RECURSOS HUMANOS
NO CONTACT CENTER
O fator decisivo

CONFERÊNCIA APCC PORTO 2016
20 de Outubro de 2016 | Porto Palácio Hotel

Estudo do sector Contact Center em Portugal

Diogo Carvalho

Pessoas + Realidade + Sustentabilidade

© 2016 KPMG Advisory - Consultores de Gestão, S.A., a firma portuguesa membro da rede KPMG, composta por firmas independentes afiliadas da KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça. Todos os direitos reservados. O nome KPMG e logótipo são marcas registadas ou marcas registadas da KPMG Internacional.

Agenda

- Introdução e caracterização do Estudo
- O SUPER OPERADOR
- A Voz do Cliente
- Visão da KPMG para o Futuro

© 2016 KPMG Advisory - Consultores de Gestão, S.A., a firma portuguesa membro da rede KPMG, composta por firmas independentes afiliadas da KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça. Todos os direitos reservados. O nome KPMG e logótipo são marcas registadas ou marcas registadas da KPMG Internacional.

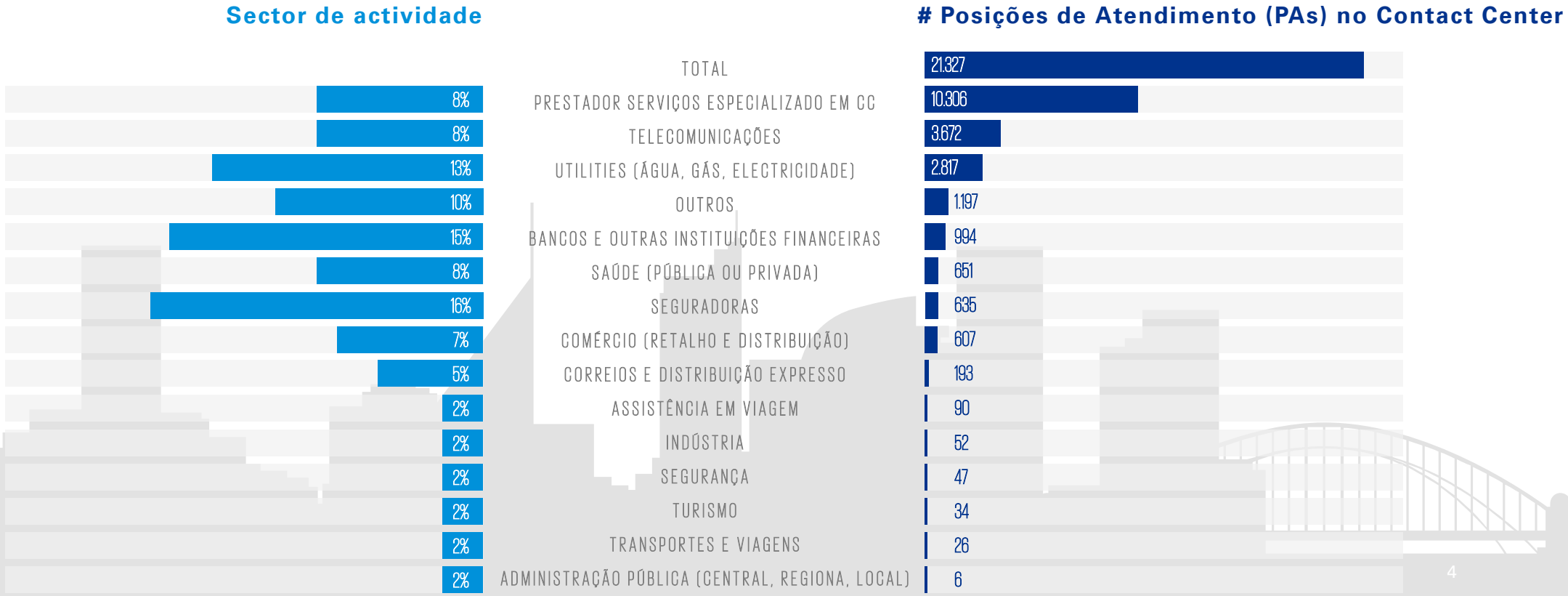
Agenda

- **Introdução e caracterização do Estudo**
- O SUPER OPERADOR
- A Voz do Cliente
- Visão da KPMG para o Futuro

© 2016 KPMG Advisory - Consultores de Gestão, S.A., a firma portuguesa membro da rede KPMG, composta por firmas independentes afiliadas da KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça. Todos os direitos reservados. O nome KPMG e logótipo são marcas registadas ou marcas registadas da KPMG Internacional.

Formidável Participação

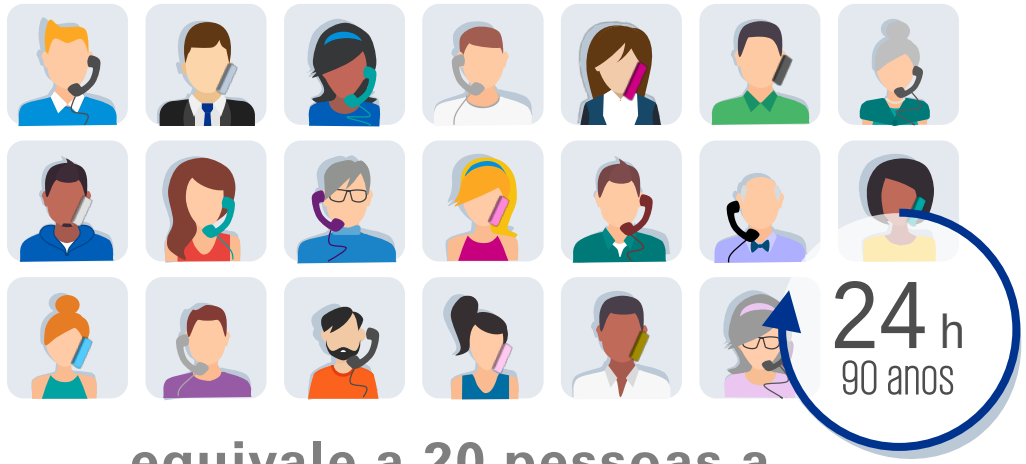
Os resultados da 11ª edição do estudo da Associação Portuguesa de Contact Center (APCC) em parceria com a KPMG, evidenciam não só estas tendências, como uma crescente preocupação por parte dos nossos associados em participar na avaliação do sector em Portugal. contámos com a **formidável participação de 62 empresas** de vários sectores de actividade e com um elevado peso na indústria



20 pessoas, 90 anos a falar ao telefone

Estas empresas em 2015 receberam e efectuaram mais de **190 milhões de contactos** o que demonstra a cada vez maior dimensão do sector português de Contact Centers e a importante posição da APCC como referência nas diversas indústrias

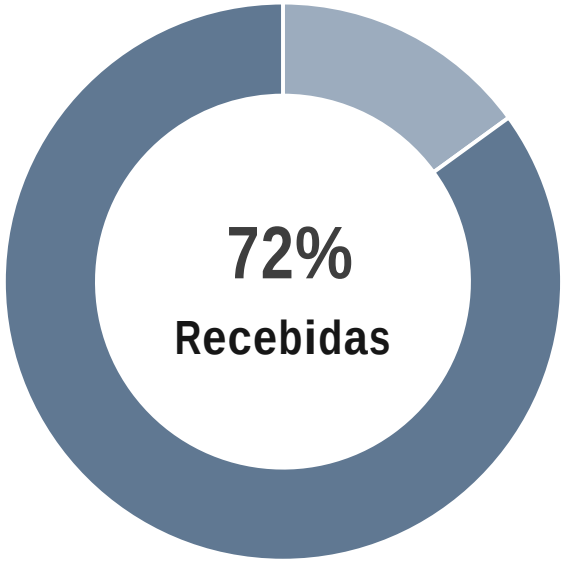
190 milhões de chamadas de 5 minutos...



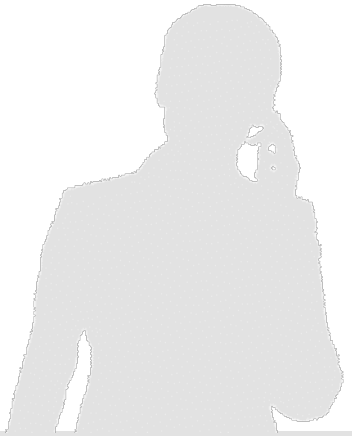
... equivale a 20 pessoas a falar ao telefone 24 horas por dia durante 90 anos

© 2016 KPMG Advisory - Consultores de Gestão, S.A., a firma portuguesa membro da rede KPMG, composta por firmas independentes afiliadas da KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça. Todos os direitos reservados. O nome KPMG e logótipo são marcas registadas ou marcas registadas da KPMG Internacional.

72% recebidas vs 28% efectuadas



Legenda: Recebidas Efectuadas



© 2016 KPMG Advisory - Consultores de Gestão, S.A., a firma portuguesa membro da rede KPMG, composta por firmas independentes afiliadas da KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça. Todos os direitos reservados. O nome KPMG e logótipo são marcas registadas ou marcas registadas da KPMG Internacional.

Clientes cada vez mais exigentes

Ao longo dos tempos os padrões de exigência dos clientes têm evoluído exponencialmente

© 2016 KPMG Advisory - Consultores de Gestão, S.A., a firma portuguesa membro da rede KPMG, composta por firmas independentes afiliadas da KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça. Todos os direitos reservados. O nome KPMG e logótipo são marcas registadas ou marcas registadas da KPMG Internacional.

O Super Contact Center

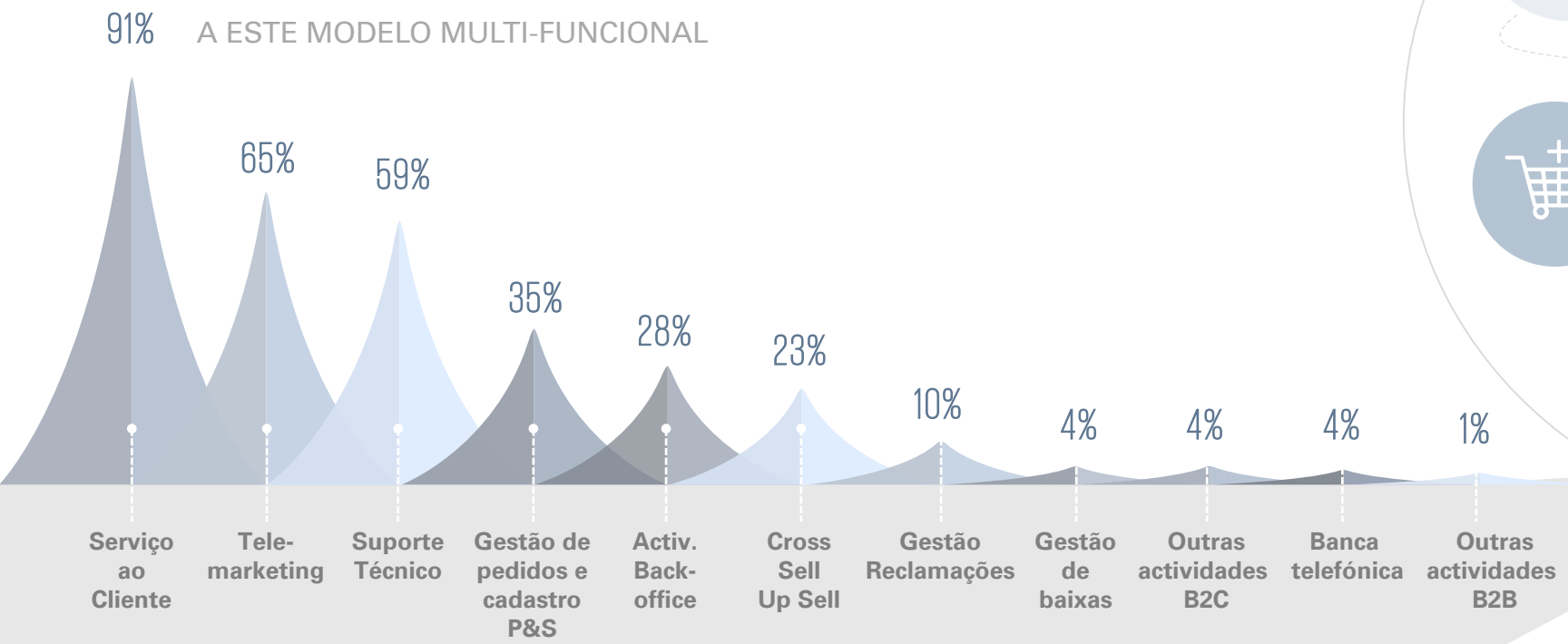
O que levou à necessidade dos Contact Centers se adaptarem, transformando-se em SUPER CONTACT CENTERS

© 2016 KPMG Advisory - Consultores de Gestão, S.A., a firma portuguesa membro da rede KPMG, composta por firmas independentes afiliadas da KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça. Todos os direitos reservados. O nome KPMG e logótipo são marcas registadas ou marcas registadas da KPMG Internacional.

Polivalentes

Hoje em dia os CC têm de desempenhar várias funções para garantir que estão presentes em todas as etapas do ciclo de vida do cliente

ASSIM, OS OPERADORES TÊM DE SER POLIVALENTES ADAPTANDO-SE A ESTE MODELO MULTI-FUNCIONAL



Constantes Adaptações Tecnológicas

Têm de ter uma elevada capacidade de adaptação tecnológica

SOLUÇÕES UTILIZADAS PELO CC:

- 95% — ACD - Automatic Call Distribution
- 94% — CTI - Computer Telephone Integration
- 94% — Solução de gravação de voz
- 90% — Solução de envio automático de SMS
- 87% — IVR - Interactive Voice Response
- 60% — Dialer para Outbound
- 47% — Ferramenta de self-care para os clientes
- 37% — Solução de gravação de voz e dados
- 35% — Visual IVR - Visual Interactive Voice Response
- 28% — Software de previsão e dimensionamento
- 0% — Tecnologia de GPS
- 3% — Outros

64% DAS EMPRESAS TENCIONA EVOLUIR O CC PARA A CLOUD NOS PRÓXIMOS 3 ANOS E 30% NÃO EQUACIONA EVOLUIR PARA A CLOUD. HOJE, 11% UTILIZA CLOUD E 24% TEM UM MODELO HÍBRIDO

© 2016 KPMG Advisory - Consultores de Gestão, S.A., a firma portuguesa membro da rede KPMG, composta por firmas independentes afiliadas da KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça. Todos os direitos reservados. O nome KPMG e logótipo são marcas registadas ou marcas registadas da KPMG Internacional.

Multicanal & Omnicanal

E têm de ser capazes de oferecer um atendimento de excelência independentemente do canal escolhido pelo cliente

CANAIS DISPONIBILIZADOS PELO CONTACT CENTER:

- 100% Telefone
- 72% Website
- 62% Social Media
- IVR 91%
- SMS 72%
- 58% Web Chat
- 88% Email
- 64% Telemóvel
- 46% APPs
- OUTROS 15%

ESPERA-SE QUE COM A CRESCENTE UTILIZAÇÃO DE CANAIS ALTERNATIVOS, OS CANAIS DIGITAIS VENHAM SUBSTITUIR A PREFERÊNCIA PELO TRADICIONAL TELEFONE

© 2016 KPMG Advisory - Consultores de Gestão, S.A., a firma portuguesa membro da rede KPMG, composta por firmas independentes afiliadas da KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça. Todos os direitos reservados. O nome KPMG e logótipo são marcas registadas ou marcas registadas da KPMG Internacional.

Agenda

- Introdução e caracterização do Estudo
- **O SUPER OPERADOR**
- A Voz do Cliente
- Visão da KPMG para o Futuro

© 2016 KPMG Advisory - Consultores de Gestão, S.A., a firma portuguesa membro da rede KPMG, composta por firmas independentes afiliadas da KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça. Todos os direitos reservados. O nome KPMG e logótipo são marcas registadas ou marcas registadas da KPMG Internacional.

Quem são as nossas Pessoas (Operadores e Clientes)?

Do outro "lado da linha" temos uma pessoa, que, dependendo da geração a que pertence, tem um perfil e necessidades distintas

BABY BOOM

1946 – 64

Pessoal, carta, telefone, email, social, web

Geração trabalhadora e com motivação própria que espera encontrar **integridade e cortesia** de todos os operadores de CC

GERAÇÃO X

1965 – 80

Pessoal, carta, telefone, email, social, web, **telemóvel**

Geração optimista, informada, tecnológicos e estáveis. Para eles, os operadores de CC devem ser **eficientes, informados e inteligentes**

GERAÇÃO Y
OU
"MILLENNIALS"

1980 – 2000

Telefone, **email, social, web, telemóvel**

Geração online. Vivem, compram e confiam neste mundo. Sentem-se mais confortáveis com **plataformas de social media**, SMS, chats e websites *self-service*

GERAÇÃO Z

> 2000

Email, social, web, telemóvel

Geração ainda em crescimento

© 2016 KPMG Advisory - Consultores de Gestão, S.A., a firma portuguesa membro da rede KPMG, composta por firmas independentes afiliadas da KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça. Todos os direitos reservados. O nome KPMG e logótipo são marcas registadas ou marcas registadas da KPMG Internacional.

Expectativas "Digitais"

Em Portugal, a maior parte da população pertence às gerações "X" e "MILLENNIALS", cujo ponto comum é o crescente interesse pelo

MUNDO DIGITAL

AS TENDÊNCIAS DESTES CLIENTES TÊM EVOLUIDO PARA:

OMNI-CHANNEL

Utilizam vários canais para contactar a empresa. Crescente preferência pelo uso de *live-chats*

ONLINE

Preferem o contacto online e esperam que o website tenha a opção self-service

INFO SEEKERS

Procuram informação e conhecimento prévio, através de outros canais, antes de ligarem ao CC

FEEDBACK

Assumem a responsabilidade de partilhar opiniões e feedback

SOCIAL MEDIA

Exigem interacções em tempo real nos social media

TIME LOVERS

Exigem que as marcas valorizem o tempo dos clientes

MOBILE PAYMENT

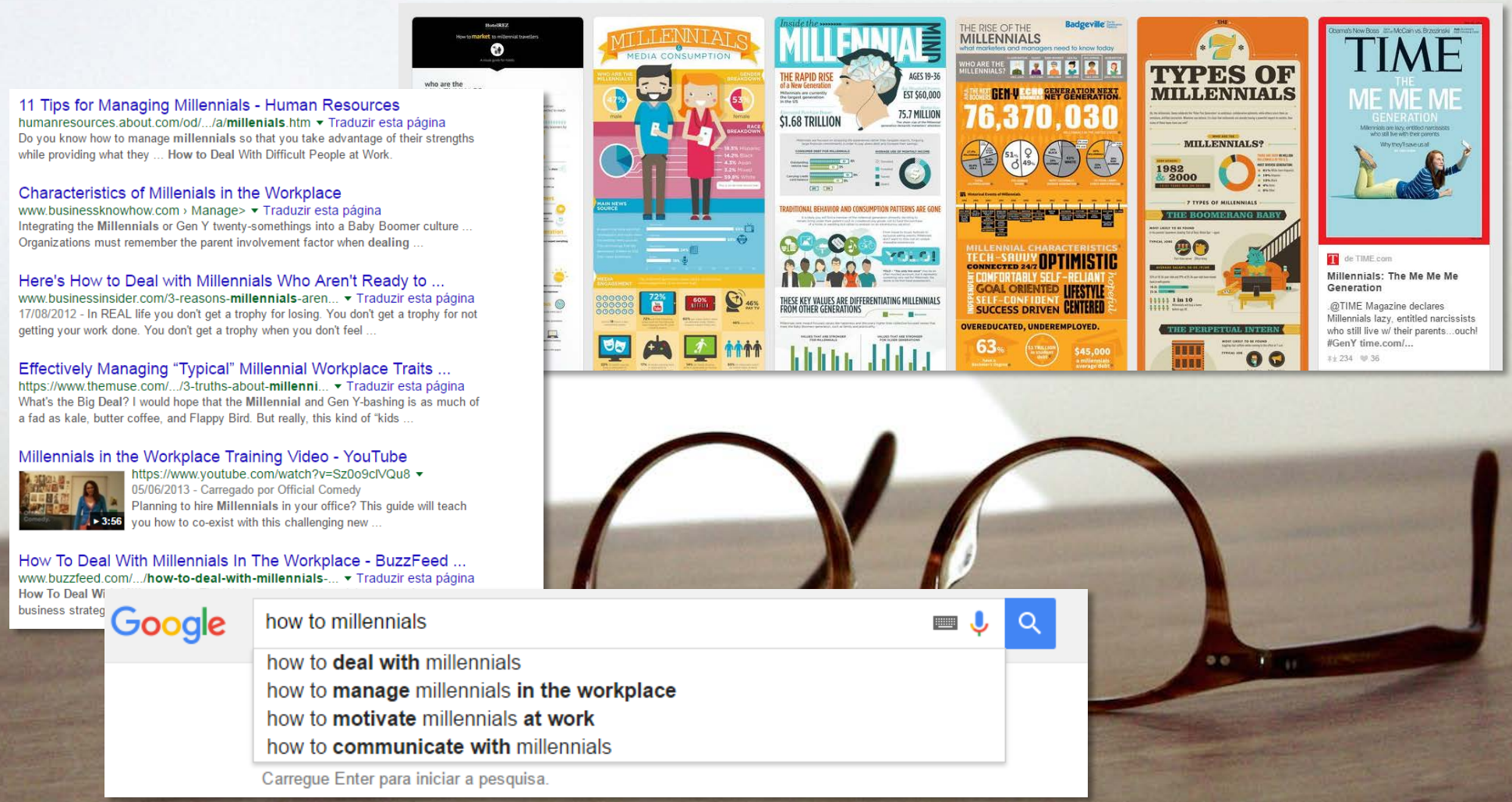
Admitem efectuar compras regulares através do *smartphone*

NO BAD EXPERIENCES

Com más experiência prévias deixam de comprar os P&S da empresa

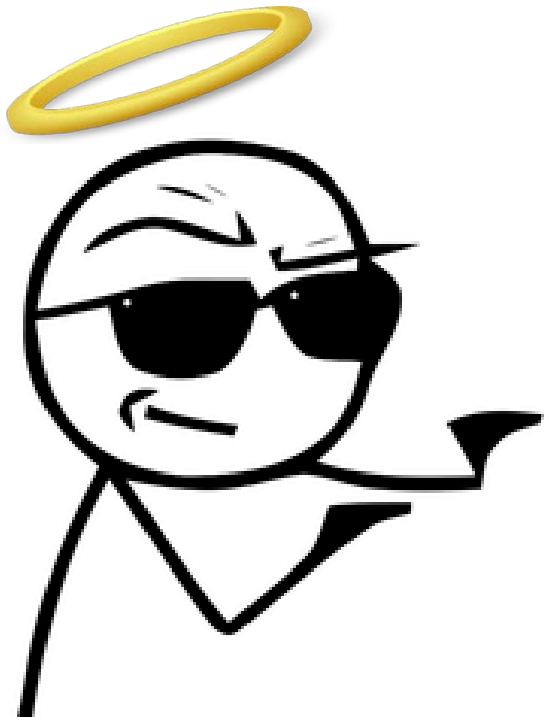
© 2016 KPMG Advisory - Consultores de Gestão, S.A., a firma portuguesa membro da rede KPMG, composta por firmas independentes afiliadas da KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça. Todos os direitos reservados. O nome KPMG e logótipo são marcas registadas ou marcas registadas da KPMG Internacional.

Uma geração estudada como nunca...

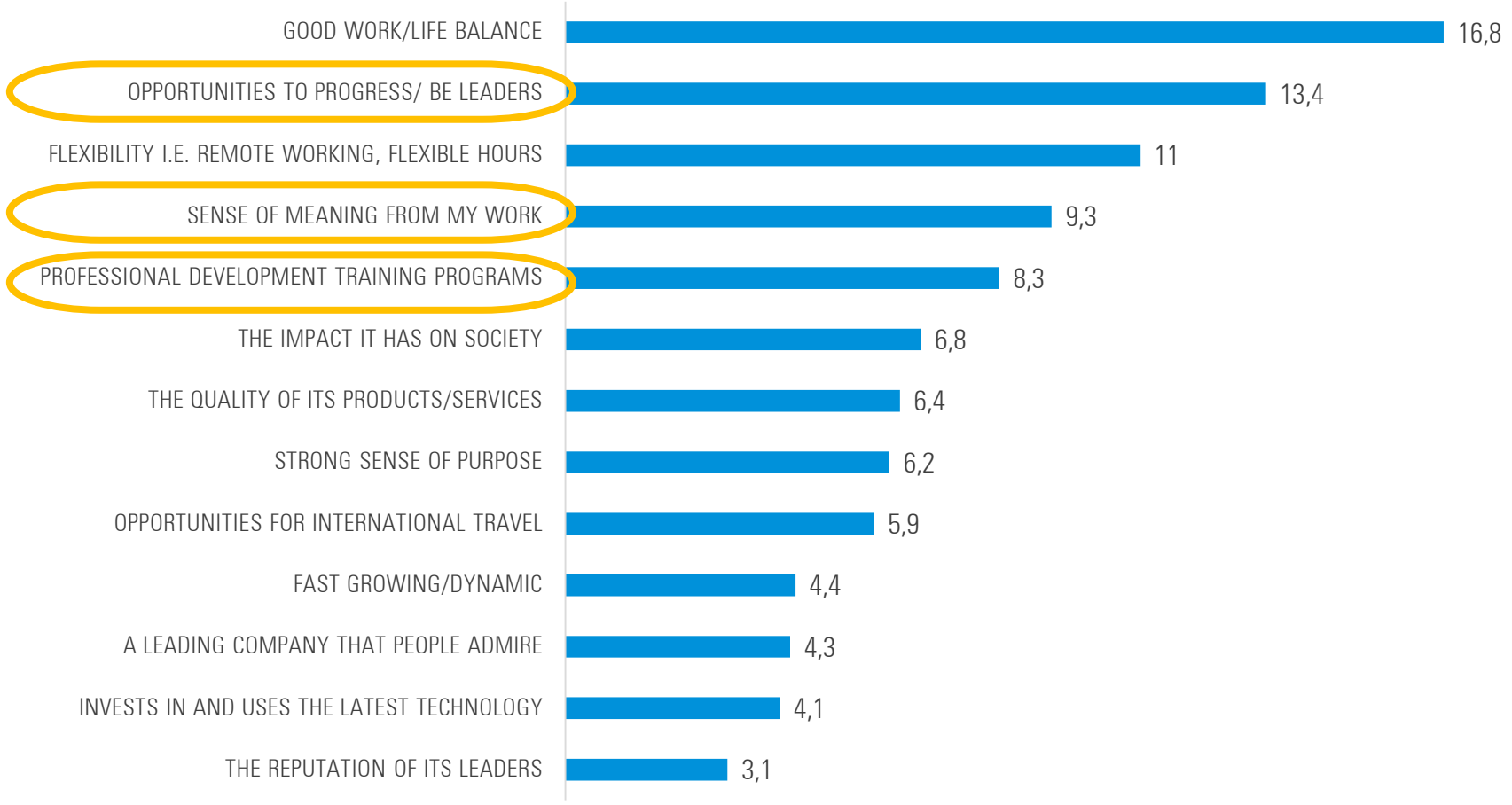


© 2016 KPMG Advisory - Consultores de Gestão, S.A., a firma portuguesa membro da rede KPMG, composta por firmas independentes afiliadas da KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça. Todos os direitos reservados. O nome KPMG e logótipo são marcas registadas ou marcas registadas da KPMG Internacional.

O que querem/ valorizam os "MILLENNIALS" ?



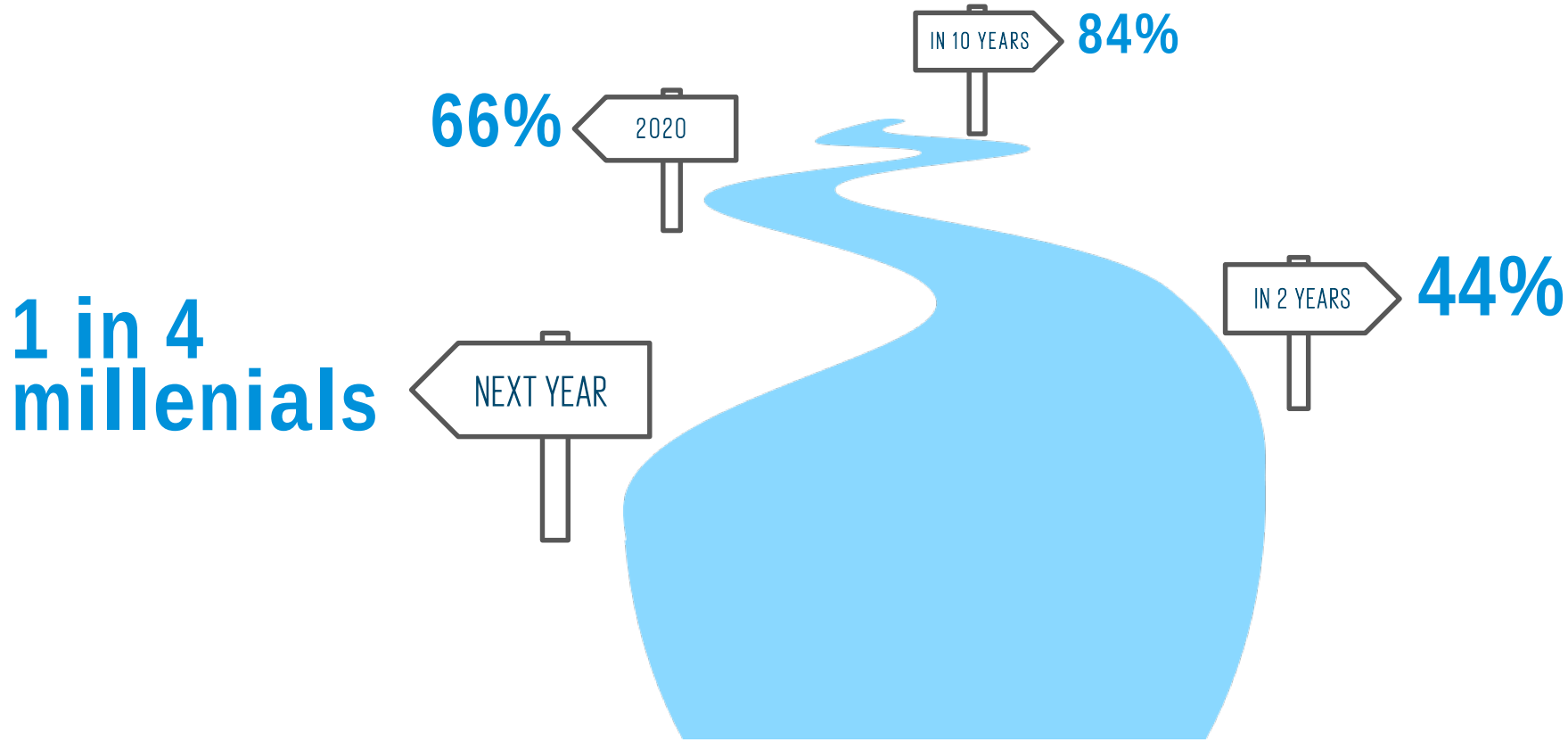
O QUE LEVA OS MILLENNIALS A ESCOLHER UMA ORGANIZAÇÃO PARA TRABALHAR (excluindo salário)



© 2016 KPMG Advisory - Consultores de Gestão, S.A., a firma portuguesa membro da rede KPMG, composta por firmas independentes afiliadas da KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça. Todos os direitos reservados. O nome KPMG e logótipo são marcas registadas ou marcas registadas da KPMG Internacional.

Lealdade à "mudança"

SAIRIAS DA TUA ORGANIZAÇÃO PARA TE JUNTARES A OUTRA DIFERENTE OU FAZER ALGO DIFERENTE?



© 2016 KPMG Advisory - Consultores de Gestão, S.A., a firma portuguesa membro da rede KPMG, composta por firmas independentes afiliadas da KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça. Todos os direitos reservados. O nome KPMG e logótipo são marcas registadas ou marcas registadas da KPMG Internacional.

O Super Operador é cada vez mais capacitado

Perante tantos desafios ao nível de competências, isso, os operadores precisam de ter um maior nível de ensino

DISTRIBUIÇÃO DOS COLABORADORES DE CONTACT CENTER POR GRAU DE ENSINO:

ENSINO SUPERIOR	ENSINO SECUNDÁRIO	ENSINO BÁSICO
30%	60%	10%

© 2016 KPMG Advisory - Consultores de Gestão, S.A., a firma portuguesa membro da rede KPMG, composta por firmas independentes afiliadas da KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça. Todos os direitos reservados. O nome KPMG e logótipo são marcas registadas ou marcas registadas da KPMG Internacional.

Com mais formação

Precisam de mais horas de formação

FACE A 2014, O NÚMERO DE HORAS DE FORMAÇÃO DOS **OPERADORES CRESCEU 185%** E DOS **SUPERVISORES 87%**

HORAS DE FORMAÇÃO MÉDIAS ANUAIS:

OPERADORES

46h | 2014

131h | 2015

SUPERVISORES

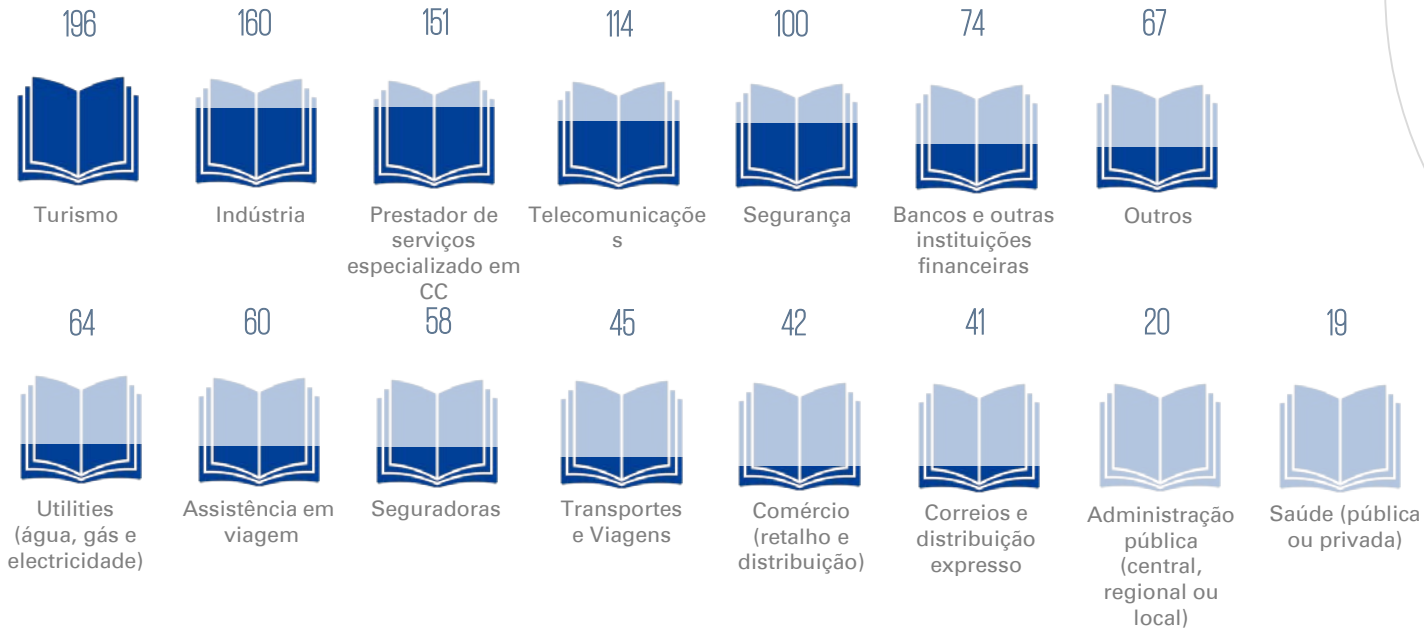
40h | 2014

74h | 2015

© 2016 KPMG Advisory - Consultores de Gestão, S.A., a firma portuguesa membro da rede KPMG, composta por firmas independentes afiliadas da KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça. Todos os direitos reservados. O nome KPMG e logótipo são marcas registadas ou marcas registadas da KPMG Internacional.

Com mais formação - por sector

HORAS DE FORMAÇÃO DURANTE UM ANO POR OPERADOR, INCLUINDO AS RECICLAGENS, POR SECTOR DE ACTIVIDADE

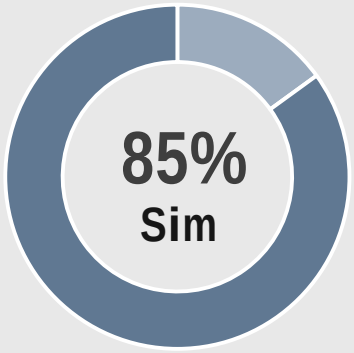
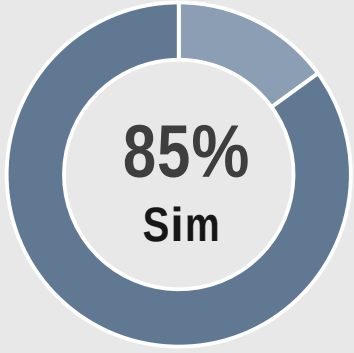
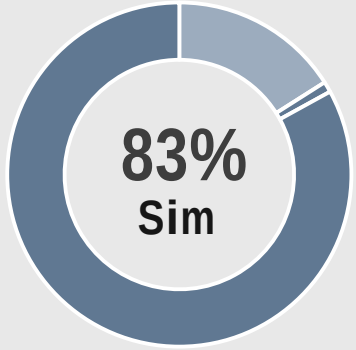


© 2016 KPMG Advisory - Consultores de Gestão, S.A., a firma portuguesa membro da rede KPMG, composta por firmas independentes afiliadas da KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça. Todos os direitos reservados. O nome KPMG e logótipo são marcas registadas ou marcas registadas da KPMG Internacional.

Com planos de formação/credenciação específicos:.....

De facto, maioria dos participantes no estudo possuem planos/programas de formação/credenciação específicos, tendo respondido "Sim" à questão:

Existe um plano/programa de formação/credenciação específico para: …

Supervisores	Formadores	Técnicos de qualidade
		

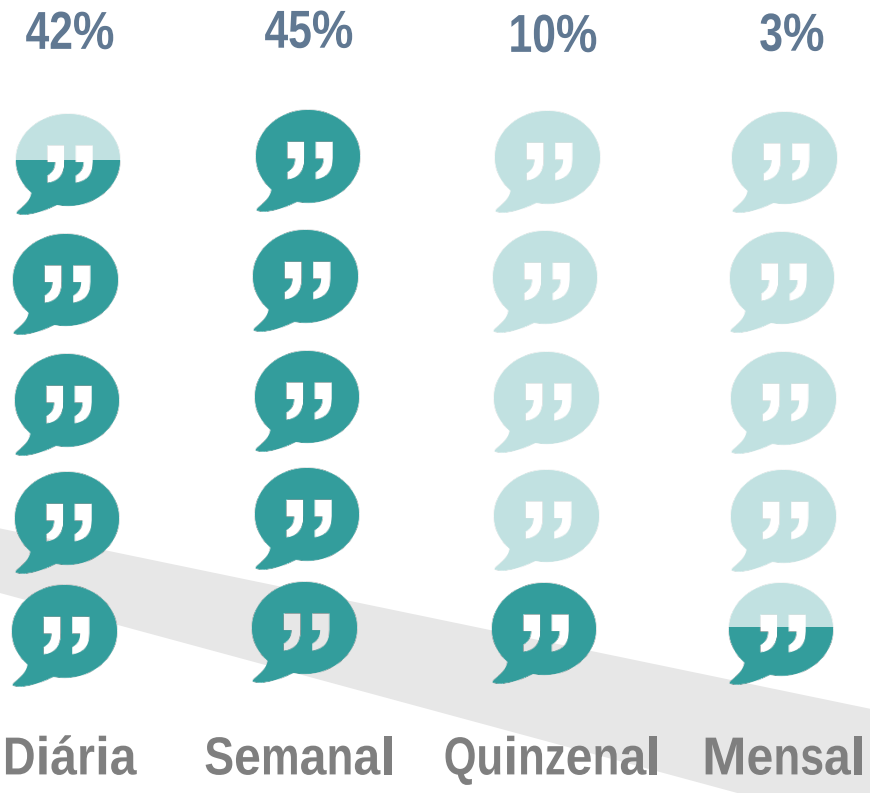
Legenda: Sim Não mas gostaria de ter

© 2016 KPMG Advisory - Consultores de Gestão, S.A., a firma portuguesa membro da rede KPMG, composta por firmas independentes afiliadas da KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça. Todos os direitos reservados. O nome KPMG e logótipo são marcas registadas ou marcas registadas da KPMG Internacional.

Feedback contínuo

As sessões de feedback com os colaboradores assumem um caracter cada vez mais revelante e frequente

PERIOCIDADE DAS ACÇÕES DE FEEDBACK INDIVIDUAL SOBRE AS MONITORIAS



© 2016 KPMG Advisory - Consultores de Gestão, S.A., a firma portuguesa membro da rede KPMG, composta por firmas independentes afiliadas da KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça. Todos os direitos reservados. O nome KPMG e logótipo são marcas registadas ou marcas registadas da KPMG Internacional.

Com modelos de remuneração indexados a performance

E para se manterem motivados, exigem um melhor modelo de remuneração e de incentivos

ORDENADO BRUTO DOS OPERADORES: **750€** (Δ 3%)

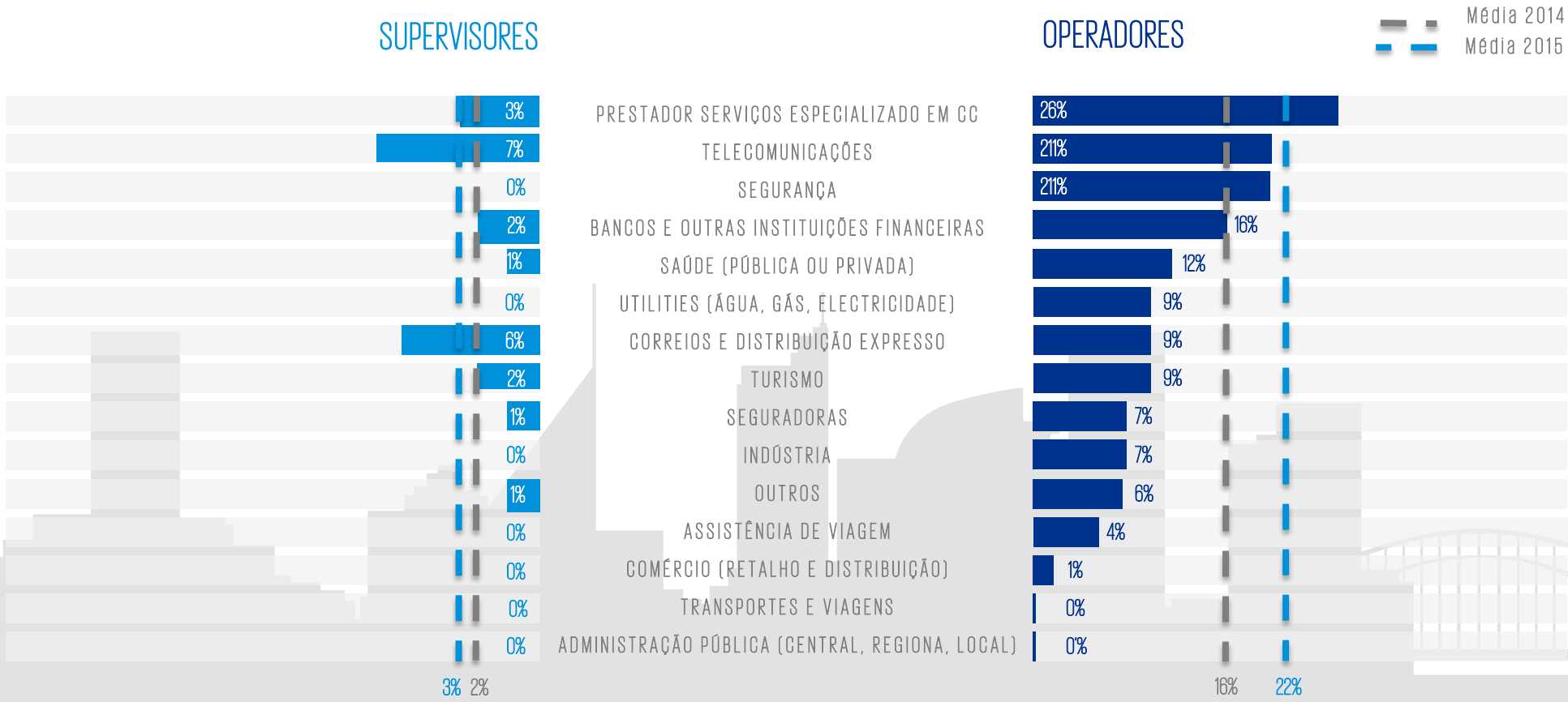
98% DOS CC TÊM **MODELO DE INCENTIVOS**

© 2016 KPMG Advisory - Consultores de Gestão, S.A., a firma portuguesa membro da rede KPMG, composta por firmas independentes afiliadas da KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça. Todos os direitos reservados. O nome KPMG e logótipo são marcas registadas ou marcas registadas da KPMG Internacional.

Mantendo-se os desafios na rotatividade mas...

Em 2015, a taxa média de rotatividade dos operadores alcançou os 22%, registando um aumento de 6 p.p. face a 2014, contrastando com as taxas médias de rotatividade dos supervisores: 3% em 2015 e 2% em 2014.

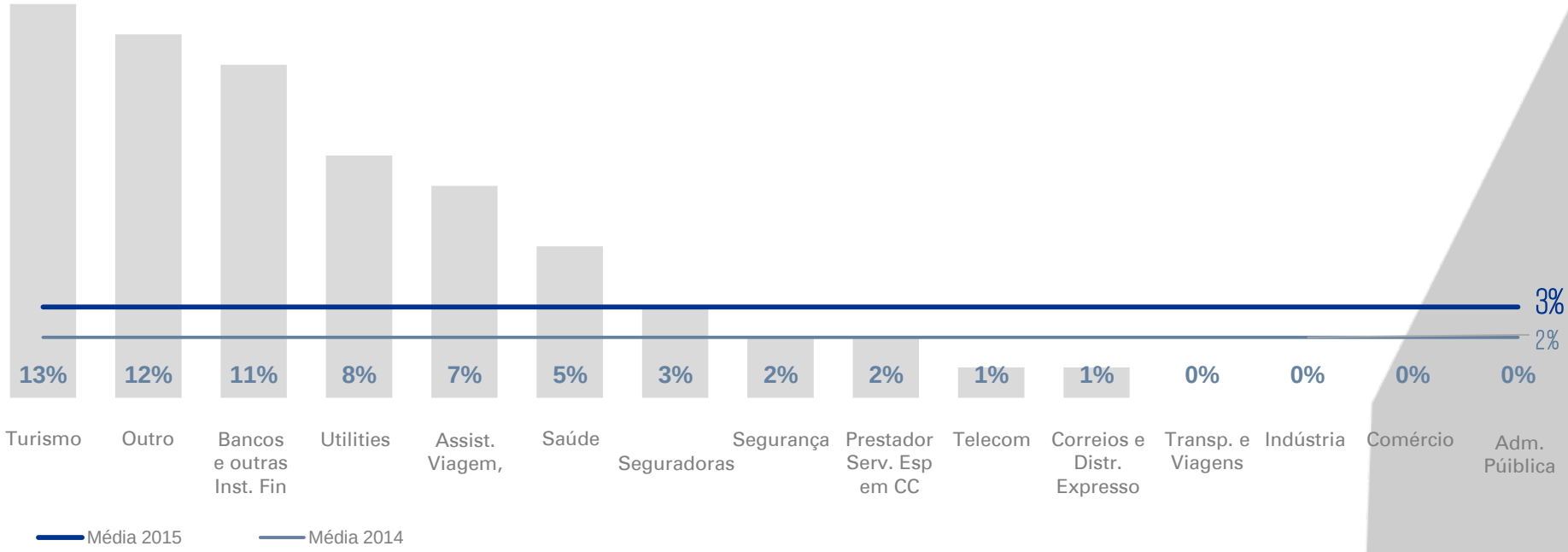
TAXA ANUAL DE ROTATIVIDADE POR SECTOR (TURNOVER)



...com resposta directas à necessidade de promoção

Aumento da taxa de realocação a outros cargos/funções, sobretudo no sector do turismo (13%)

PERCENTAGEM DE COLABORADORES QUE É REALOCADA DO CONTACT CENTER PARA OUTROS CARGOS/FUNÇÕES DENTRO DA ORGANIZAÇÃO



© 2016 KPMG Advisory - Consultores de Gestão, S.A., a firma portuguesa membro da rede KPMG, composta por firmas independentes afiliadas da KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça. Todos os direitos reservados. O nome KPMG e logótipo são marcas registadas ou marcas registadas da KPMG Internacional.

Agenda

- Introdução e caracterização do Estudo
- O SUPER OPERADOR
- **A Voz do Cliente**
- Visão da KPMG para o Futuro

© 2016 KPMG Advisory - Consultores de Gestão, S.A., a firma portuguesa membro da rede KPMG, composta por firmas independentes afiliadas da KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça. Todos os direitos reservados. O nome KPMG e logótipo são marcas registadas ou marcas registadas da KPMG Internacional.

A Voz do Cliente

Para percebermos o potencial de satisfação de um cliente, analisámos uma jornada do cliente

FORAM AVALIADAS AS PRINCIPAIS JORNADAS E TEMPOS MÉDIOS DE UM CLIENTE QUE LIGA PARA O CONTACT CENTER

CENÁRIO: O JOÃO LIGA PARA A LINHA DE APOIO AO CLIENTE

© 2016 KPMG Advisory - Consultores de Gestão, S.A., a firma portuguesa membro da rede KPMG, composta por firmas independentes afiliadas da KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça. Todos os direitos reservados. O nome KPMG e logótipo são marcas registadas ou marcas registadas da KPMG Internacional.

A Voz do Cliente

O João liga para a linha de apoio e 96% das vezes é atendido

% DE CHAMADAS ATENDIDAS: 96% (Δ - 2 p.p.)

© 2016 KPMG Advisory - Consultores de Gestão, S.A., a firma portuguesa membro da rede KPMG, composta por firmas independentes afiliadas da KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça. Todos os direitos reservados. O nome KPMG e logótipo são marcas registadas ou marcas registadas da KPMG Internacional.

A Voz do Cliente

Até ser atendido, o João espera

21 segundos

TEMPO ESPERA DAS CHAMADAS: 21s (Δ - 22%)

© 2016 KPMG Advisory - Consultores de Gestão, S.A., a firma portuguesa membro da rede KPMG, composta por firmas independentes afiliadas da KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça. Todos os direitos reservados. O nome KPMG e logótipo são marcas registadas ou marcas registadas da KPMG Internacional.

A Voz do Cliente

Enquanto o operador averigua a questão, coloca a chamada do João *on-hold* durante

33 segundos

TEMPO MÉDIO ON-HOLD: 33s (Δ - 3%)

© 2016 KPMG Advisory - Consultores de Gestão, S.A., a firma portuguesa membro da rede KPMG, composta por firmas independentes afiliadas da KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça. Todos os direitos reservados. O nome KPMG e logótipo são marcas registadas ou marcas registadas da KPMG Internacional.

A Voz do Cliente

A chamada dura em média **5 minutos**

DURAÇÃO MÉDIA DAS CHAMADAS: 5 min (Δ - 28%)

© 2016 KPMG Advisory - Consultores de Gestão, S.A., a firma portuguesa membro da rede KPMG, composta por firmas independentes afiliadas da KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça. Todos os direitos reservados. O nome KPMG e logótipo são marcas registadas ou marcas registadas da KPMG Internacional.

A Voz do Cliente

89% das vezes a solicitação é resolvida no primeiro contacto, existindo apenas **7%** de reincidências

TAXA DE RESOLUÇÃO AO PRIMEIRO CONTACTO: 89% (Δ 5 p.p.)

TAXA DE REINCIDÊNCIA DE CHAMADAS: 7% (Δ -4 p.p.)

© 2016 KPMG Advisory - Consultores de Gestão, S.A., a firma portuguesa membro da rede KPMG, composta por firmas independentes afiliadas da KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça. Todos os direitos reservados. O nome KPMG e logótipo são marcas registadas ou marcas registadas da KPMG Internacional.

Evolução de Modelos de Pagamento

EXEMPLO REAL

A optimização dos custos e o aumento da eficiência são alavancados através da implementação de **Modelos de Remuneração** indexados à performance

OS MODELOS DE REMUNERAÇÃO TÊM EVOLUIDO:

PRIMEIRO MODELO DE REMUNERAÇÃO

Remuneração com base em:
- **Número de FTEs** – por FTE – ou
- Por **horas de trabalho**

1ª EVOLUÇÃO

Remuneração com base em:
- Número de **chamadas atendidas**

2ª EVOLUÇÃO

Remuneração com base em:
- Número de **solicitações resolvidas**

ACTUALMENTE

Remuneração com base em:
- Número de **solicitações resolvidas, excluindo reincidências**

Os Contact Centers enfrentam o desafio de **identificar novos métodos para aumentar a eficiência**, uma vez que os clientes estão cada vez mais exigentes e a concorrência é agressiva

© 2016 KPMG Advisory - Consultores de Gestão, S.A., a firma portuguesa membro da rede KPMG, composta por firmas independentes afiliadas da KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça. Todos os direitos reservados. O nome KPMG e logótipo são marcas registadas ou marcas registadas da KPMG Internacional.

A Voz do Cliente

Quando não é resolvida no primeiro contacto, a solicitação do João demora 16 horas a ser concretizada

TMR DE SOLICITAÇÕES: 16 h (Δ 129%)

TMR DE RECLAMAÇÕES: 72 h (Δ 0%)

TMR DE EMAILS: 48 h (Δ 0%)

© 2016 KPMG Advisory - Consultores de Gestão, S.A., a firma portuguesa membro da rede KPMG, composta por firmas independentes afiliadas da KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça. Todos os direitos reservados. O nome KPMG e logótipo são marcas registadas ou marcas registadas da KPMG Internacional.

A Voz do Cliente

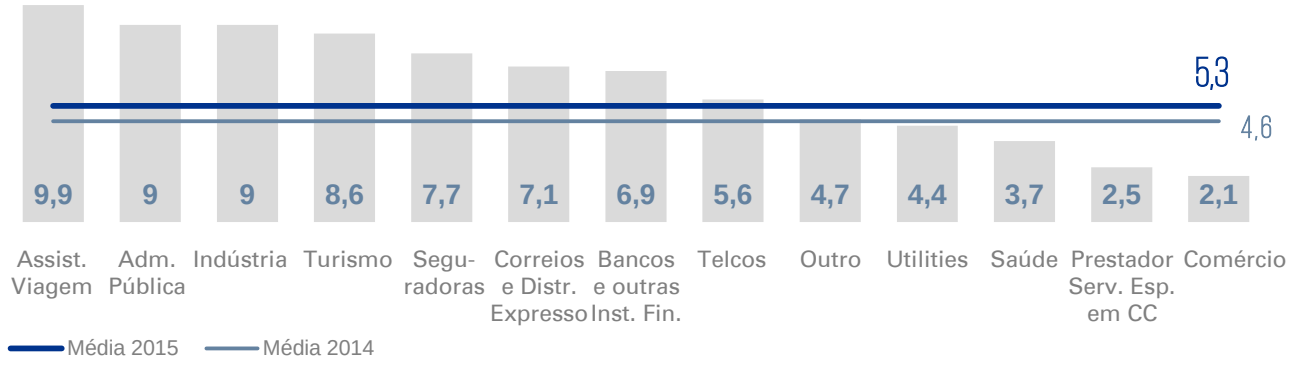
55% das chamadas o João responde a um inquérito de satisfação e costuma dar uma classificação de **5,3**

% DE CHAMADAS COM INQUÉRITO DE SATISFAÇÃO: 55% (Δ 22 p.p.)

% DE CC QUE REALIZAM INQUÉRITOS DE SATISFAÇÃO: 97%

UTILIZAÇÃO DO NPS NO INQUÉRITO: 88%

CLASSIFICAÇÃO MÉDIA POR SECTOR:



© 2016 KPMG Advisory - Consultores de Gestão, S.A., a firma portuguesa membro da rede KPMG, composta por firmas independentes afiliadas da KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça. Todos os direitos reservados. O nome KPMG e logótipo são marcas registadas ou marcas registadas da KPMG Internacional.

Agenda

- Introdução e caracterização do Estudo
- O SUPER OPERADOR
- A Voz do Cliente
- **Visão da KPMG para o Futuro**

© 2016 KPMG Advisory - Consultores de Gestão, S.A., a firma portuguesa membro da rede KPMG, composta por firmas independentes afiliadas da KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça. Todos os direitos reservados. O nome KPMG e logótipo são marcas registadas ou marcas registadas da KPMG Internacional.

Visão KPMG para o Futuro

O tema **”Contact Center do Futuro”** tem sido muito discutido nos últimos anos, sendo já uma realidade bastante presente não só internacionalmente como também em Portugal

A KPMG DESENVOLVEU O ESTUDO ”NEXT-GENERATION CONTACT CENTERS”, ONDE REFLECTE SOBRE A ACTUAL NECESSIDADE DOS CC EM CRIAR UM MODELO DE SERVIÇO AO CLIENTE COMPETITIVO NA ERA DOS SOCIAL MEDIA.

NESTE ESTUDO SÃO ENDEREÇADOS TEMAS COMO:

- ACTUAIS DESAFIOS DOS CONTACT CENTERS E POTENCIAIS SOLUÇÕES
- CARACTERISTICAS DOS CONTACT CENTERS BEM GERIDOS
- TENDÊNCIAS E PRIORIDADES DE INVESTIMENTO FUTURO
- PRINCIPAIS CAPACIDADES DOS CONTACT CENTERS DE HOJE

© 2016 KPMG Advisory - Consultores de Gestão, S.A., a firma portuguesa membro da rede KPMG, composta por firmas independentes afiliadas da KPMG International Cooperative (“KPMG International”), uma entidade suíça. Todos os direitos reservados. O nome KPMG e logótipo são marcas registadas ou marcas registadas da KPMG Internacional.

Visão KPMG para o Futuro

A **Era Digital** tem influenciado muito os portugueses e consequentemente os Contact Centers, que têm de se adaptar a novas realidades, onde destacamos as estratégias omni-channel, a cultura do self-service e o aparecimento das tecnologias disruptivas

ESTRATÉGIAS OMNI-CHANNEL

CULTURA DO SELF-SERVICE

TECNOLOGIAS DISRUPTIVAS

© 2016 KPMG Advisory - Consultores de Gestão, S.A., a firma portuguesa membro da rede KPMG, composta por firmas independentes afiliadas da KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça. Todos os direitos reservados. O nome KPMG e logótipo são marcas registadas ou marcas registadas da KPMG Internacional.

Estratégias Omni-channel

OS CLIENTES TENDEM A UTILIZAR UMA MÉDIA DE TRÊS OU MAIS CANAIS QUANDO TENCIONAM INTERAGIR COM O SERVIÇO AO CLIENTE.

DESAFIO: GARANTIR QUE SE OFERECE UMA EXPERIÊNCIA UNIFORME EM QUALQUER QUE SEJA A JORNADA ESCOLHIDA PELO CLIENTE

© 2016 KPMG Advisory - Consultores de Gestão, S.A., a firma portuguesa membro da rede KPMG, composta por firmas independentes afiliadas da KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça. Todos os direitos reservados. O nome KPMG e logótipo são marcas registadas ou marcas registadas da KPMG Internacional.

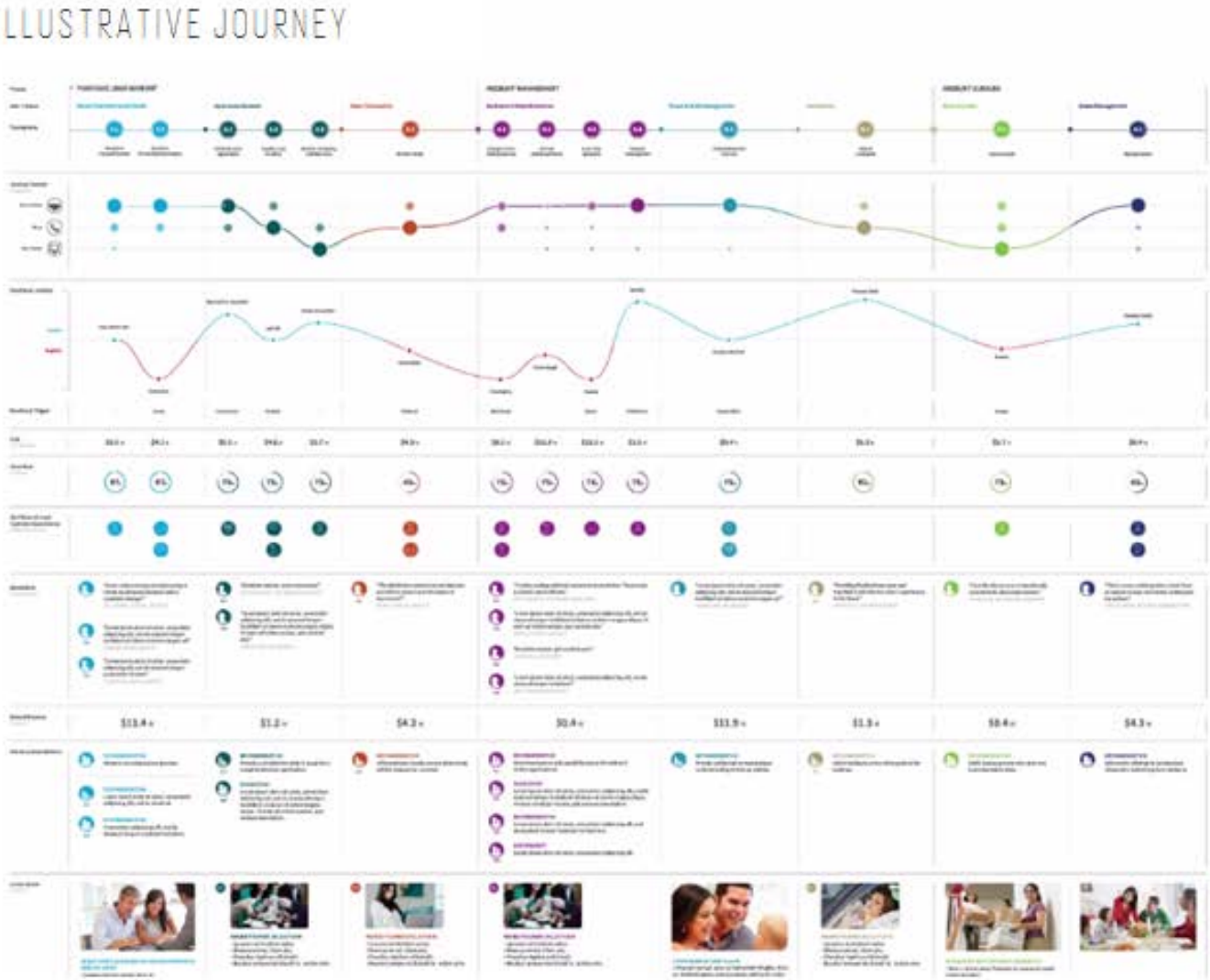
Pathfinder: Mapeamento de Jornadas de Clientes (Outside-In)

Journey phases, sub phases and touchpoints

Emotional journey

Qualitative information

E.G.
- Pain points
- Gain points



Context/Channel

Quantitative measures

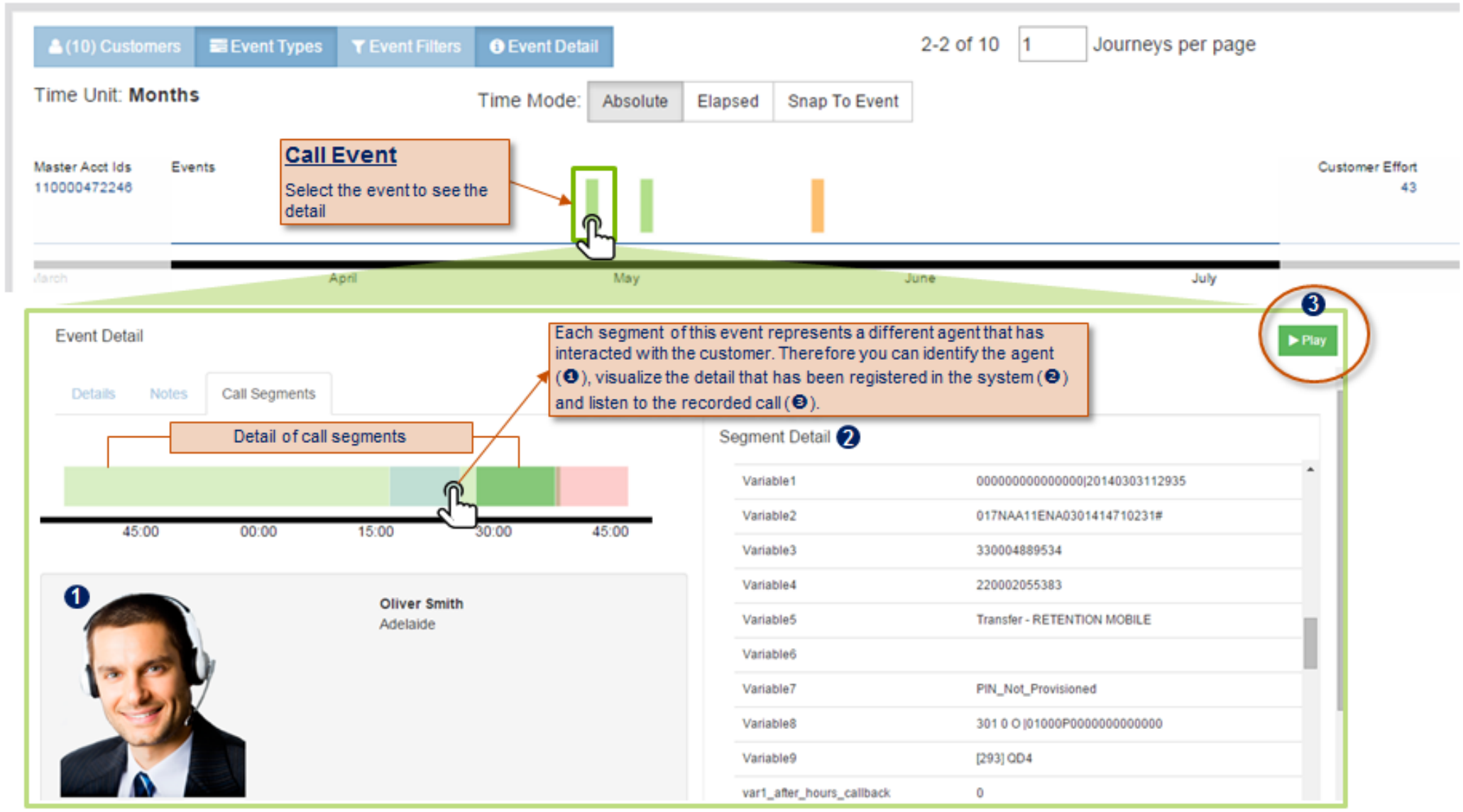
E.G.
- C-SAT
- NPS
- Costs

Potential solutions

© 2016 KPMG Advisory - Consultores de Gestão, S.A., a firma portuguesa membro da rede KPMG, composta por firmas independentes afiliadas da KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça. Todos os direitos reservados. O nome KPMG e logótipo são marcas registadas ou marcas registadas da KPMG Internacional.

CUSTOMER COMPASS: Jornadas de Clientes (Inside-Out)

Customer Journey Visualization | Call Event

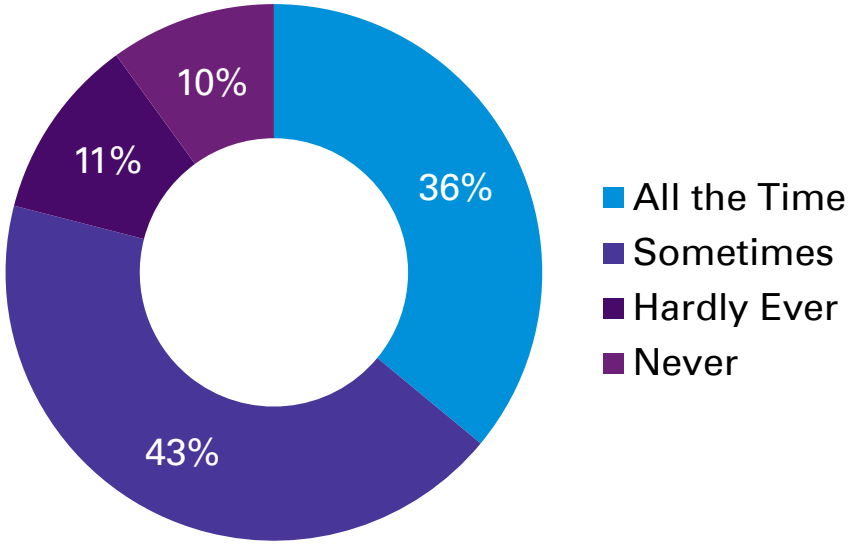


Cultura de um "BOM Self-service"

Ser digital é diferente de ser "Bom" digital

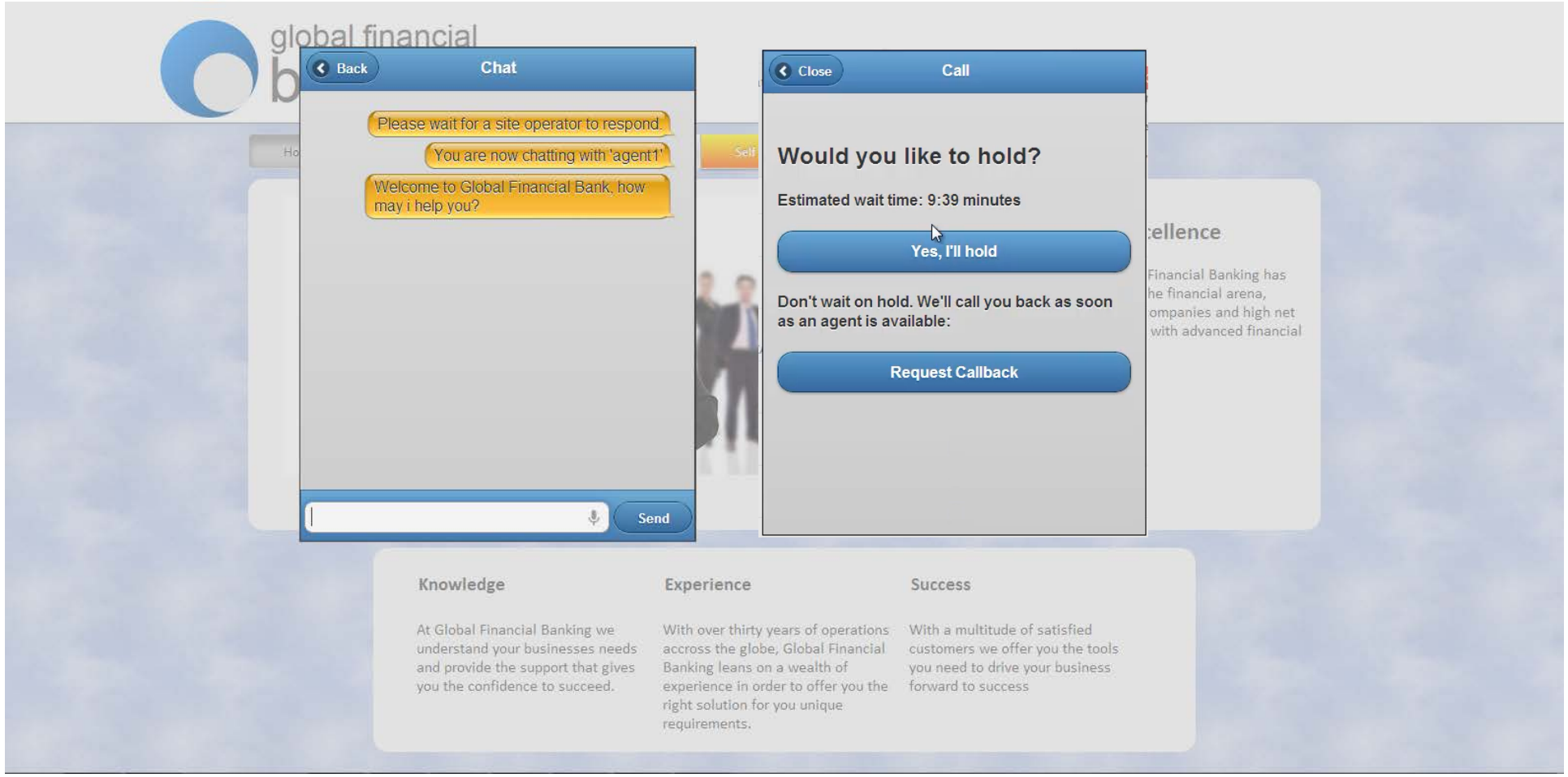
FERRAMENTAS DE *BIG DATA ANALYTICS*, COMO O *VISUAL IVR e SPEECH ANALYTICS*, TERÃO UM GRANDE IMPACTO NA EVOLUÇÃO DOS CC

How often do you "zero-out"



© 2016 KPMG Advisory - Consultores de Gestão, S.A., a firma portuguesa membro da rede KPMG, composta por firmas independentes afiliadas da KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça. Todos os direitos reservados. O nome KPMG e logótipo são marcas registadas ou marcas registadas da KPMG Internacional.

Visual IVR

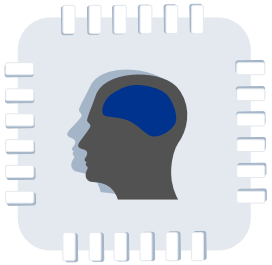


© 2016 KPMG Advisory - Consultores de Gestão, S.A., a firma portuguesa membro da rede KPMG, composta por firmas independentes afiliadas da KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça. Todos os direitos reservados. O nome KPMG e logótipo são marcas registadas ou marcas registadas da KPMG Internacional.

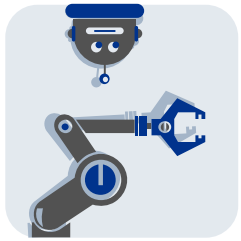
Tecnologias disruptivas

Numa óptica de melhoria operacional e de sustentabilidade do sector, as tecnologias disruptivas assumem um papel muito importante. A chegada da Inteligência Artificial e dos RPA (Robotic Process Automation) ao CC, contribuem em grande escala para o aparecimento da chamada "mão-de-obra digital"

Sendo o telefone o canal preferido pelos clientes, **os Contact Centers deveriam dedicar-se mais** a este serviço, devendo alocar mais tempo dos RH **a "ouvir" o cliente**



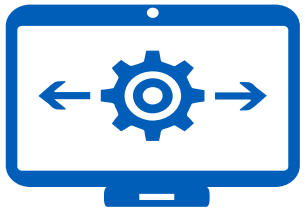
A IA aparece com esta necessidade. Este software, **a partir de informação não estruturada** (como o email), **extrai a informação relevante e direcciona para a pessoa certa** (em casos mais complexos), **ou** envia para o **RPA** a processar



Com os softwares de RPA, actividades como o registo da chamada, inserção de informação adicional, transferência para outras áreas, **podem passar a ser automatizados,** tornando todo o processo mais eficiente e mais barato

© 2016 KPMG Advisory - Consultores de Gestão, S.A., a firma portuguesa membro da rede KPMG, composta por firmas independentes afiliadas da KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça. Todos os direitos reservados. O nome KPMG e logótipo são marcas registadas ou marcas registadas da KPMG Internacional.

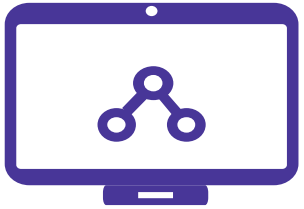
Robotic Process Automation (RPA)



Basic process automation

Rules engine + Visual Data Collection + Work flow +

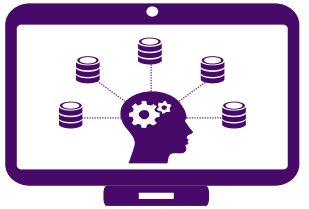
- Macro-based applets
- Screen level and OCR data collection
- Workflow automation
- Process mapping
- Self executing



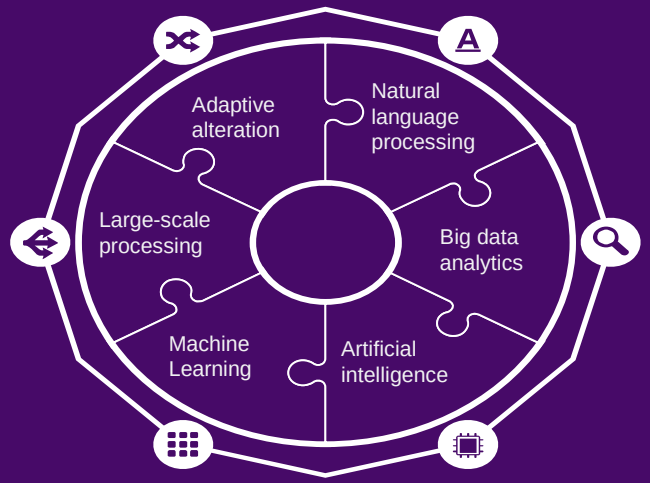
Enhanced process automation

Processing of unstructured data and base knowledge +

- Built-in knowledge repository
- Learning capabilities
- Ability to work with unstructured data
- Pattern recognition
- Reading source data manuals
- Natural language processing



Cognitive automation



- Artificial intelligence
- Natural language recognition and processing
- Self-learning (sometimes self optimizing)
- Processing of super data sets
- Predictive analytics/hypothesis generation
- Evidence-based learning

© 2016 KPMG Advisory - Consultores de Gestão, S.A., a firma portuguesa membro da rede KPMG, composta por firmas independentes afiliadas da KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça. Todos os direitos reservados. O nome KPMG e logótipo são marcas registadas ou marcas registadas da KPMG Internacional.

O que é o RPA

- A aplicação de tecnologia (software) que permite automatizar processos ou parte de processos que sejam manuais, repetitivos e baseados em regras
- Estes Robots conseguem autonomamente e automaticamente:
  - Aceder ao Email (ler, descarregar, enviar,…)
  - Transferir dados entre aplicações
  - Aceder e interagir com vários sistemas corporativos
  - …
- Como o RPA trabalha ao mesmo nível que um utilizador (trabalha em cima da infraestrutura de IT da organização, não é necessário alterar a infraestrutura e sistemas corporativos actuais

ESTAS TECNOLOGIAS AGILIZAM O PROCESSO, TORNANDO-O MAIS RÁPIDO, BARATO, PRECISO, E LIBERTAM MAIS TEMPO AOS OPERADORES PARA SE DEDICAREM A FALAR COM O CLIENTE

KPMG

© 2016 KPMG Advisory - Consultores de Gestão, S.A., a firma portuguesa membro da rede KPMG, composta por firmas independentes afiliadas da KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça. Todos os direitos reservados. O nome KPMG e logótipo são marcas registadas ou marcas registadas da KPMG Internacional.

Conclusão

O sector dos Contact Centers teve variações positivas face ao ano passado…

- Melhoria na eficiência das operações
- Performance operacional consolidada, traduzindo-se em clientes "satisfeitos"
- SUPER OPERADORES

… no entanto, ainda existem alguns desafios a endereçar nos próximos anos…

- "MILLENNIALS"
- Estratégias omni-channel
- Cultura do self-service
- Tecnologias disruptivas
- …

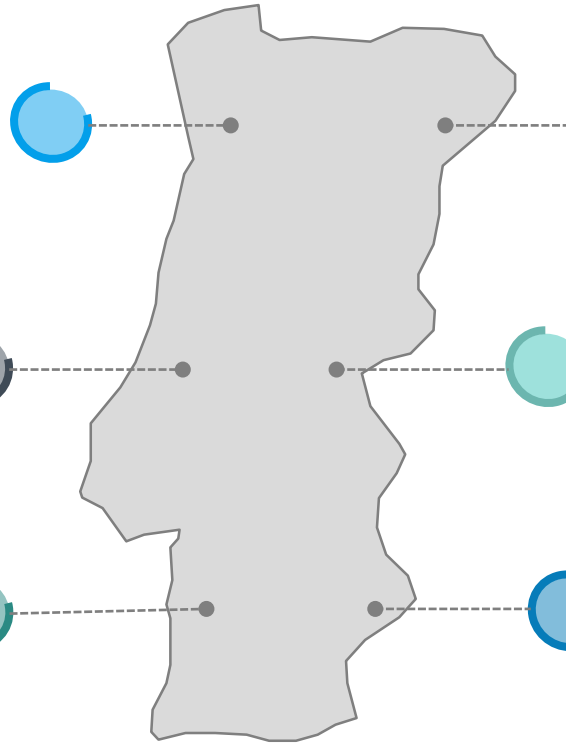
… que terão um grande impacto positivo na evolução do sector, o que permitirá:

- Alavancar a eficiência das operações
- Contribuir para a sustentabilidade do sector
- Capacitar os CC para se tornarem mais atractivos a investimentos internacionais

© 2016 KPMG Advisory - Consultores de Gestão, S.A., a firma portuguesa membro da rede KPMG, composta por firmas independentes afiliadas da KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça. Todos os direitos reservados. O nome KPMG e logótipo são marcas registadas ou marcas registadas da KPMG Internacional.

Só mais uma coisa...

Portugal!!!



TECNOLOGIA
Portugal é considerado um país de topo no fornecimento de serviços tecnológicos

MERCADO
Abertura a um mercado de mais de 250 milhões de consumidores de língua portuguesa

COMPETÊNCIAS
Cerca de 61% dos portugueses falam pelo menos uma língua estrangeira

INFRA-ESTRUTURAS
Portugal é considerado o 12º país do mundo com melhores infra-estruturas

TALENTO
Força de trabalho altamente qualificada, disponível, flexível, dedicada e produtiva

QUALIDADE DE VIDA
País seguro, com custo de vida baixo, clima agradável e boas estruturas culturais e de lazer

Portugal é cada vez mais considerado como um mercado atractivo para investimento de empresas de *Contact Centers* devido às suas características inerentes

Através do desenvolvimento tecnológico e de mercado, entre outras características, Portugal tornou-se um **mercado atractivo para investimento de empresas de *Contact Centers***

© 2016 KPMG Advisory - Consultores de Gestão, S.A., a firma portuguesa membro da rede KPMG, composta por firmas independentes afiliadas da KPMG International Cooperative ("KPMG International"), uma entidade suíça. Todos os direitos reservados. O nome KPMG e logótipo são marcas registadas ou marcas registadas da KPMG Internacional.

OBRIGADO!

diogocarvalho@kpmg.com

www.kpmg.pt

A informação contida neste documento é de natureza geral e não se aplica a nenhuma entidade ou situação particular. Apesar de fazermos todos os possíveis para fornecer informação precisa e actual, não podemos garantir que tal informação seja precisa na data em que for recebida/conhecida ou que continuará a ser precisa no futuro. Ninguém deve actuar de acordo com essa informação sem aconselhamento profissional apropriado para cada situação específica.

© 2016 KPMG Advisory - Consultores de Gestão, S.A., a Portuguese company and a member firm of the KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG International Cooperative ("KPMG International"), a Swiss entity. All rights reserved. Printed in Portugal.

The KPMG name and logo is registered trademarks or trademarks of KPMG International.