

Como podem os chatbots melhorar a experiência com o cliente?

Nos últimos anos, a tecnologia impôs uma nova forma de fazer negócios, de gerir e, claro, de se relacionar com os clientes. A experiência do cliente é um fator diferenciador para garantir o sucesso da marca e aumentar a sua notoriedade no mercado.

Assim, é essencial que as empresas entendam as expectativas e as necessidades dos seus clientes e, para isso, acompanhar o processo de interação com a marca em todas as fases é imprescindível de forma a dar a melhor e mais impactante experiência possível.

O consumidor está hoje claramente mais digital, informado e exige agilidade e rapidez quando interage com as marcas. Seja através de um call center, das redes sociais ou do website, o consumidor quer ser tratado de forma única e ver as suas dúvidas, questões ou reclamações resolvidas de forma adequada e imediata. Como tal, o tempo de espera deve ser o mínimo possível e proporcionar um tratamento personalizado e eficiente.

Porque será que 80% das empresas quer ter algum tipo de automação de chatbot ainda este ano?

Os chatbots surgem para dar respostas imediatas, eficazes e automatizadas, fazendo hoje parte da estratégia de atendimento ao cliente de muitas organizações.

Com recurso à Inteligência Artificial e ao Machine Learning, os chatbots ajudam os clientes a agendar serviços, a encontrar determinado produto ou serviço, a fazer re-



servas, ou a avaliar a sua experiência, por exemplo. É, sem dúvida, uma ferramenta poderosa que permite que qualquer empresa ofereça um atendimento mais personalizado, rápido e eficiente, libertando os recursos humanos para tarefas mais complexas.

Os chatbots conseguem também responder a perguntas ambíguas, aprender com o histórico das conversas e fazer análises preditivas baseadas em conversas em tempo real. O Processamento de Linguagem Natural permite reduzir, em muito, as falhas das interações com chatbots.

Segundo a Gartner, as empresas investirão na experiência do cliente nos próximos dois anos. 47% das organizações usarão chatbots para o atendimento ao cliente e 40% terão assistentes virtuais.

A Inteligência Artificial está assim a trans-

formar a forma como as empresas comunicam com os seus clientes e potenciais clientes. Segundo o Global Market Insights, o mercado de chatbots no mundo valerá mais de US \$ 1,3 bilião até 2024. Embora o caminho ainda seja longo, com recurso ao Machine Learning, à Inteligência Artificial e ao Processamento de Linguagem Natural, os Chatbots estão cada vez mais inteligentes e capazes. Economizam custos às empresas, criam uma experiência com o público mais agradável e impactam positivamente os consumidores ajudando a aumentar a notoriedade da marca.

Sem envolvimento humano, os chatbots são capazes de responder, por texto ou voz, por exemplo a questões sobre um preço, um desconto, agendar uma marcação, uma alteração de password, ou gerir uma reclamação por exemplo.

Os chatbots são, cada vez mais, englobados na estratégia da organização e permitem tratar cada cliente de forma individual e envolvente o que, sem dúvida, criará uma boa experiência, que se traduzirá em clientes mais fiéis e embaixadores da sua marca.

E, na sua organização, quer dar respostas eficientes 24 horas por dia, 7 dias por semana e que se enquadre nas expectativas dos seus clientes? ■

bi4all
TURNING DATA INTO INSIGHTS

Que benefícios traz um chatbot para a sua empresa?

- Redução de custos operacionais e do tempo médio de atendimento
- Experiência personalizada, agradável e imediata com o público
- Aumento da notoriedade da marca junto dos consumidores
- Um suporte 24/7, o que impacta positivamente na satisfação dos clientes
- Melhora a retenção dos clientes com um serviço de atendimento mais rápido e eficaz
- Permite automatizar o processo de vendas e a geração de leads
- Resolução de reclamações de forma rápida
- Aumento da produtividade e agilidade do negócio