

# INOVAÇÃO

Sem limites

## NOSSO COMPROMISSO COM A ESPECIALIDADE

Desde a sua fundação em 2004, a AlfaPeople Brasil tem cotribuído para que empresas de todos os tamanhos, regiões e segmentos elevem seus padrões de gestão de clientes. Honrar este propósito está no centro de tudo o que fazemos, levando-nos a expandir e transformar nosso conhecimento na direção da inovação e das especialidades.

O Call Center merece posição de destaque em nosso portfólio de soluções. Mais do que acompanhar as práticas desta especialidade, tivemos a oportunidade de inovar em projetos pioneiros e de grande relevância ao longo destes anos.

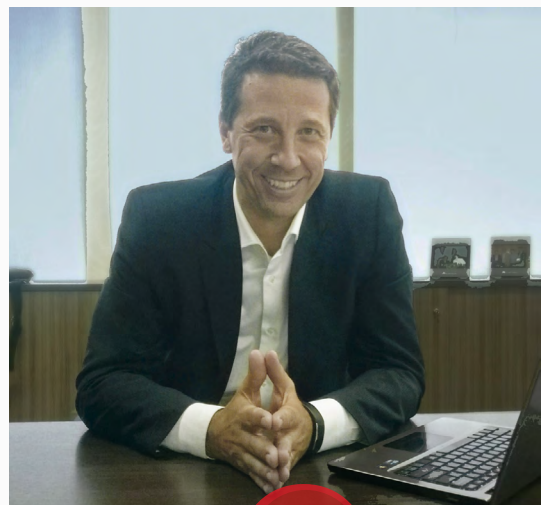
Também a tecnologia desempenha importante papel nos resultados e desenvolvimento desta área, seja na interação com os clientes ou nas imensas possibilidades da internet, seja oferecendo alternativas de gestão que

permitam às centrais de atendimento adaptarem-se aos novos tempos e clientes. Unindo nosso conhecimento sobre o Call Center e sobre a plataforma Microsoft Dynamics CRM, levamos ao mercado uma solução específica e inovadora, que além da tecnologia de classe mundial, carrega o poder da flexibilidade, da simplicidade e do prazer no uso, elementos fundamentais ao resultado empresarial. Estamos felizes em compartilhar algumas de nossas histórias sobre esta especialidade!



**Egon COradini**

Director Comercial  
AlfaPoeple Brazil



## DOTZ MELHORA PROCESSOS DE ATENDIMENTO

**O crescimento da empresa brasileira gerou grande demanda no atendimento ao cliente, desafio solucionado com a implementação do Microsoft Dynamics CRM Online**

A empresa Dotz foi criada no ano 2000 como uma empresa web, e desde então, é uma das líderes em programas de fidelização por coalizão na América Latina. Com seu evidente crescimento ao longo de mais de 10 anos de jornada, a companhia encarou um grande desafio em 2011: melhorar seus processos de atendimento ao cliente. Para isso, contou com a implementação do Microsoft Dynamics CRM Online, ferramenta pioneira que possibilitou a integração de processos enquanto agrega valor ao cliente. A Dotz, hoje, é a segunda moeda do consumidor brasileiro. Com 700 dotz distribuídos por segundo, a empresa chega a processar cerca de 1 milhão de créditos por dia, o que gera em média mais de 200 mil trocas por premiações por mês. Para atender essa crescente demanda foi necessário renovar o processo de atendimento ao cliente, que era o mesmo desde a criação da companhia.

A Dotz buscou a solução com a ajuda da AlfaPeople, segunda maior parceira da Microsoft Dynamics CRM no mundo. "Quando o cliente ligava se fazia uma busca manual, que levava tempo e atrapalhava no sentido de ter uma resposta rápida", aponta Lucas Santacruz, consultor da AlfaPeople.

Com a implementação do Dynamics, a Dotz conseguiu atender a todos os requisitos do negócio, já que além de uma interface intuitiva, o sistema também possuía aderência aos processos internos de atendimento, assim integrando bancos de dados que já existiam. Fábio Tavares, diretor de tecnologia da informação da Dotz contou sobre os principais desafios, que envolviam descentralizar as operações que cresciam rapidamente, da mesma forma que a equipe de atendimento crescia, tudo isso precisava ser aplicado rapidamente e a adaptação do usuário tinha que ser imediata. Juliana Marciano, coordenadora do front office de atendimento ao cliente da Dotz explica sobre como o novo modelo permite a empresa a gestão dos atendimento mais assertivo, integrando chat, e mail e telefone através de simples consulta a internet, já que todo conteúdo fica na nuvem. Marciano conta que para o futuro desta parceria de sucesso, a Microsoft Dynamics e a Dotz pretendem

desenvolver a ferramenta, para que esta também atenda as redes sociais, que crescem a cada ano como canal de conversação entre a companhia e seus clientes. "Esperamos que a Microsoft continue usando sua excelência de criar novos processos e novas facilidades. Também que isso continue impactando, de forma extremamente positiva, tanto nosso cliente interno, como, principalmente, nosso cliente externo", ressalta Juliana. Assim a união Dotz e Microsoft marca o início de uma parceria que vai além da tecnologia de ponta: a mudança agregou valor ao negócio, ao proporcionar atendimentos cada vez mais efetivos ao cliente. •

**"A solução conferiu à Dotz uma gestão dos atendimentos mais assertiva, integrando chat, e-mail e telefone por meio de uma simples consulta à internet, já que todo o conteúdo fica na nuvem".**



Maior Produtividade



Escalabilidade



Interoperabilidade



## QUE TAL O SEU CALL CENTER SUPORTADO PELO MICROSOFT DYNAMICS CRM?

A AlfaPeople Brasil utilizou seu conhecimento da plataforma Microsoft Dynamics CRM para criar uma solução específica para Call Centers, permitindo a administração facilitada dos dados cadastrais, comportamentais, de negócio, habilitando a visão única dos clientes, e a criação do histórico de relacionamento. Essa solução permite aumentar a produtividade, reduzir os custos e gerir de forma harmônica e sincronizada a sua operação. •



## FAZER MAIS COM MENOS

por Lucas Santacruz

**Com o crescimento e a profissionalização das atividades dos Call Centers, a tecnologia exerce um papel fundamental na unificação das experiências promovendo equilíbrio e dinâmica a operação.**

Conduzindo projetos de atendimento nos últimos 8 anos, notei que a rapidez de execução de um Call Center e sua dinâmica de operação frequentemente confrontam com a rigidez, baixa flexibilidade e excessiva quantidade de sistemas de informação que suportam o negócio. Sua evolução torna-se limitada e custosa por que os novos sistemas, pretensiosamente, buscam substituir todo o legado existente, ou, ao contrário, sua tecnologia possui graves limitações de conectividade. Por consequência, o trabalho do atendente torna-se um suplício: é difícil a navegação nas diversas fontes

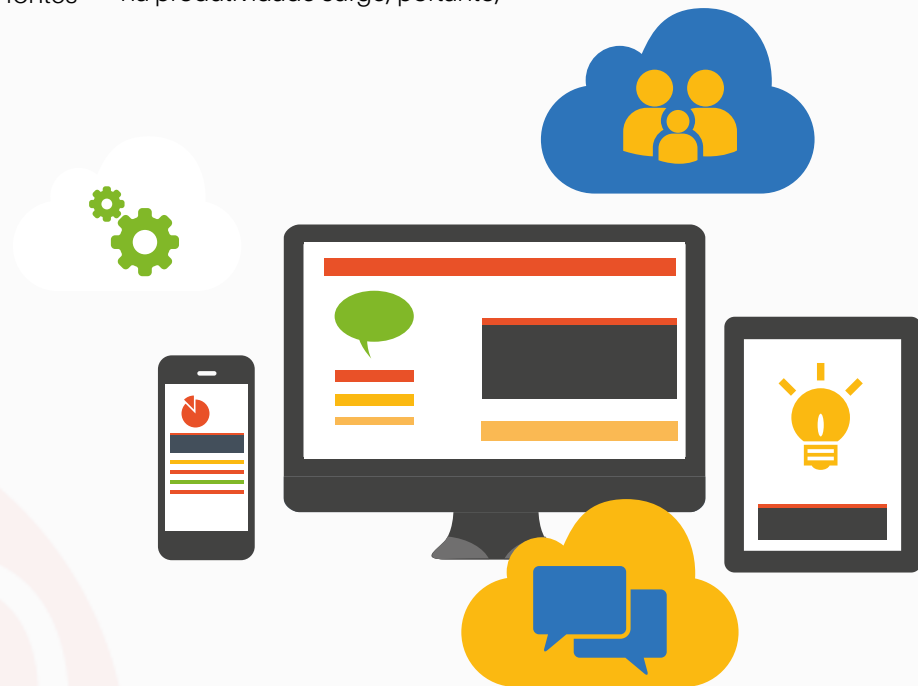
de informação e os indicadores de performance tornam-se complexos de se obter e consolidar. Operação e gestão sofrem. Esse é um padrão que observei não só em operações terceirizadas mas também em centrais menores, próprias de diversas indústrias.

## FAMILIARIDADE X PRODUTIVIDADE

Nosso objetivo em projetos desta natureza sempre passa portanto, logo no início, pela preocupação com a unificação das fontes de dados em uma única interface, seja substituindo os legados quando possível, ou encapsulando suas telas em um novo contexto. A experiência Microsoft oferece tranquilidade e acelerada curva de aprendizado, pois a familiaridade com a plataforma é comum à grande maioria dos colaboradores, do Windows de suas residências ao costume com Outlook e suite Office em geral. O incremento na produtividade surge, portanto,

naturalmente, no equilíbrio da melhora sistêmica com a fluência humana na nova plataforma.

O acesso a informação de forma simples, unificada e organizada são fundamentais para plena condução do Call Center em prol dos seus objetivos sejam eles de expansão, performance, serviços, etc. Ainda existe muito espaço para as centrais de atendimento evoluírem, algo muito maior que simplesmente atender multicanal, ou integrações mais robustas, estamos falando de uma nova geração que gera receita e é parte estratégica da empresa.



## JHSF É PIONEIRA NO SEU SETOR AO IMPLEMENTAR O MICROSOFT DYNAMICS CRM 2015

**A JHSF assumiu a dianteira entre as empresas do seu setor rumo a um mundo tecnológico, quando decidiu implementar o Dynamics CRM 2015, última versão do software de gestão na nuvem da Microsoft.**

Com a adoção da solução, num processo de 15 meses dividido em quatro fases, cuja primeira foi completada em meados de dezembro pela AlfaPeople Brasil, o objetivo é oferecer atendimento personalizado aos seus atuais e futuros clientes.

Fundada em 1972, a JHSF Participações é líder no setor imobiliário de alta renda no Brasil, com expressiva atuação nos mercados de incorporações residenciais e comerciais de uso misto de larga escala. A empresa é reconhecida por seu pioneirismo, inovação, padrão de qualidade e pela capacidade de identificar novas oportunidades de negócios que geram impacto altamente positivo nas regiões onde são implantados.

Seguindo a sua filosofia de constante evolução, a JHSF percebeu que para oferecer serviços e produtos que fossem realmente de interesse para seus clientes e prospects, era preciso adotar um sistema que permitisse uma visão de 360 graus, centralizando e disponibilizando de maneira prática todas as informações geradas pelas diferentes áreas da empresa.

A solução foi implementar um pioneiro sistema de CRM premium,

para formar uma única base de dados acerca dos clientes das diversas áreas da JHSF, capaz de analisar todas as informações, com foco nas exigências dos seus clientes e poder tratá-los de forma diferenciada.

Coube então ao setor de TI o desafio de fornecer uma solução aos departamentos de vendas, marketing e pós-vendas, que possibilitasse uma ampla visão da base de clientes de cada divisão, não só para identificação de oportunidade de vendas, mas, além disso, fornecer melhores serviços, visando a sua fidelização. Após uma pesquisa de mercado, a solução escolhida foi o Microsoft Dynamics CRM Online 2015. Escolher um produto de última geração, disponibilizado mundialmente em dezembro, está exatamente em linha como a filosofia de inovar da JHSF. Não por acaso a JHSF foi um dos primeiros clientes a adotar a última versão do software.

“Com a implementação do Dynamics CRM Online, a JHSF irá conhecer cada vez mais os clientes, o que vai permitir entender as suas necessidades e atendê-los melhor e de forma diferenciada desde o primeiro contato, oferecendo apenas produtos que possam agregar valor a eles. Os vendedores poderão consultar uma base de dados interligada entre todas as áreas da companhia, analisar o perfil e, com essa sinergia, vamos saber se um cliente da incorporação tem interesse em um imóvel na Fazenda Boa Vista ou no nosso novo empreendimento, o Catarina, por exemplo”, explica Rogério Prado Pires, diretor de TI da JHSF.

“Já os prospects vão ficar na nossa base de dados, e se hoje não temos algo a oferecer de acordo com o seu

perfil, no futuro podemos oferecer algo que realmente interesse, como um imóvel no Parque Cidade Jardim, ou até mesmo uma grife no Cidade Jardim Shops, em desenvolvimento no bairro dos Jardins, em São Paulo”, continua o diretor de TI.

A escolha da consultoria AlfaPeople Brasil também foi um fator decisivo, de acordo com Pires. “Fomos buscar no mercado um implementador que fosse referência no nosso mercado, mas, além disso, houve um comprometimento da própria Microsoft, que deu suporte o tempo todo, o que adiantou a primeira fase em dez dias, inicialmente a finalização estava prevista para 29/12/2014. Outro ponto fundamental para escolhermos o Dynamics foi a possibilidade de rodar em qualquer plataforma na Internet, nos dando a possibilidade de grande portabilidade e mobilidade”, diz o executivo.

Após a implementação do Microsoft Dynamics CRM Online 2015, a JHSF pretende navegar mais. Após a implementação do Microsoft Dynamics CRM Online 2015, a JHSF pretende navegar mais longe nos mares da tecnologia, em direção a um programa de fidelização, no qual os clientes possam ter alguns benefícios, além de um portal do cliente. Além disso, no futuro haverá integração total do ERP com Dynamics CRM Online, numa única grande base de dados, sem necessidade de investir em estrutura, com mais velocidade, agilidade e produtividade para oferecer aos usuários. “Em resumo, precisamos de informações para tomar decisões, e se isso ocorrer com mais rapidez, vai ajudar muito a impulsionar os negócios da companhia”, conclui Pires.

# 5 PRÁTICAS PARA TRANSFORMAR O SEU CALL CENTER

## 1. MOTIVE O SEU PESSOAL

Crie um programa de incentivo atraente e atingível, com foco nos resultados. Combine práticas de Gamification para facilitar a adoção e o acompanhamento. Desenvolva competências complementares em sua equipe.

Pensado originalmente para o atendimento ao cliente, os Call Centers avançam na direção da geração de receita e aumento do lucro. Como você tem planejado este avanço? Reunimos dicas que podem colocar a sua empresa também nesta direção.

## 2. SURPREENDA O CLIENTE

Pense em modelos de automação, classificação dos contatos e regras de relacionamento que contenham ações inesperadas por parte de seus clientes.

## 3. ADOTE CANAIS PARA ENVOLVER OS CLIENTES

Avalie tecnologias que vão além dos meios tradicionais de atendimento. Considere a mobilidade, onde os seus agentes atendem em qualquer lugar. Aprenda como utilizar as informações produzidas nas mídias sociais também no Call Center.

## 4. USE A TECNOLOGIA COMO IMPULSIONADOR DE RESULTADOS

Considere tecnologias capazes de oferecer agilidade e qualidade no atendimento, que sejam suficientemente flexíveis para mudar ao ritmo dos negócios e que integrem-se a outros sistemas.

## 5. ACOMPANHE O PÓS-VENDA

Trabalhe para que sua área de pós-venda, além de atender os chamados, aprenda com o cliente e traga para a empresa insights de venda e inovação.



### TEM UMA PERGUNTA?

#### AlfaPeople

Av. Maria Coelho Aguiar, 215  
Jd. São Luiz - São Paulo/SP  
CEP: 05805-000 **Brazil**  
Phone: +55 (11) 3741-5181  
Email: [info.br@alfapeople.com](mailto:info.br@alfapeople.com)