

RE-IMAGINE THE CUSTOMER SERVICE

CC PORTUGAL 2014

29 maio Teatro Thália - Lisboa

Estudo do sector Contact Center em Portugal

Diogo Carvalho
KPMG

Agenda:

- 1 Caracterização
- 2 A voz do Cliente (2ª impressão)
- 3 Desafios

1 Caracterização





Amostra do estudo

41 Empresas

22% Telecomunicações

**15% Bancos e outras
instituições financeiras**

12% Seguradoras

10% *Outsourcers*

41% Outras indústrias

Contexto nacional

50.000 pessoas

**1,1% do mercado de
trabalho em Portugal**

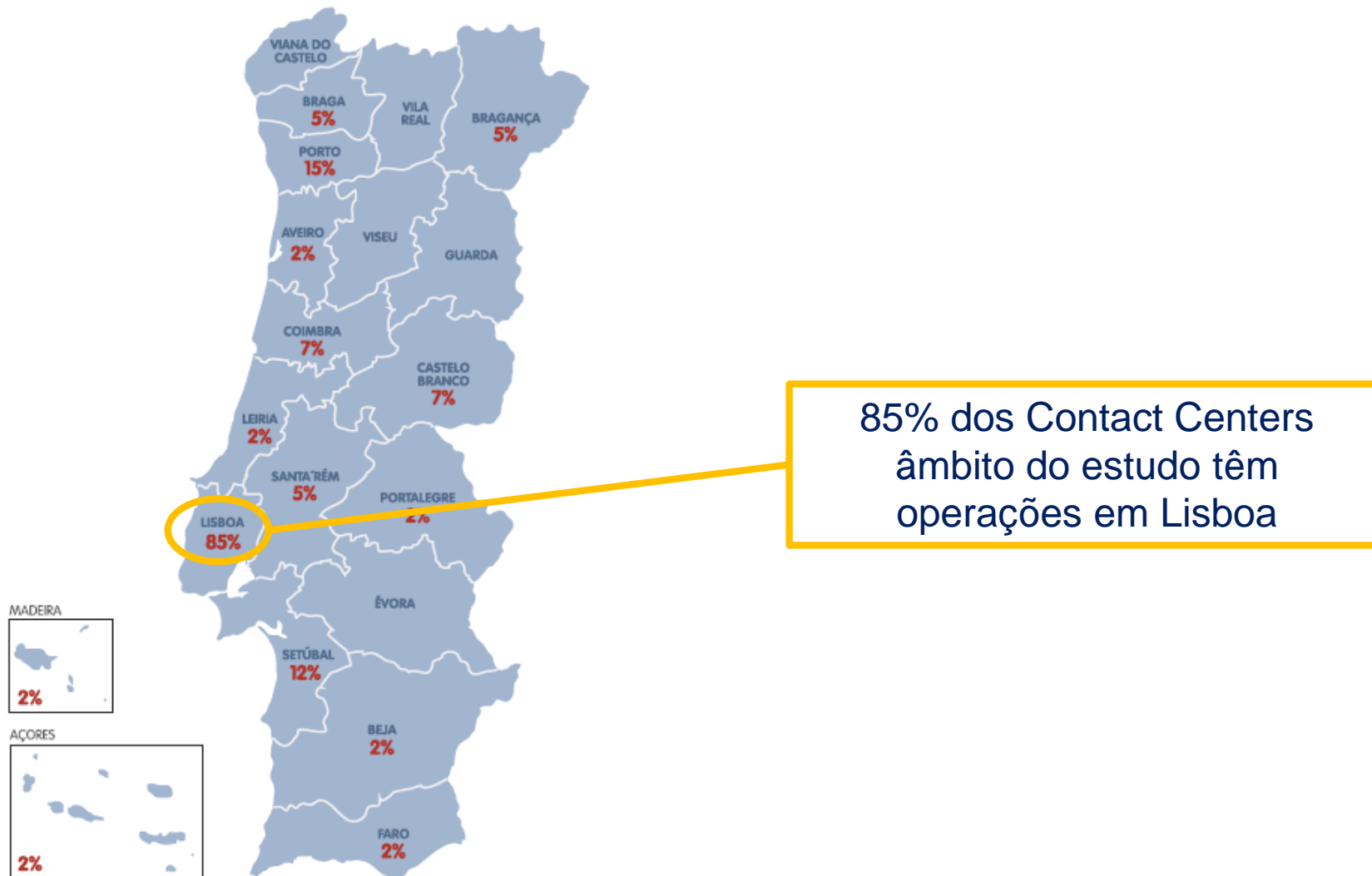
Não 1x...



... mas 5 x!

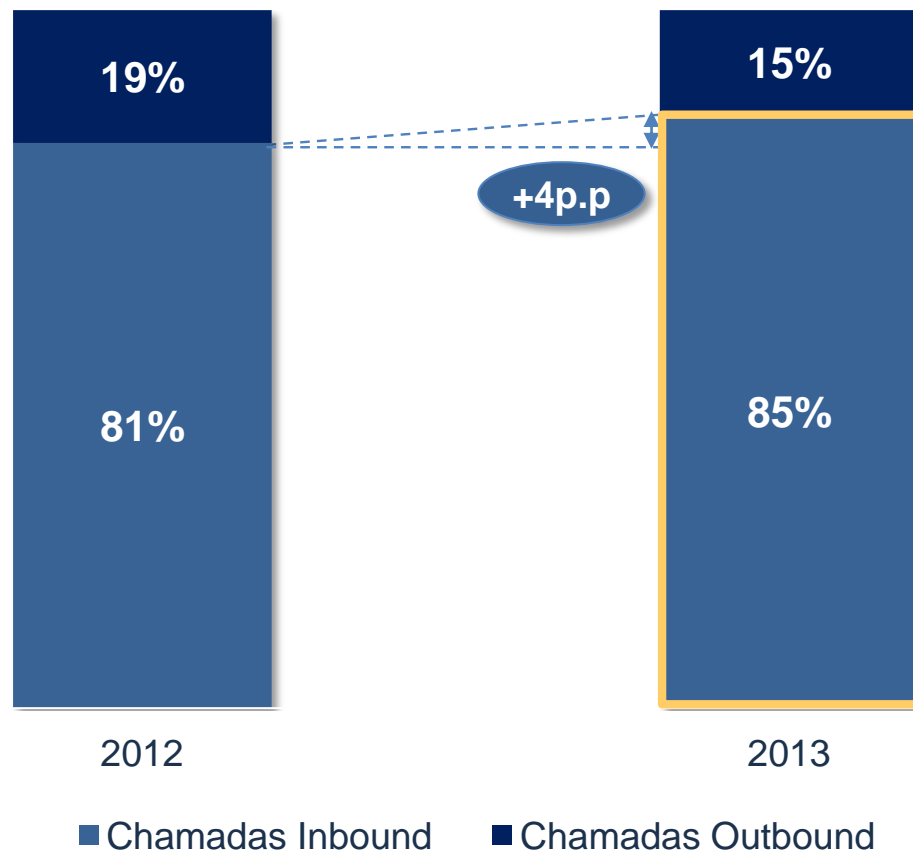


Distribuição das Operações de *Contact Center* por Distrito



Tipologia de contactos suportados pelas operações de *Contact Center*

Crescimento 4p.p no número de chamadas Inbound



2

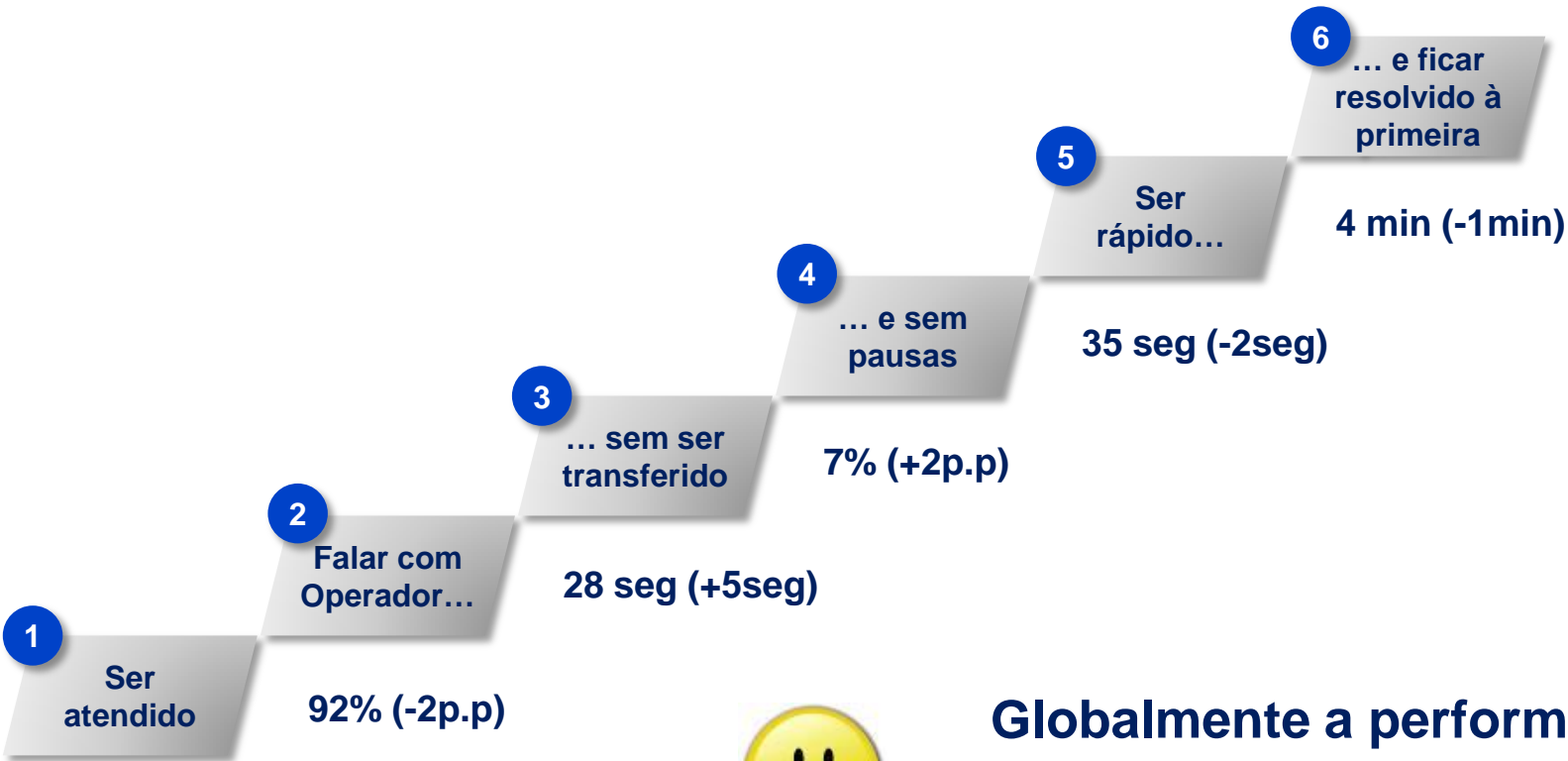
Voz do Cliente



Se nos colocarmos no lugar do Cliente quando ligamos para o *Contact Center* queremos...



86% (+4p.p)



Globalmente a performance operacional dos *Contact Centers* mantém-se elevada, contudo...

Estará a voz do Cliente alinhada
com a excelente performance
operacional?

Posicionamento dos *Contact Centers* em Portugal no Modelo NPS

Os *Contact Centers* que utilizam o *Net Promoter Score* como modelo de avaliação de qualidade de serviço...

Escala de avaliação utilizada no Modelo NPS



... obtiveram uma **qualificação média de 50**
(numa escala de -100 a +100)!

Fonte: <https://www.checkmarket.com/2011/06/net-promoter-score/>

A que se deve a boa performance
operacional e qualidade de
serviço?

Aposta na formação, credenciação e em escutar a real satisfação do cliente

Investimento contínuo na formação e credenciação:

- Aumento de **27% na formação** de operadores (+ 20 horas, actuais 92 horas/ ano);
- **44%** dos operadores são **licenciados**;
- Apenas **2%** dos *Contact Centers* **não têm uma certificação** e...
- ... **50%** são **certificados pelo APCC**

Foco em “escutar” a qualidade de serviço percebida pelo Cliente:

- **83%** dos *Contact Centers* possuem um **modelo de avaliação de QoS**
- **40%** dos *Contact Centers* usam o **NPS**
- + de **2/3** dos *Contact Centers* estabelecem relação entre o **QoS e a remuneração**

3

Desafios



Wrap Up

Desafios...

2013

A Primeira Impressão....



Performance
Operacional...

2014

A Segunda Impressão....



...Qualidade
de Serviço



E a seguir....?

Perante novas gerações de Clientes (e Fornecedores),
“selfcare oriented”, a sustentabilidade do sector está em:

“Rapidez vs Resolução”

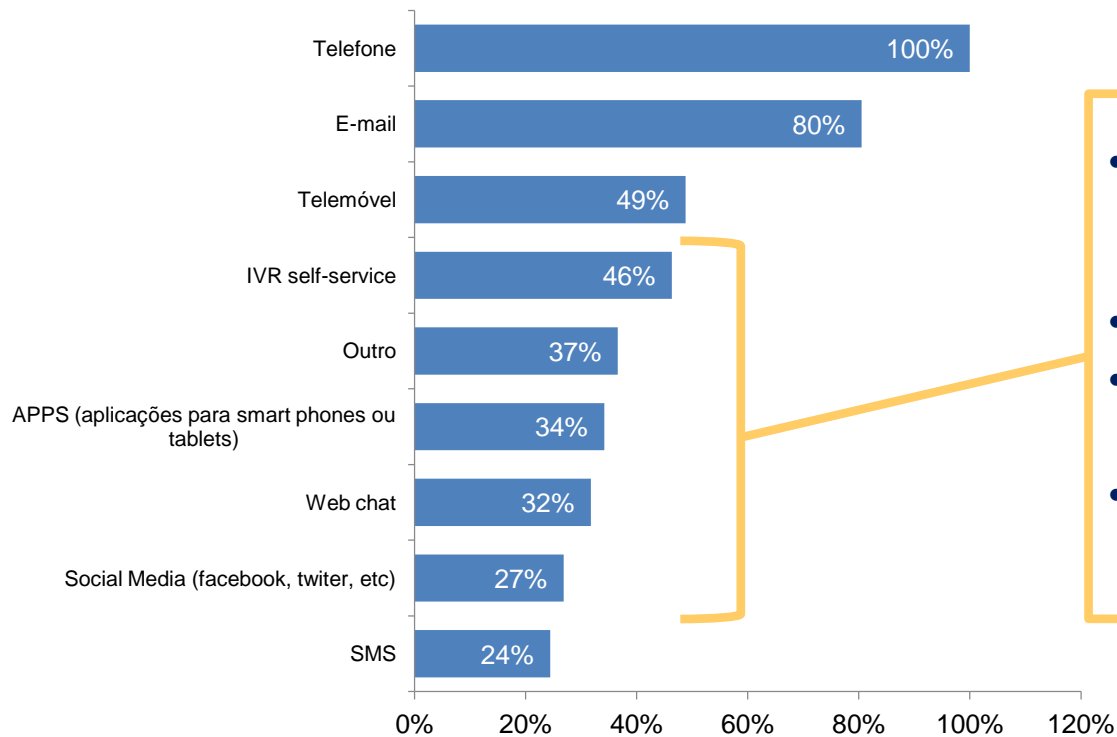
Encontrar o
equilíbrio entre:

“Quantidade” vs “Qualidade”

RE-IMAGINE

THE CUSTOMER SERVICE

Canais disponibilizados pelo Contact Center



- **IVRs mais “ativos”** (54% dos actuais são meramente informativos)
- **Visual IVRs**
- **Apps e/ou soluções mobile**
- **Social Media, Web chats,...**

Só mais uma coisa...

Em linha com a preocupação com a **optimização de custos** e em sermos **sustentadamente mais “verdes”** ...



(Recordemos que o ano passado reduzimos o estudo em papel e plantamos 3 árvores)



...reforçamos o **foco na qualidade de serviço** disponibilizando o estudo (e dados de suporte) na **aplicação e website da APCC**

<http://www.ccportugal2014.com/>

OBRIGADO!



Contacto

Diogo Carvalho

T +351 91 225 8405

E diogocarvalho@kpmg.com

www.kpmg.pt

