

Por Léia Machado

A Youse é uma marca do Grupo Caixa Seguradora que nasceu com o propósito de ser uma empresa 100% online. A plataforma, que não tem nem um ano de vida, oferta seguros para carro, casa e vida em mais de 1.000 combinações personalizadas e prevê uma ampliação no leque de lançamentos de novos produtos ao longo de 2017.

Segundo Luciana Mata, head de Relacionamento da Youse, a missão dessa iniciativa é fazer um atendimento humanizado, online e totalmente integrado com a vida digital do cliente. Para isso, a Youse contou com a parceria da Salesforce para a estruturação completa da área de atendimento, incluindo as verticais de Vendas, Pós-Vendas e Cultura do Relacionamento com o Cliente.

“Manter a qualidade do atendimento é um mantra desde a concepção do nosso negócio. Antes mesmo de colocar a operação no ar já contávamos com desenvolvimento via design thinking junto com o cliente, testando e comprovando a melhor forma desse relacionamento. Vivemos na era do empoderamento do consumidor, ou seja, estamos trabalhando a fim de atendê-lo do jeito que ele deseja”, pontua Luciana.

Projeto e benefícios

A solução escolhida para o projeto foi o Salesforce Service Cloud, implementado e customizado pela consultoria Everymind para uma equipe-piloto de 12 operadores. Hoje, menos de um ano depois, já são mais de 450 funcionários logados na ferramenta, em uma operação de missão crítica que funciona ininterruptamente.

“O projeto é evolutivo e desde o início passa por ajustes pontuais toda semana. Com isso, já conseguimos aprimorar o desempenho da equipe de atendimento ao cliente em 38% mantendo o nosso padrão: o cliente não fala com máquina”, diz a executiva e acrescenta que a Youse usou o sistema de omnichannel da Salesforce, com um modelo de atendimento em múltiplas plataformas, seja na rede social ou no atendimento convencional, por telefone ou e-mail.

“Temos uma visão integrada do cliente, o que nos permite uma ação mais assertiva e preditiva, uma vantagem competitiva e um relacionamento mais transparente”, completa Luciana. E esse tratamento humanizado é sentido até pelos colaboradores da Youse, que fazem o atendimento de forma mais produtiva, em que numa única tela aparecem todos os dados do cliente e as diretrizes daquele atendimento.

“O atendente não usa script, ele tem a liberdade de falar com o cliente de um jeito mais próximo, entendendo as demandas e se engajando com a resolução do problema. Nosso trabalho envolve tragédia ou incidentes, nossos colaboradores precisam ter a sensibilidade de atender um cliente que está passando por um momento difícil”, explica.

Segundo Luciana, a tecnologia ajudou muito nesse processo de humanização, pois todas as informações são disponibilizadas na tela e o atendimento é rápido. Tanto que os planos da Youse é implementar novas soluções que forneçam uma visão completa da jornada do cliente, além de tecnologia de chatbot no Facebook.

Hoje, 80% dos produtos adquiridos na Youse são realizados via plataforma, mas contam também com uma interação humana. A expectativa é que esse percentual seja de 50% até o final do ano, até porque, continua Luciana, o brasileiro ainda prefere um atendimento com interação humana.

Fonte: Decision Report, em 22.03.2017.