail: analuiza.moura89@gmail.com / aluiza@sabesp.com.br

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo evidenciar como a pandemia do COVID-19 alterou a forma de vida da população mundial, especificamente no ambiente empresarial e na prestação de serviços públicos no trato com seus clientes e usuários, uma vez que o atendimento pessoal e presencial nas agências teve de ser suspenso mediante decretos Federais, Estaduais e Municipais e orientações da Organização Mundial da Saúde – OMS para controle e prevenção da infecção pelo novo coronavírus do maior número possível de pessoas e quais as novas ferramentas de atendimento ao cliente foram utilizadas e poderão ser aplicadas para renovação deste modelo de atendimento, exemplificando com detalhes o modelo de teleatendimento por videochamada, onde o cliente e o representante da empresa tem contato instantâneo, ao vivo, através de plataformas digitais de áudio e vídeo, e como isso reaproxima ambas as partes, afastadas por um período tão extenso como atualmente passamos.

PALAVRAS-CHAVE: Teleatendimento. Satisfação do cliente. Inovação tecnológica.

INTRODUÇÃO

As medidas preventivas da contaminação da população com o novo coronavírus desde março de 2020 no Brasil mantém como princípio o distanciamento social e a higienização constante das pessoas, ressaltando assim a assepsia e o isolamento. É sabido que tais ações contribuem (e até o momento da construção deste trabalho continuam contribuindo) para remissão de tal índice contaminador, porém vários efeitos colaterais passaram a ser evidenciados na sociedade de maneira generalizada. Desde aumento de doenças e transtornos psicológicos, como depressão e síndromes de ansiedade até aumento da utilização e consumo de plataformas e serviços digitais, como *e-commerce* e assinaturas eletrônicas para diversos setores, de saúde a entretenimento.

Este trabalho visa analisar e demonstrar a necessidade de reinvenção e inovação dos canais de atendimento ao público por parte das empresas, tal como na Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo – SABESP, para manutenção dos seus índices de satisfação do cliente com a prestação dos serviços e atendimento visto que conforme foi dito, foram impossibilitadas de tê-los em seus prédios ou agências e vê-los face a face.

Conforme afirmou Alexander Johannes Aloysius Maria van Deursen e Willem Jan Pieterse¹ (2006):

[...] A Internet tem sido usada como um canal de prestação de serviços públicos desde meados da década de 1990. Nos primeiros anos de existência, considerou-se o canal de atendimento do futuro, tornando obsoletos todos os outros canais. Mas, até agora, o telefone e o contato cara a cara continuam sendo usados com mais frequência e têm uma classificação mais elevada. Ao comparar vários estudos que foram realizados recentemente em vários países, este artigo sugere que as características do canal o tornam um canal adequado para transações básicas e fornecimento de informações simples, e que o telefone e o contato pessoal continuam prevalecendo para tarefas pelo menos ambíguas e complexas. Portanto, a Internet pode ser um canal complementar em vez de um substituto dos canais tradicionais [...]

Em síntese, os autores afirmam que ainda que uma grande ferramenta, a internet não teria o poder de substituir os contatos telefônicos e pessoais ao vivo, visto que a informatização e automação destes sistemas não traziam pessoalidade e personalização dos atendimentos, necessidade básica do ser humano em qualquer interrelação. Por mais que sejam formas de auxiliar na gestão e contenção de grandes públicos para processos comuns e recorrentes, certos atendimentos não conseguiriam ser substituídos somente por robôs, não por falta de tecnologia, mas sim por desaprovação da clientela. Ainda que passada mais de uma década da redação deste artigo, vemos na atual sociedade que ainda há a necessidade de contato pessoal (não significando físico) e processos mais humanizados, e desta forma é apresentado o projeto de implantação e disseminação da ferramenta do teleatendimento ao público, saciando tais fatores.

OBJETIVO

Em matéria publicada em 17 de dezembro de 2020, quase um ano após a declaração da pandemia mundial pela OMS, a *Consumidor Moderno*² apresentou tendências que moldariam o cenário do atendimento ao cliente em 2021. Demonstrando como a pandemia havia acelerado o processo de transformação dos consumidores globalmente, tanto quanto em seus hábitos *online* mediante a disponibilidade de maior tempo, os clientes ainda haviam se tornado mais exigentes quanto ao custo e eficiência dos produtos e empresas das quais consumiam além de terem despertado um interesse maior pelos valores dessas empresas, que em consequência passariam a se tornar mais transparentes em cada ação e passo dados. Todo o cenário de atendimento ao cliente havia se tornado outro. Novo.

[...] O novo consumidor desconhece limites quando o assunto é “expectativa”. Todos desejam suporte rápido, 24 horas por dia, 7 dias por semana, e em um mundo com centenas de opções, as empresas precisam entregar o que os clientes desejam, sob o risco de perder para a concorrência.

A pesquisa da *Leading Edge Connections* apontou, no entanto, que embora 75% dos líderes de suporte digam que as expectativas do cliente em relação à sua equipe estão aumentando, menos da metade tem certeza de que está realmente atendendo a essas expectativas [...]

Nesse sentido, vemos que além da mudança do cenário por parte do cliente, era necessária uma mudança por parte da prestadora de serviço, uma vez que o atendimento ao cliente – desde os serviços oferecidos à forma como estão disponibilizados – exigia atualização e reformulação para que as expectativas fossem atingidas. No setor de serviços públicos havia um atenuante, pois o cliente não dispunha de outra alternativa para ser atendido, ou empresas concorrentes que o atenderiam caso ficasse insatisfeito. Desta ótica, a excelência no atendimento era fator imprescindível, tanto para diminuir número de reclamações possíveis em todas as instâncias disponíveis como para aumentar o índice de promoção da Marca, cuja pontuação é fator fundamental na validação quantitativa e precificada da Companhia junto aos acionistas e dentro do mercado de negócios, como citamos a Sabesp.

Além de alterações e atualizações procedimentais, sempre atendendo à legislação vigente e não excedendo limites possíveis, se fez necessária a implantação de novos canais e formatos de atendimento ao público, e conforme piloto aplicado na Agência de Atendimento ao Cliente de Caraguatatuba – SP, demonstramos um formato de teleatendimento utilizado com sucesso que trouxemos e evidenciamos neste trabalho, como prática a ser seguida.

METODOLOGIA UTILIZADA

A Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo é uma sociedade anônima de economia mista fundada em 1973 e responsável pelos serviços essenciais de fornecimento de água, coleta e tratamento de esgoto em 375 municípios do Estado de São Paulo, somando mais de 28 milhões de pessoas abastecidas com água potável e mais de 24 milhões com coleta de esgotos³. Em Caraguatatuba, município do Litoral Norte do estado com mais de 123.300 habitantes, a Sabesp opera atualmente com mais de 58.000 ligações de água e cerca de 70.000 economias. Desde a concepção da ideia que geraria este projeto piloto de teleatendimento no município, foram estabelecidas necessidades a serem atendidas e ferramentas que supririam tais necessidades. Descreveremos a metodologia utilizada passo a passo, até a efetiva ação de teleatendimento por videochamada, com sucesso por parte da Companhia e do cliente atendido.

3.1 Canais de atendimento disponíveis ao cliente Sabesp

Após início do distanciamento social e promulgação de decretos de diversos âmbitos impedindo o atendimento presencial do público em agências, a Sabesp ampliou seu atendimento de forma remota, com os seguintes canais:

- Atendimento telefônico gratuito ininterrupto em seus *call centers* (0800);
- Aplicativo informatizado “*Sabesp Mobile*”, disponível para sistemas operacionais Android e iOS;
- Agência Virtual *on-line* no sítio www.sabesp.com.br;
- Caixas de correio eletrônico individualizadas por Unidades de Negócio (regionais/municipais).

Entre todos esses canais somente um possuía interface instantânea entre atendente e cliente, sendo o atendimento telefônico. Embora os funcionários e atendentes da Companhia permanecessem em seus postos e a demanda tivesse sido potencializada, os clientes haviam se distanciado da empresa fisicamente e experimentado uma falta de algo cotidiano, pois os relacionamentos haviam se esfriado.

3.2 Concepção do processo de teleatendimento por videochamada

Com a premissa de se manter em nível de excelência na prestação de serviços e resolução de problemas pontuais que poderiam ocorrer resultando em reclamações, foi concebida em Caraguatatuba uma ideia de inovação no processo de atendimento ao cliente e à comunidade local, trazendo o usuário novamente para perto e “dentro” da Sabesp, demonstrando adaptação aos novos tempos, inovação nos seus procedimentos e processos internos e adesão às tecnologias e *softwares* existentes no mercado para controle e gestão desse novo projeto.

Tal ideia consistia em permanecer, de forma lógica, com a agência fechada para atendimento pessoal ao público e atender a demanda gerada através das ferramentas corporativas para atendimento ao cliente, mas testar uma nova ferramenta de contato instantâneo com áudio e vídeo. Para que fosse corretamente gerida, cada cliente teria acesso ao ambiente virtual com o atendente disponível através de um *link* gerado individualmente através da sua solicitação de agendamento prévio, e durante o atendimento, com prazo determinado, o mesmo poderia expor suas dúvidas ou solicitar esclarecimentos por parte da Companhia para que nas distintas plataformas já mencionadas conseguisse sucesso em suas solicitações, ainda que automatizadas. Nasceu assim o projeto piloto denominado “Conexão Sabesp”, para testes de sua eficiência e que resultou neste trabalho técnico.

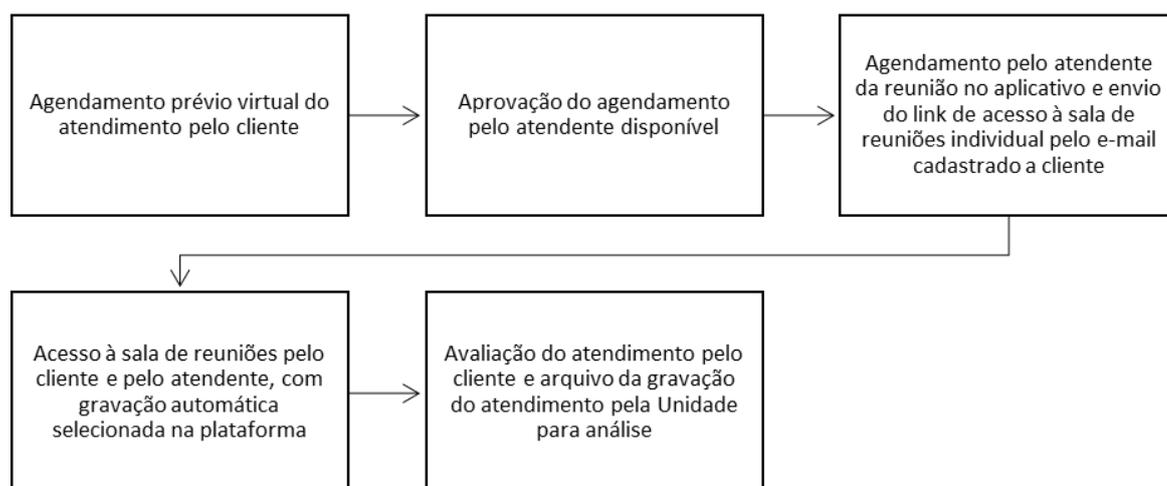


Figura 1: Desenho básico do processo concebido para o atendimento por videochamada

3.3 Ferramentas virtuais escolhidas para execução do projeto piloto

Após pesquisas de ferramentas disponíveis no mercado que atendessem ao projeto piloto idealizado em Caraguatatuba, foram escolhidas as seguintes plataformas, levando em consideração:

- legalidade do uso dos direitos autorais;
- valores das licenças de uso e prazos das mesmas;
- acessibilidade por parte dos clientes e usuários inseridos na comunidade a ser atendida

3.3.1 Agenda virtual online para agendamento por parte do cliente

Foi adquirido um pacote de uso padrão dos serviços de gestão e agendamento do programa gratuito para agendamento *on-line* “Reservio”, como www.sabesp-caraguatatuba.reservio.com.

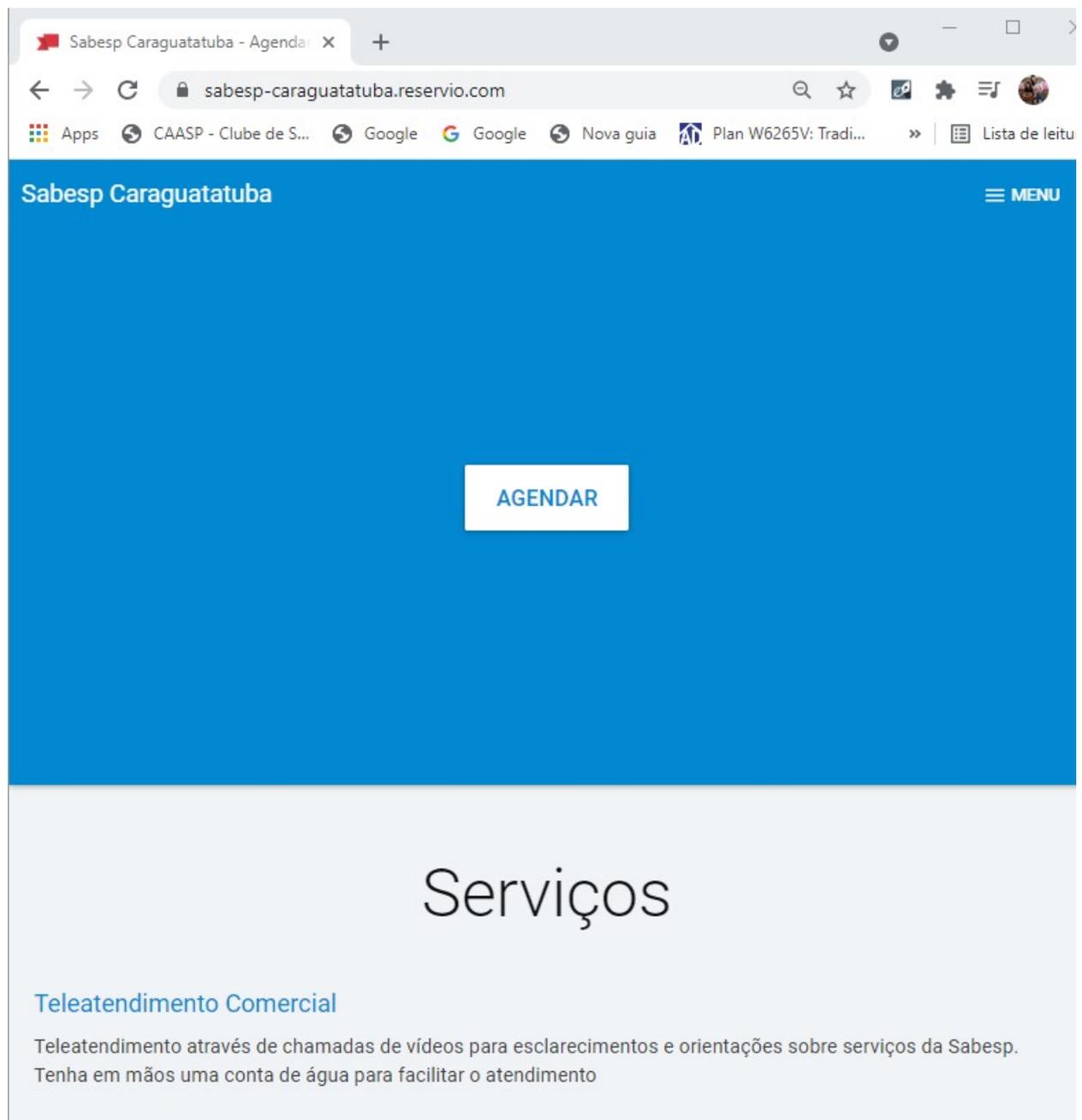
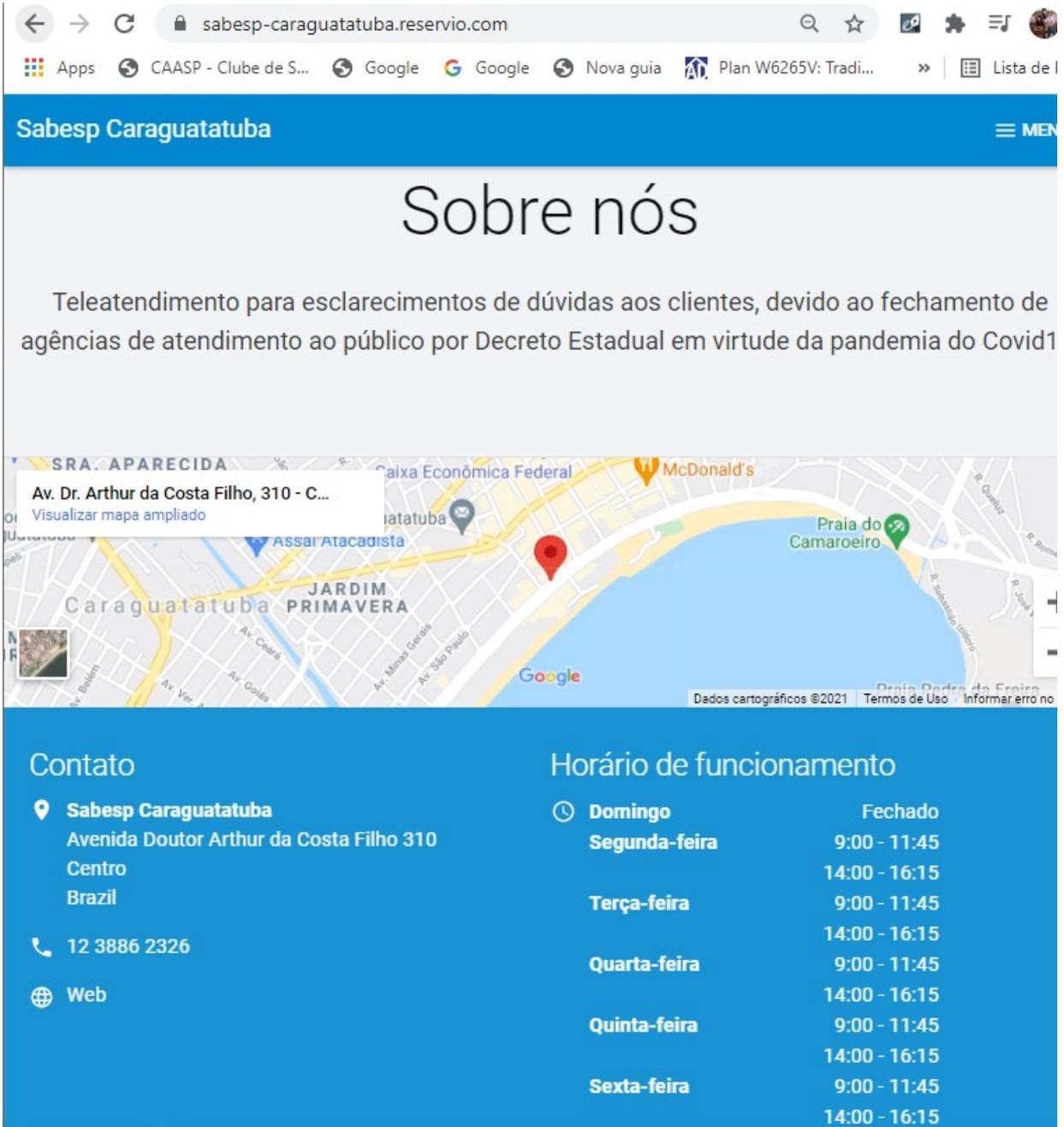


Figura 2.1: Visão geral do acesso ao domínio adquirido pela Agência de Caraguatatuba para agendamento pelo cliente



The screenshot shows a web browser displaying the website for Sabesp Caraguatatuba. The page title is "Sobre nós" (About us). Below the title, there is a text block explaining teleatendimento (teleassistance) for client inquiries due to the closure of public service agencies by a state decree during the COVID-19 pandemic. Below the text is a Google Map showing the location of Sabesp Caraguatatuba at Av. Dr. Arthur da Costa Filho, 310. The map includes labels for "SRA. APARECIDA", "Caixa Econômica Federal", "McDonald's", "Assar Atacadista", "Praia do Camaroeiro", and "JARDIM PRIMAVERA".

Contato

- Sabesp Caraguatatuba**
Avenida Doutor Arthur da Costa Filho 310
Centro
Brazil
- 12 3886 2326
- Web

Horário de funcionamento

Dia	Horário
Domingo	Fechado
Segunda-feira	9:00 - 11:45 14:00 - 16:15
Terça-feira	9:00 - 11:45 14:00 - 16:15
Quarta-feira	9:00 - 11:45 14:00 - 16:15
Quinta-feira	9:00 - 11:45 14:00 - 16:15
Sexta-feira	9:00 - 11:45 14:00 - 16:15

Figura 2.2: Visão geral do acesso ao domínio adquirido pela Agência de Caraguatatuba para agendamento pelo cliente

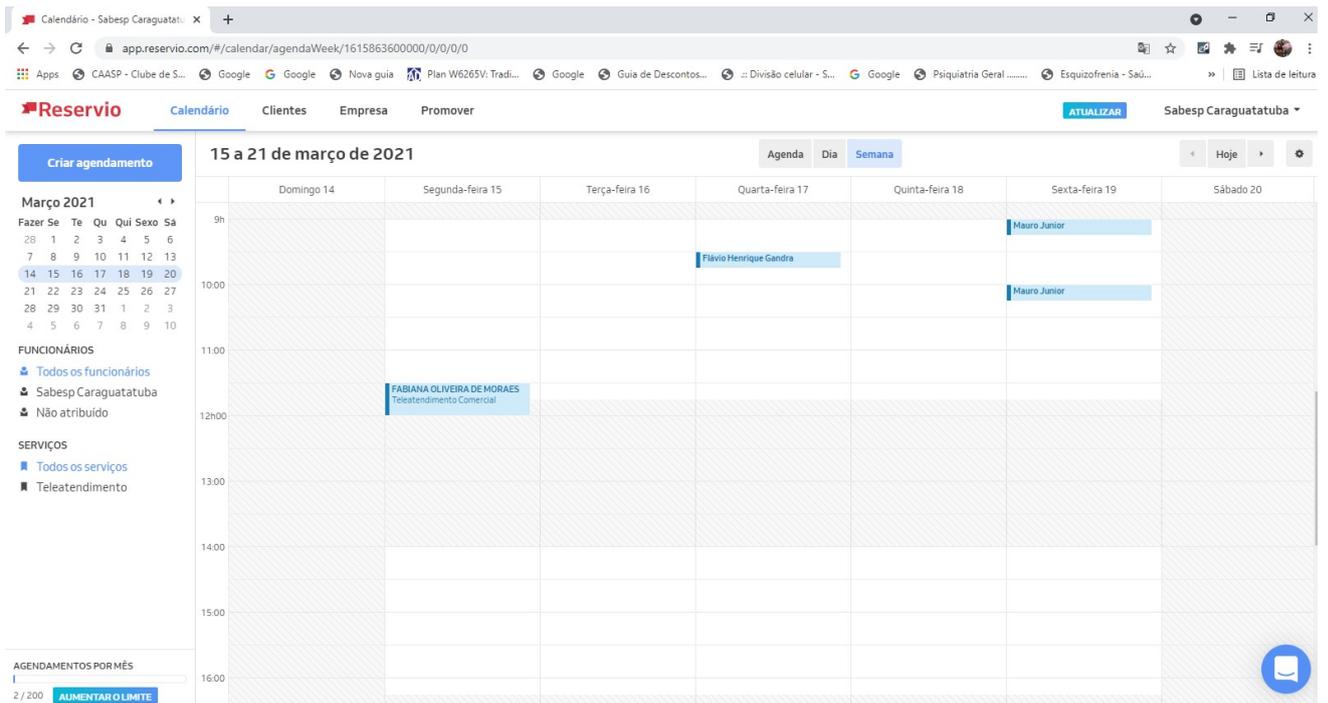


Figura 2.3: Visão geral da agenda disponibilizada pela plataforma de gestão da Unidade (acesso da Sabesp)

3.3.2 Aplicativo para atendimento virtual com áudio e vídeo

Foi escolhido o aplicativo para reuniões virtuais “Zoom” para atendimento aos clientes interessados, devido ao seu licenciamento de uso gratuito quando poucos usuários (duas pessoas) em sala ou tempo mínimo, como era definido em nosso planejamento piloto (atendimentos até 15 [quinze] minutos). Este aplicativo também era compatível com computadores ou *smartphones*, com versões *desktop* e *mobile*, o que ampliaria a possibilidade de acesso pelos clientes e comunidade em geral.

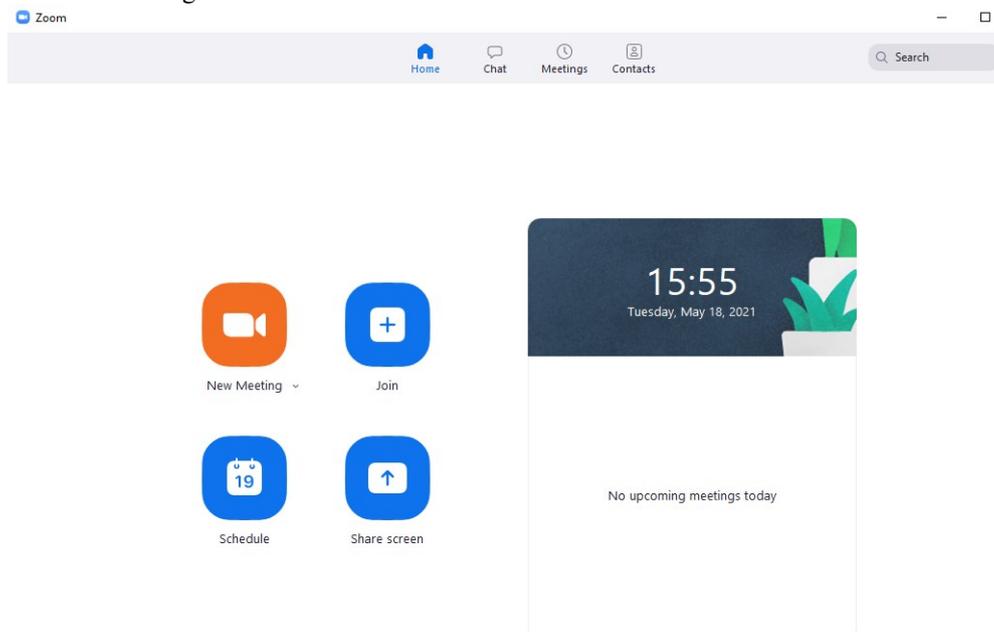


Figura 3: Visão da tela de início do aplicativo Zoom versão desktop e suas funcionalidades

Schedule meeting



Schedule Meeting

Topic

Conexão Sabesp's Zoom Meeting

Start:

ter maio 18, 2021

16:00

Duration:

0 hour

30 minutes

Recurring meeting

Time Zone: Sao Paulo

Meeting ID

Generate Automatically

Personal Meeting ID 691 684 5230

Security

Passcode ?

Only users who have the invite link or passcode can join the meeting

Waiting Room

Only users admitted by the host can join the meeting

Video

Host: On Off

Participants: On Off

Calendar

Outlook

Google Calendar

Other Calendars

Advanced Options ^

Allow participants to join anytime

Mute participants upon entry

Automatically record meeting on the local computer

Save

Cancel

Figura 3.1: Visão da tela de programação de reunião agendada no aplicativo *Zoom* e suas funcionalidades

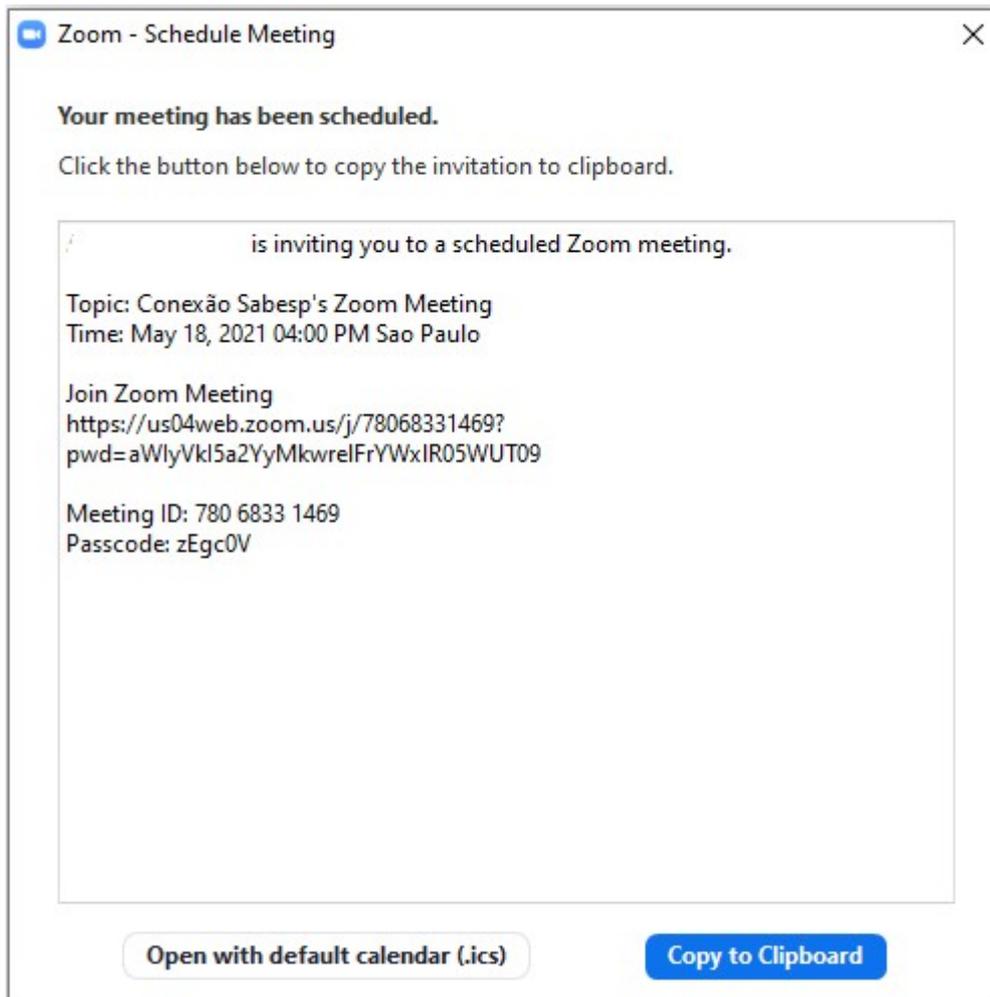


Figura 3.2: Visão da tela de confirmação e resumo da reunião programada e agendada no aplicativo *Zoom* e seus *links* para envio do convite ao cliente

3.3 Público alvo para aplicação do projeto piloto

Embora o objetivo deste projeto fosse a inovação da forma de atendimento na Companhia como um todo, era sabido que o piloto contaria somente com uma parcela de nossos clientes, para análise experimental do processo e das ferramentas, verificando assim a efetividade e assertividade de todas as ações implantadas. Para este projeto piloto então foi reduzido ao público jovem e economicamente ativos, e idade de produção comercial (entre 18 e 60 anos) com acesso à internet e destreza nas ferramentas virtuais, para que fosse inclusive evidenciado a transformação digital da comunidade e dos clientes que a Sabesp poderia estar acostumada. Para divulgação desta nova plataforma de atendimento foi contatada a Associação Comercial e Empresarial de Caraguatatuba, que difundiu entre os seus associados uma imagem contendo os dados para acesso e agendamento dos atendimentos, e também um resumo de o que essa nova ferramenta e forma de atendimento propunham.

QUEREMOS TE VER E ENTENDER SUAS SOLICITAÇÕES!

TELEATENDIMENTO POR VIDEOCHAMADA EM HORÁRIO AGENDADO* PARA ESCLARECIMENTO DE DÚVIDAS

Agende através do link:
HTTPS://SABESP-CARAGUATATUBA.RESERVIO.COM

CONEXÃO SABESP

sabesp

*De 15 a 31/03/2021, através da plataforma Zoom

Figura 4: Imagem de divulgação aos clientes selecionados para participarem do piloto

ANÁLISE

Com o processo desenhado, ferramentas definidas e público alvo selecionado, os atendimentos foram disponibilizados para início da execução do piloto.

A ferramenta de agendamento *on-line* “Reservio” se mostrou eficiente, de fácil acesso e manipulação, enviando *e-mails* aos endereços cadastrados, informando tanto da solicitação de agendamento quanto dos pedidos de cancelamento por parte dos clientes, e da mesma forma enviando aos clientes as mensagens de confirmação dos agendamentos solicitados ou cancelamento por parte da Sabesp, juntamente com os detalhes das reuniões já programadas pelo atendente da Companhia.

Da mesma forma, o aplicativo “Zoom” se mostrou eficiente, de fácil acesso e manuseio, dispondo de ferramentas para mensagens escritas, como o chat, compartilhamento de tela para demonstração de orçamentos, cálculos ou folheteria aos clientes, bem como gravação de todo o atendimento em pastas individuais no computador da empresa, para repasse à liderança e posterior análise dos atendimentos e da metodologia.

Os clientes atendidos em unanimidade avaliavam a nova forma de atendimento como plenamente satisfatória, pois tinham suas dúvidas esclarecidas de uma só vez, não sendo necessário envio de *e-mails* e sofrer a morosidade deste atendimento, ou aguardar em filas sobrecarregadas do atendimento telefônico para ter contato pessoal com um representante da Sabesp, onde poderia ter uma orientação mais esclarecedora de sua dúvida ou solicitação

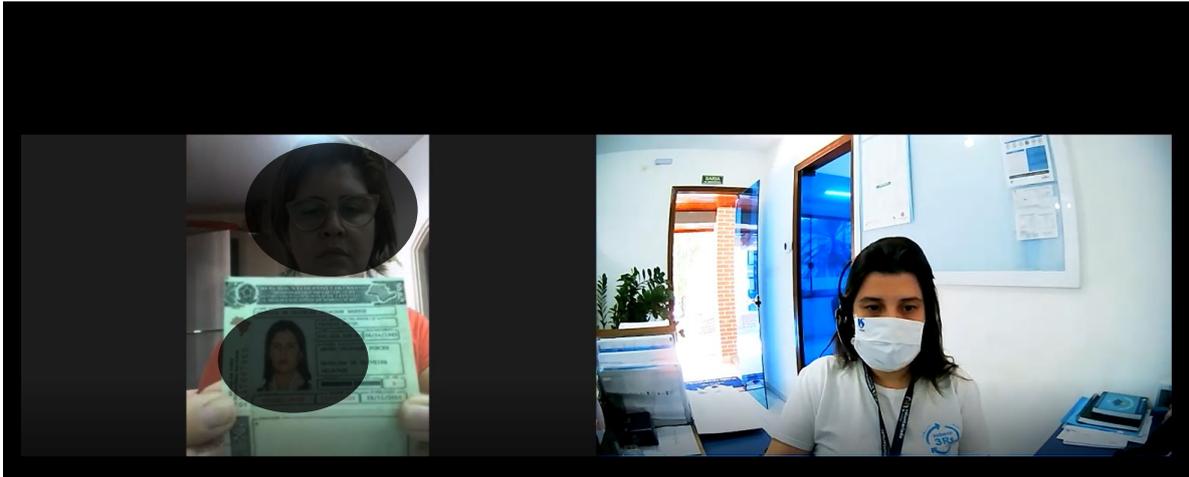


Figura 5: Captura de tela de um momento de atendimento dentro da plataforma Zoom, com atendente e cliente tendo interface instantânea e individualizada

Os clientes afirmavam, sem serem direcionados a isso, que este novo canal de atendimento os reaproximava da Empresa, que sentiam falta do atendimento pessoal por ocasião do distanciamento social generalizado e da expansão dos atendimentos robotizados em todos os tipos de comércios ou prestadores de serviços. Afirmavam que a desburocratização dos processos os facilitava na rotina diária e que este novo método deveria permanecer mesmo após o retorno à “normalidade” da sociedade, pois gerava menos custos com combustível, com hora/trabalho, com deslocamentos desnecessários ou repetidas vezes para tratar de assuntos já facilmente esclarecidos virtualmente pelo atendente habilitado.

Cabe ressaltar que a cidade de Caraguatatuba se trata de uma Estância Balneária, tendo por grande parte sua população flutuante formada por turistas e veranistas, da mesma forma a Sabesp passa a ter clientes de todas as partes do Estado de São Paulo ou outras localidades, que dependendo do serviço a ser solicitado precisavam viajar até o município e tratar pessoalmente na agência. Os procedimentos empresariais de atendimentos foram revistos e são atualizados corporativamente, não cabendo às agências ou áreas descentralizadas de alterarem os mesmos autonomamente.

CONCLUSÃO

Assim como foi disposto em todo esse artigo, a concepção e idealização deste projeto foi fruto de diversos fatores que convergiram ao mesmo resultado necessário. Momento atual, crise sanitária e econômica, novas legislações, inovação tecnológica, ascensão de ferramentas e metodologias hoje amplamente utilizadas e divulgadas, cenário do mercado de negócios e experiência do cliente com as empresas e marcas relacionadas a elas. Como afirmou Fernanda Dalben ⁴:

[...] Tratar cada cliente como sendo único é, sem dúvida, um caminho sem volta. Nota-se que o consumidor brasileiro está cada vez mais digital e conectado, em busca de experiências ágeis e seguras – desde que elas sejam personalizadas para as suas necessidades individuais. [...]

Além da mudança na atitude e rotina do cliente, há a necessidade humanizada e personalizada do seu relacionamento com a empresa em que consome. Não há mais espaço para serem generalizados ou postos em algum outro local que não o topo do pódio, sendo que da mesma forma este cliente ou usuário aplica a reciprocidade, tirando esta marca da sua lista de prioridades, abrindo espaço para concorrências. Quando pensamos em serviços públicos em uma dimensão como a da Sabesp, pensamos em excelência do início ao fim dos processos, e não somente em manter o que já é oferecido. As ações nas Bolsas de Valores não toleram uma imagem prejudicada por falta de adequação ao mercado e o mundo globalizado não permite atrasos em seu desenvolvimento e transformação. O que é demonstrado como bom em um exemplo, influencia toda uma rede – e quando se trata da rede mundial de computadores, a velocidade é algo a ser temido se não acompanhada. Grandes incorporações podem ainda utilizar de suas próprias plataformas para realizar tais mudanças, não sendo necessária tal logística descrita neste trabalho, como criação de *softwares* que atendam em seus próprios *websites* ou aplicativos virtuais.

Desta forma entendemos que o cliente possuiria uma experiência completa no âmbito da marca. A comunicação da mudança à comunidade geral também é ferramenta essencial no sucesso deste projeto, visto que a implantação da ferramenta necessita de público para interface e disseminação das alterações, como propaganda “gratuita” e promoção da empresa em sua própria rede de contatos e grupos sociais.

A proposta do teleatendimento por videochamada se mostrou factível, acessível e produtiva, trazendo benefícios não tangibilizados somente por retorno financeiro mas também por valor agregado, se tornando pioneira, exclusiva e atenta, aumentando fatores promotores na avaliação de clientes exigentes e adequada a permanecer na concorrência de novos mercados e novos negócios, atribuindo assim mais um diferencial na sua prestação de serviços e conquista de investidores e parceiros para novos desafios.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. VAN DEUSEN, A.; PIETERSON, W. The Internet as a service channel in the public sector. In *Proceedings of the ICA Conference*, Dresden, Germany, 19–23 June 2006.
2. BRAVO, Luiza. 5 tendências que vão moldar o cenário de atendimento ao cliente em 2021. Disponível em: <<https://www.consumidormoderno.com.br/2020/12/17/5-tendencias-moldar-atendimento-ao-cliente-2021/>>. Acesso em: 18 de mai. de 2021.
3. SABESP. Institucional. Disponível em:<<http://site.sabesp.com.br/site/interna/Default.aspx?secaoId=505/>> Acesso em 18 de mai. de 2021.
4. DALBEN, Fernanda. Os clientes não querem mais pensar. Disponível em: <<https://mercadoeconsumo.com.br/2021/03/17/os-clientes-nao-querem-mais-pensar/>>. Acesso em: 21 de mai. de 2021.