



DIGITAL MADE ACCESSIBLE – INTERCEPTANDO O CLIENTE PARA A DIGITALIZAÇÃO

Tema: Atendimento Digital

Autores: Maíra Souza da Silva

Co-Autores: Mariana Aparecida Nogueira; Bruno Vilella

Empresa: Companhia Piratininga de Força e Luz

Resumo

Este trabalho apresenta a ferramenta do DMA, uma ferramenta que intercepta o cliente que liga no 0800 das distribuidoras e oferece um menu simples que o direciona para nossos canais digitais.

Esta ferramenta é da empresa DMA e foi contratada pela CPFL em 2020 com intuito de reduzir chamadas no call center através da digitalização do cliente e aumentando assim o alcance dos nossos canais digitais. Desde sua implementação a ferramenta já foi utilizada por mais de 4,2 milhões de clientes e já digitalizou 3,4 milhões de chamadas

1. Introdução

Em um cenário cada vez mais digital, a busca por soluções eficazes que melhorem a experiência do cliente se tornou uma prioridade para as empresas. Em 2020, nossa organização decidiu implementar a ferramenta Digital made accessible (DMA) com o objetivo de ampliar o alcance dos nossos canais digitais e facilitar a digitalização dos clientes. Essa inovadora tecnologia permite identificar rapidamente os clientes que entram em contato pelo número 0800 e oferecer um menu personalizado, direcionando-os de forma eficiente para nossos serviços digitais. Através de um design intuitivo e recursos interativos, o DMA não só otimiza a comunicação, mas também transforma a jornada do cliente, permitindo que ele escolha como deseja interagir conosco. Neste contexto, exploraremos como essa ferramenta tem impactado positivamente nossa operação, melhorando a eficiência e a satisfação do cliente ao longo dos últimos anos

2. Desenvolvimento

Em 2020 buscando uma solução eficaz de melhorar o alcance dos nossos canais digitais e ajudar na digitalização dos clientes, encontramos uma ferramenta chamada DMA.

Esta ferramenta utiliza da parceria de comunidades entre outras empresas para poder identificar o cliente que entra em contato no 0800 e oferecer para ele um menu personalizado com direcionamento para os canais digitais.

2.1 O menu

O menu foi cuidadosamente elaborado para garantir que os clientes possam acessar, de forma simples e intuitiva, os principais serviços oferecidos em nossos canais digitais. Com um design amigável, ele permite que os usuários naveguem com facilidade, apresentando as vantagens de utilizar nossos serviços online. Com apenas um clique, os clientes podem realizar solicitações, consultar suas contas ou acessar informações relevantes, tudo em um ambiente digital eficiente e seguro.

O menu do Dial My App é dinâmico e altamente responsivo, permitindo que nos adaptemos rapidamente às necessidades dos clientes e ofereçamos mensagens informativas de forma fácil e ágil. Essa flexibilidade é fundamental para garantir que a experiência do usuário permaneça sempre relevante e alinhada às suas expectativas.

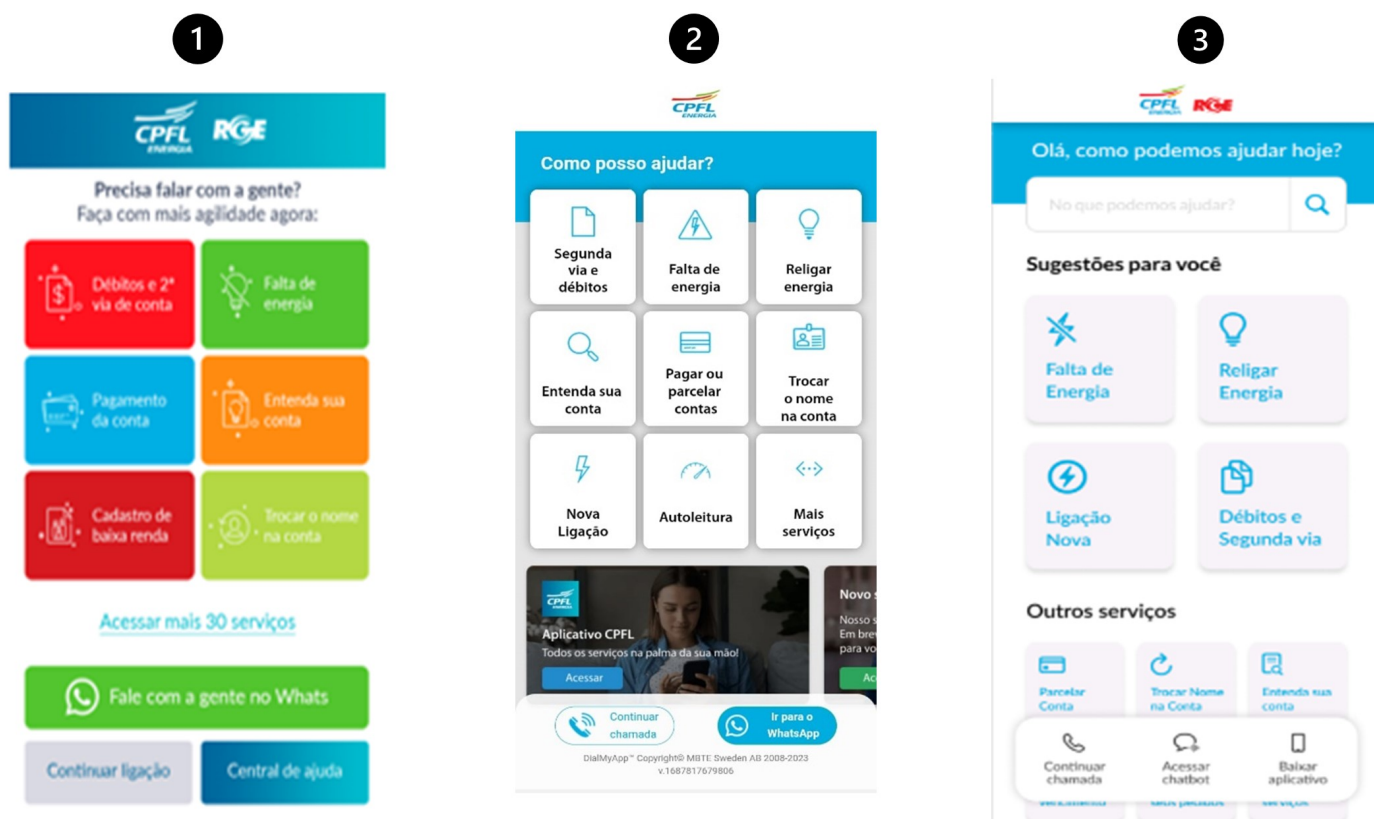


Imagem 1: Evolução dos menus

Ao longo dos anos, o menu passou por diversas alterações, refletindo não apenas as demandas emergentes do negócio, mas também a evolução dos nossos canais digitais. Essas atualizações foram essenciais para aprimorar o layout e a funcionalidade, garantindo que a navegação se torne cada vez mais intuitiva e atraente. Cada melhoria implementada tem como objetivo facilitar a interação do cliente, tornando a busca por informações e serviços uma experiência ainda mais eficiente. Na parte inferior do menu está disponível para o cliente voltar a ligação, aonde ele volta para a chamada no 0800 ou também ser transferido para atendimento via WhatsApp.

2.2 Banners e anúncios

Além de proporcionar um menu interativo, o DMA se destaca por sua capacidade de veicular banners para anúncios importantes, transformando-se em um canal informativo altamente eficaz. Essa funcionalidade permite que a empresa comunique atualizações relevantes, comunicações e eventos importantes diretamente aos clientes, tudo isso no momento em que eles interagem com a plataforma. Os banners são uma maneira dinâmica e visual de capturar a atenção dos clientes, garantindo que eles estejam sempre infor-

mados sobre novidades e ofertas. Essa comunicação em tempo real não apenas enriquece a experiência do usuário, mas também maximiza as oportunidades de engajamento. Ao manter os clientes atualizados, o DMA ajuda a construir uma relação mais próxima e transparente, essencial para a fidelização a long prazo.



Imagem 2 : Banners disponíveis

2.3 Jornada do cliente

Ao ligar para o 0800 das distribuidoras do grupo CPFL Energia, os clientes que atendem aos critérios específicos, como utilizar um sistema operacional Android e possuir um dos aplicativos da comunidade — atualmente, em parceria com as operadoras de telefonia Vivo e Claro — são interceptados pela ferramenta DMA.

Essa tecnologia inteligente identifica automaticamente o perfil do cliente e, assim que a chamada é recebida, permite uma interação mais personalizada. Através dessa integração, os clientes são guiados para o menu interativo e podem seguir as jornadas conforme descritas abaixo:

Jornada Digital

Nessa jornada, ao ser interceptado o cliente opta por algum dos serviços oferecidos no menu, seguindo desta forma a sua jornada 100% nos canais digitais da empresa.

No exemplo abaixo o cliente liga no 0800 é interceptado pelo DMA, opta pelo serviço de falta de energia, o qual direciona para a jornada de falta de energia dentro do site CPFL Energia, desta forma o cliente

consegue finalizar a sua jornada 100% no canal digital e ainda ser impactado pelo banner *after call, que no exemplo estava anunciando a mudança que ocorreria no site CPFL.



Imagem 3: Jornada digital

Jornada não digital

Nessa jornada, mesmo sendo interceptado pelo menu interativo o cliente opta a volta a ligação e finaliza o seu atendimento no call center.

No exemplo abaixo, o cliente liga no call center é interceptado pelo DMA, porém por não encontrar o serviço nos canais digitais ou desejar falar no call center o cliente opta por retornar à ligação, neste momento o DMA oferece uma nova tela de reforço digital que oferece o atendimento via WhatsApp. Porém esse cliente opta novamente por retornar à ligação, desta forma a chamada é redirecionada ao 0800 novamente, e o cliente finaliza sua jornada no call center.

Mesmo nessa jornada, o menu do DMA fica disponível para o cliente na tela do *after call, impactando assim o cliente com a informação disponível no banner.



Imagem 4: Jornada não Digital

2.4 Serviços disponíveis

No DMA temos disponíveis os principais serviços solicitados no call center e disponíveis nos canais digitais, entre os serviços mais acessado estão segunda via e consulta débitos e falta de energia.

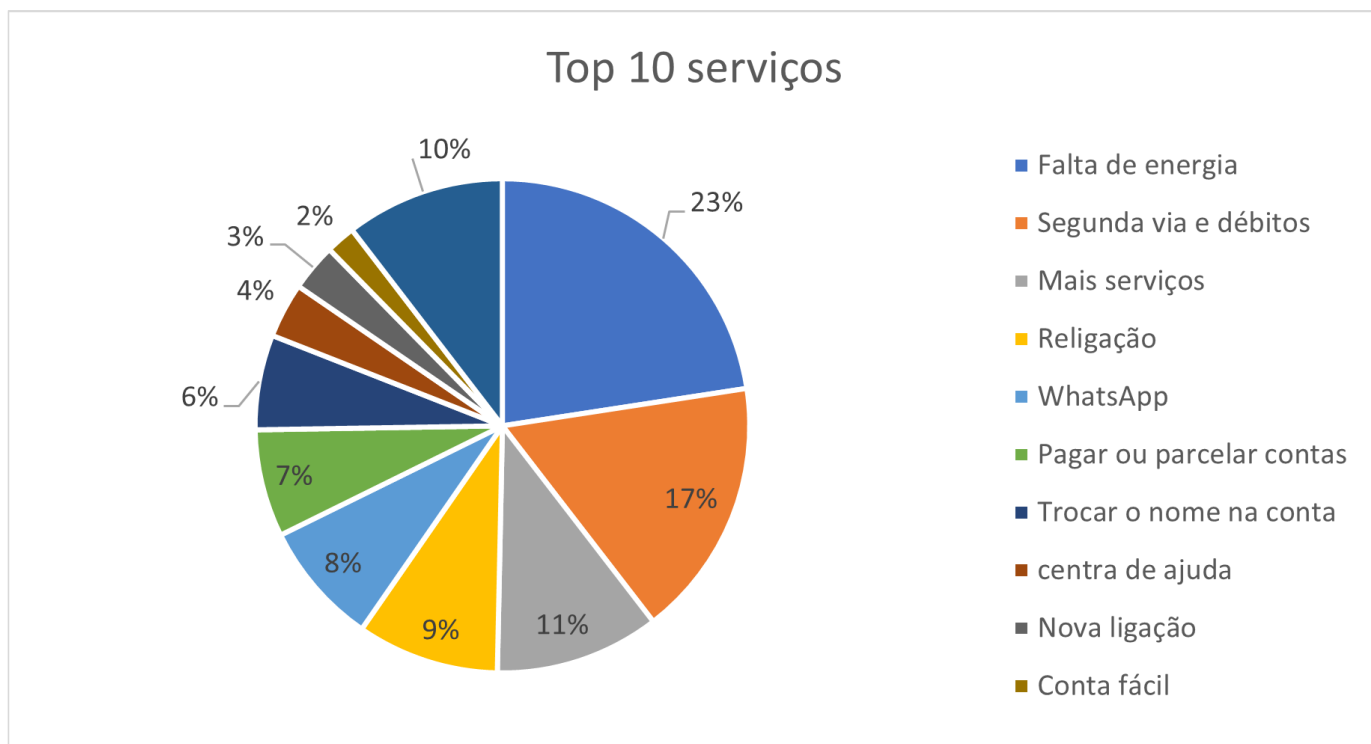


Gráfico 1: Top 10 serviços mais acessados

Em situações de falta de energia, o DMA se revela uma ferramenta importante. Ele direciona o cliente para o registro eficiente do serviço nos canais digitais, garantindo uma comunicação prática e ágil. Essa funcionalidade é crucial, pois somente transborda para o call center os serviços de alta criticidade, permitindo uma resposta rápida e eficaz às necessidades dos usuários.

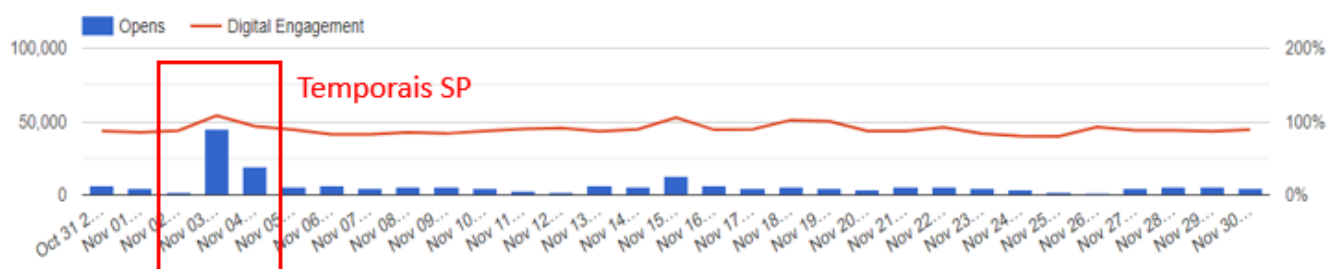


Gráfico 2: Intercepções DMA em temporais

2.5 Resultados

A implementação da ferramenta DMA trouxe resultados significativos para a empresa desde seu lançamento em 2020. Até agora, foram registradas mais de 7 milhões de intercepções realizadas pela plataforma, das quais mais de 3,4 milhões resultaram em ligações direcionadas para os canais digitais, representando 48% do total. Esses números destacam a eficácia da ferramenta em otimizar as comunicações e melhorar a experiência do cliente, consolidando a importância do Dial My App na estratégia de crescimento da empresa.



Gráfico 3: Percentual de ligações digitais e não digitais

Ao analisar os dados relacionados aos nossos clientes, observamos que a ferramenta interceptou 4,2 milhões de clientes. Desses, impressionantes 44% foram digitalizados, o que demonstra a eficácia da ferramenta em transformar a interação com nossos usuários. Essa digitalização não apenas otimiza nossos processos, mas também permite um atendimento mais ágil e personalizado, contribuindo para uma experiência do cliente mais satisfatória e aumentando nossa capacidade de atender às suas necessidades.

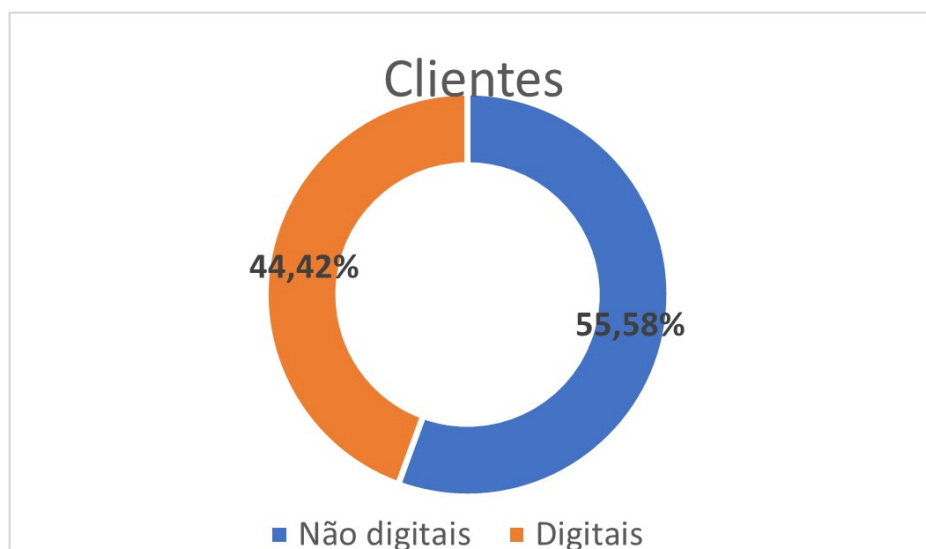


Gráfico 4: Percentual de clientes Digitais e não digitais.

Além do impacto significativo na digitalização de clientes e chamadas, a implementação do DMA resultou em 1,6 milhões chamadas evitadas no call center. Essa redução não apenas diminui os custos operacionais, mas também permite que nossa equipe se concentre em atender casos mais complexos e a proporcionar um serviço de maior qualidade. A ferramenta, portanto, não apenas otimiza a eficiência, mas também representa uma estratégia financeira inteligente, alinhando nossos recursos às necessidades dos clientes.

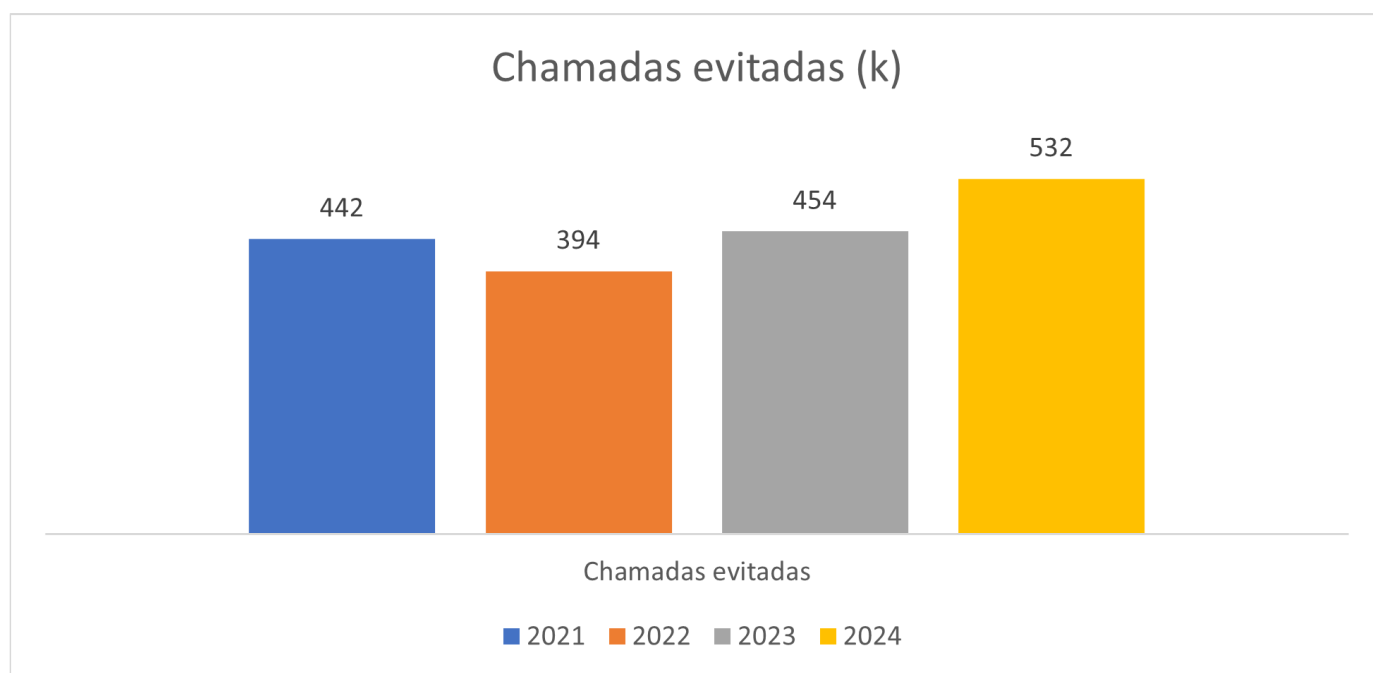


Gráfico 5: Quantidade de chamadas evitadas no call center

Os números alcançados pelo DMA são um reflexo direto de sua relevância e impacto estratégico para o grupo CPFL Energia. Desde sua implementação em 2020, a ferramenta realizou mais de 7 milhões de interceptações, demonstrando sua ampla adesão pelos clientes. Desses atendimentos, 48% foram direcionados para os canais digitais, evidenciando o sucesso da solução em migrar uma parcela significativa das interações para plataformas digitais. Essa transição não apenas moderniza o atendimento, mas também reduz significativamente a carga operacional no call center, otimizando os recursos humanos e tecnológicos da empresa.

Um dos principais indicadores de sucesso do DMA é a digitalização de 44% dos clientes interceptados. Esse número simboliza uma mudança substancial no comportamento do consumidor, que gradativamente adota os canais digitais como meio principal para solucionar demandas. Essa transformação beneficia diretamente os clientes, que ganham em agilidade e praticidade, e a empresa, que se torna mais eficiente ao desonerar processos manuais e centralizados no call center. Além disso, a maior adoção de serviços digitais permite uma experiência mais personalizada, reforçando a percepção positiva da marca e sua capacidade de inovação.

Outro impacto significativo da implementação do DMA foi a redução de 1,6 milhão de chamadas no call center, o que representa uma economia operacional considerável para a empresa. Essa economia reflete não apenas na diminuição de custos diretos, como recursos humanos e infraestrutura, mas também em uma alocação mais estratégica dos atendentes. Com menos chamadas a serem atendidas, as equipes podem dedicar mais atenção a casos complexos, onde o suporte humano é indispensável. Essa abordagem eleva o padrão de qualidade no atendimento, gerando maior satisfação e fidelidade entre os clientes.

A ferramenta também auxiliou em momentos críticos, nos atendimentos relacionados a falta de energia. Nesses casos, o DMA prioriza a resolução de demandas de alta relevância, direcionando os clientes rapidamente para os canais digitais, onde podem registrar ocorrências e obter suporte de forma prática e ágil. Esse gerenciamento eficiente permite que apenas os casos mais críticos sejam escalados para o call center, garantindo uma resposta mais rápida e adequada às necessidades dos usuários. Assim, o DMA não apenas otimiza o fluxo de atendimentos, mas também contribui para uma gestão mais estratégica dos recursos da empresa, consolidando sua posição como uma solução indispensável no portfólio da CPFL Energia.

3. Conclusão

A implementação da ferramenta DMA representa um marco significativo na transformação digital da empresa. Desde 2020, conseguimos não apenas otimizar nossos canais de atendimento, mas também aprimorar a experiência do cliente por meio de um menu interativo e funcional, além de veicular informações importantes de maneira eficaz.

Os resultados obtidos até agora são impressionantes: milhões de interceptações e chamadas digitalizadas, juntamente com uma economia em custos operacionais, demonstram a eficiência e a relevância da ferramenta em nossa estratégia.

A capacidade de adaptar o menu e os serviços oferecidos às necessidades dos clientes, somada à comunicação eficiente, fortalece a relação de confiança e fidelização. O sucesso do DMA não se resume apenas aos números, mas reflete nosso compromisso em oferecer um atendimento de qualidade, personalizado e alinhado às expectativas dos usuários.

À medida que continuamos a evoluir e a integrar novas soluções tecnológicas, o DMA se consolidará como uma peça fundamental em nosso esforço de inovação, garantindo que nossos clientes tenham sempre as melhores experiências em suas jornadas conosco.

4. Referências bibliográficas