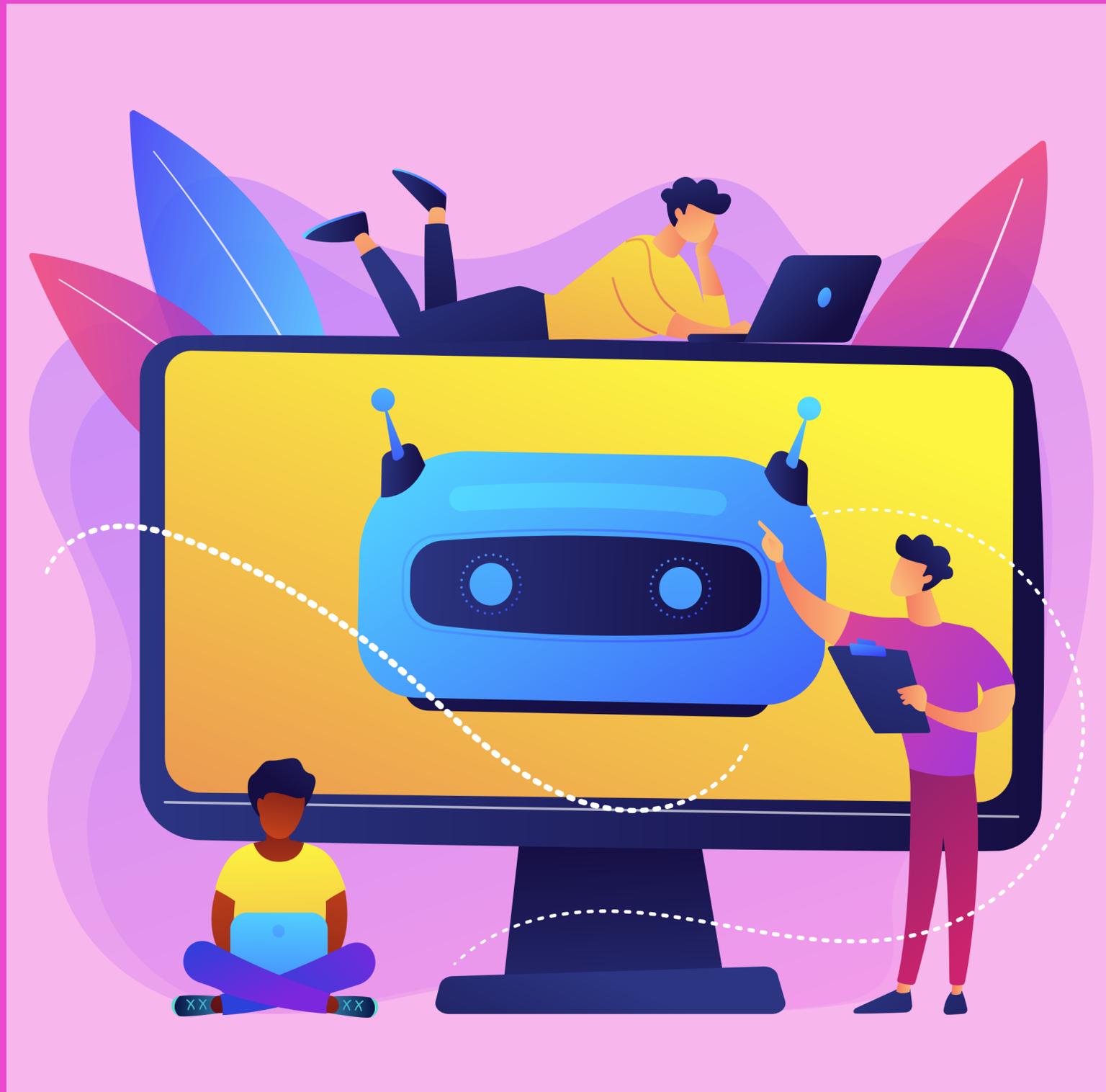


COMO CRIAR FLUXOS DE CHATBOT PARA UM RELACIONAMENTO HUMANIZADO COM SEUS CLIENTES



INTRODUÇÃO	3
O QUE É UM CHATBOT?	5
QUAL A IMPORTÂNCIA DE MANTER UM RELACIONAMENTO HUMANIZADO?	7
QUAIS AS PRINCIPAIS VANTAGENS DO ATENDIMENTO POR CHATBOT?	10
COMO COLOCAR TUDO ISSO EM PRÁTICA?	14
CONCLUSÃO	20
SOBRE O SEBRAE PE	22



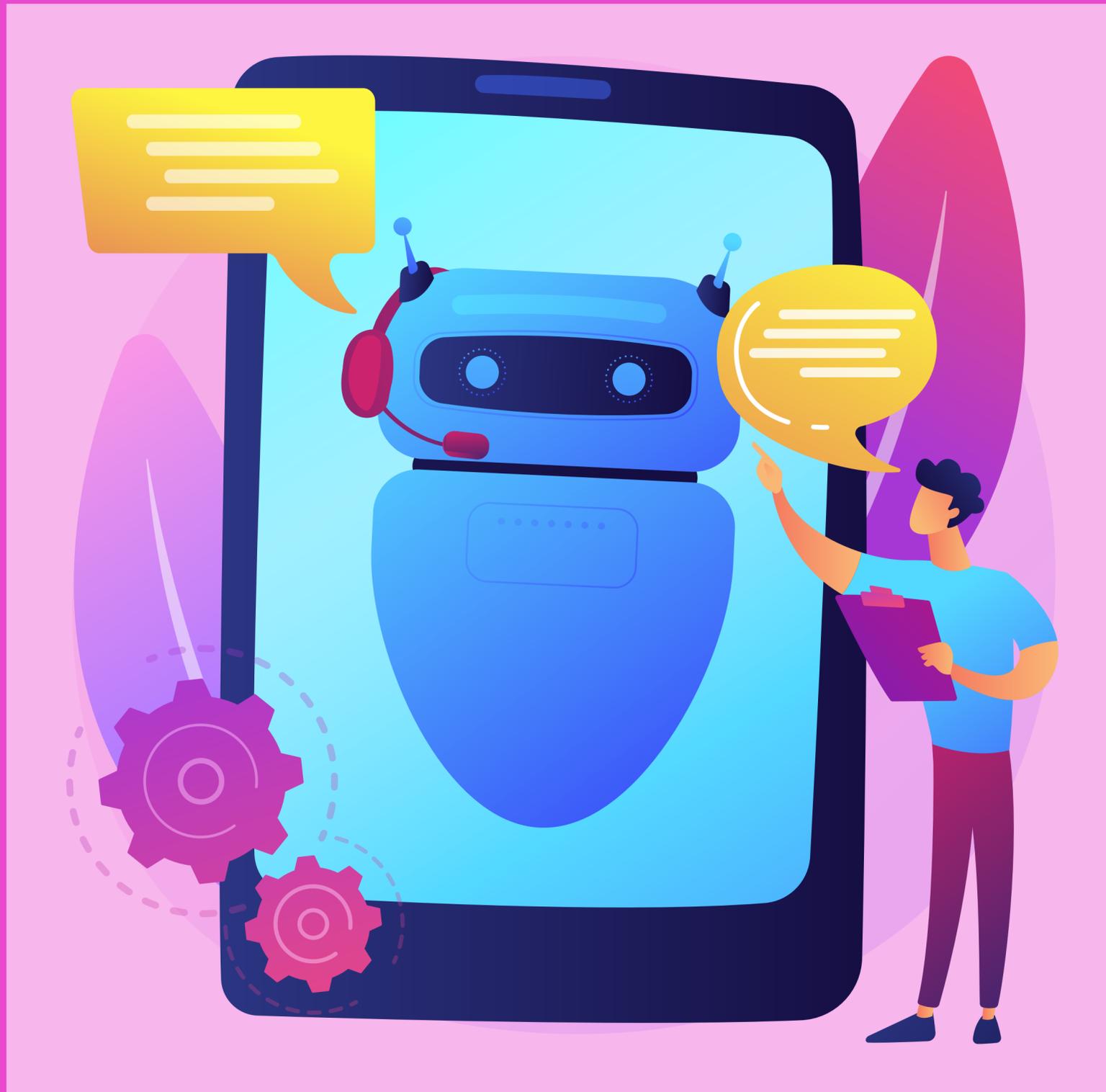
INTRODUÇÃO

Usar a tecnologia no atendimento ao cliente já não é mais uma novidade. As facilidades oferecidas fizeram com que isso se tornasse uma real necessidade para todo tipo de negócio, afinal, os clientes se comunicam o tempo todo pelos meios tecnológicos. Nesse sentido, **você já reparou no aumento do uso do chatbot?**

As “máquinas” ajudam muito a otimizar a rotina, mas também é verdade que, para oferecer uma boa experiência aos consumidores, é preciso ter o cuidado de **promover a humanização** mesmo quando se trata de uma ferramenta de atendimento automático.

Quer saber melhor como isso funciona e quais as vantagens envolvidas? Preparamos este material para ajudar você com isso. Acompanhe!





**O QUE É UM
CHATBOT?**

Se você ainda não está acostumado com esse tipo de ferramenta, vale a pena entender um pouco mais sobre suas funcionalidades. Um chatbot nada mais é do que uma **solução para atendimento virtual**, sendo que um software faz o serviço de manter um fluxo de conversas com as pessoas que solicitam contato.

Ou seja, você envia uma mensagem e o recurso de inteligência artificial é capaz de gerar respostas sem que seja necessário ter uma pessoa do outro lado respondendo em tempo real. É claro que existem algumas limitações nesse processo, mas os chatbots têm funcionado muito bem integrados em plataformas como sites, lojas eletrônicas, aplicativos, WhatsApp etc. Os principais usos dessa tecnologia são:

- atendimento ao público geral e clientes;
- marketing;
- vendas;
- processos seletivos;
- suporte técnico e outras dúvidas;
- pesquisas de satisfação.

De acordo com o [Mapa do Ecossistema Brasileiro de Bots](#) da Mobile Time, são mais de 4,5 bilhões de mensagens trocadas por mês no Brasil utilizando chatbots. É muito provável que você já tenha conversado com um robô, mesmo que não tenha atentado a isso. Nesse sentido, você sabe quando as chances são menores de perceber que se trata de respostas automáticas? **Quando o atendimento é humanizado.**

Ter esse cuidado com certeza impacta a experiência de quem está sendo atendido e a percepção que essa pessoa tem do negócio, inclusive podendo ser uma razão para que ela continue comprando da empresa. O contrário também pode acontecer, e experiências negativas normalmente são motivos para deixar de comprar produtos ou serviços de determinadas marcas.

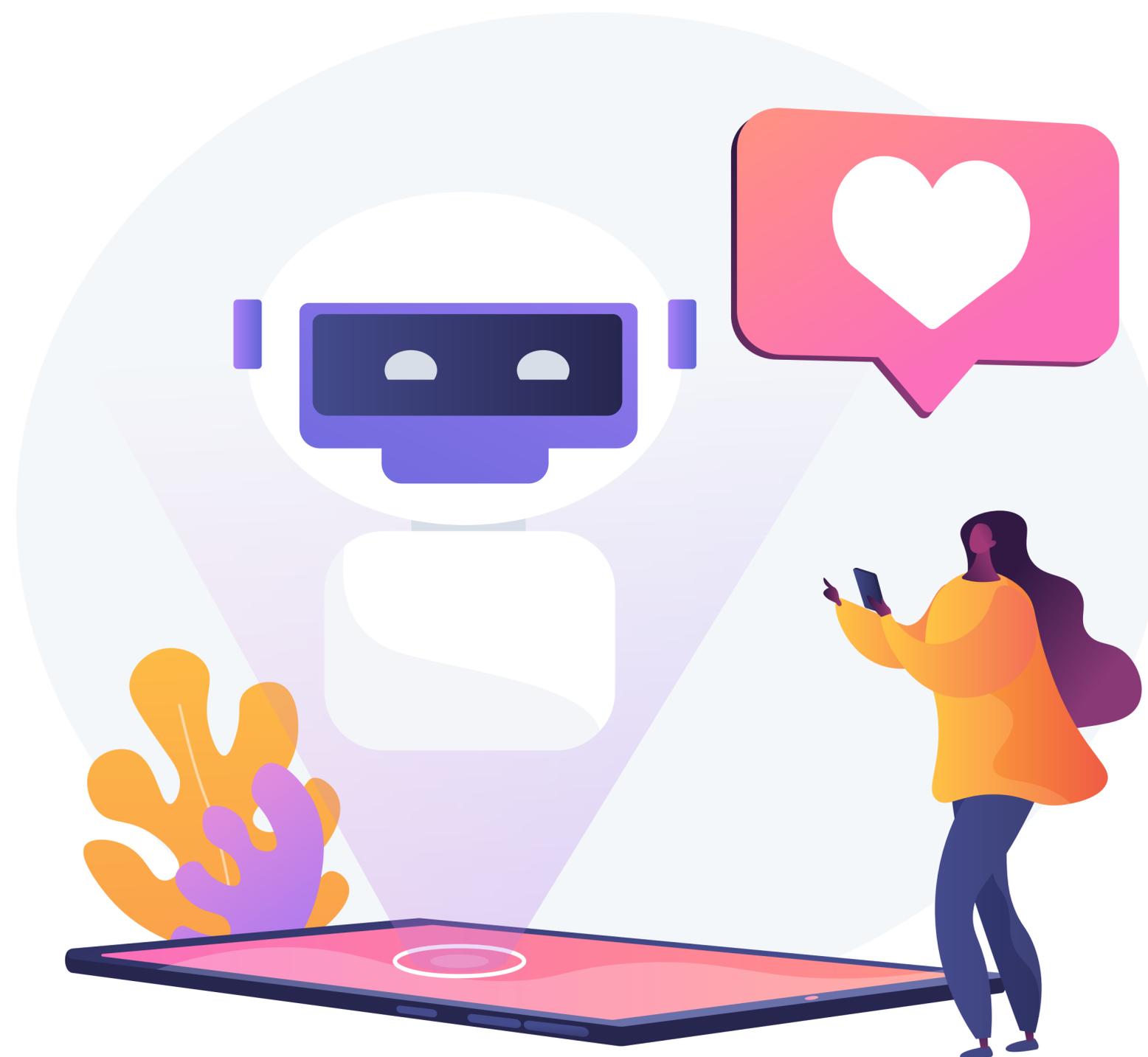


**QUAL A
IMPORTÂNCIA
DE MANTER UM
RELACIONAMENTO
HUMANIZADO?**

Como falamos, usar a tecnologia para atender as pessoas é cada vez mais comum e não há problema nisso. A questão é que as empresas podem se diferenciar justamente ao oferecer um atendimento mais humano, amigável e próximo.

Nos dias de hoje, é essencial considerar, ainda, que os clientes são formadores de opinião e têm acesso facilitado a muitos meios de comunicação. Logo, deixar de atender bem uma pessoa é capaz de gerar uma repercussão bastante prejudicial.

O que queremos dizer é que a oportunidade de padronizar o processo de comunicação não deve ser motivo para criar um roteiro frio e distante. Então, o que fazer? **Estamos falando de personalização, usando a criatividade para construir diálogos cuidadosamente.** Por mais que o cliente saiba que está conversando com um robô, essa experiência pode ser mais agradável quando há o cuidado de tentar ser menos “robotizado”.



A Sephora é um ótimo exemplo para entender melhor como isso funciona na prática. A marca famosa no mercado de cosméticos usa o chatbot e a inteligência artificial para proporcionar uma experiência personalizada aos clientes, mesmo à distância. Ao entrar em contato, eles recebem um questionário que permite conhecer as preferências de cada pessoa e facilitar a jornada de compra.

Assim, os níveis de confiança e satisfação são elevados, fazendo com que os consumidores não se sintam apenas um número no fim das contas. **Por isso é tão importante cuidar de todos os pontos de contato com as pessoas, aumentando as chances de criar relacionamentos mais duradouros para ganhar clientes fiéis.**

Outra dúvida frequente quando se trata desse assunto é: um atendimento humanizado não deve ser feito por seres humanos? Não necessariamente. É possível garantir a humanização nas conversas, como explicamos, mas também é essencial entender que o chatbot pode não resolver todos os seus problemas.

A complexidade de algumas demandas vai continuar exigindo que pessoas reais estejam envolvidas no atendimento, sendo importante que exista uma sintonia em toda a comunicação com foco na qualidade da experiência ao entrar em contato com a sua empresa.



**QUAIS AS
PRINCIPAIS
VANTAGENS DO
ATENDIMENTO
POR CHATBOT?**

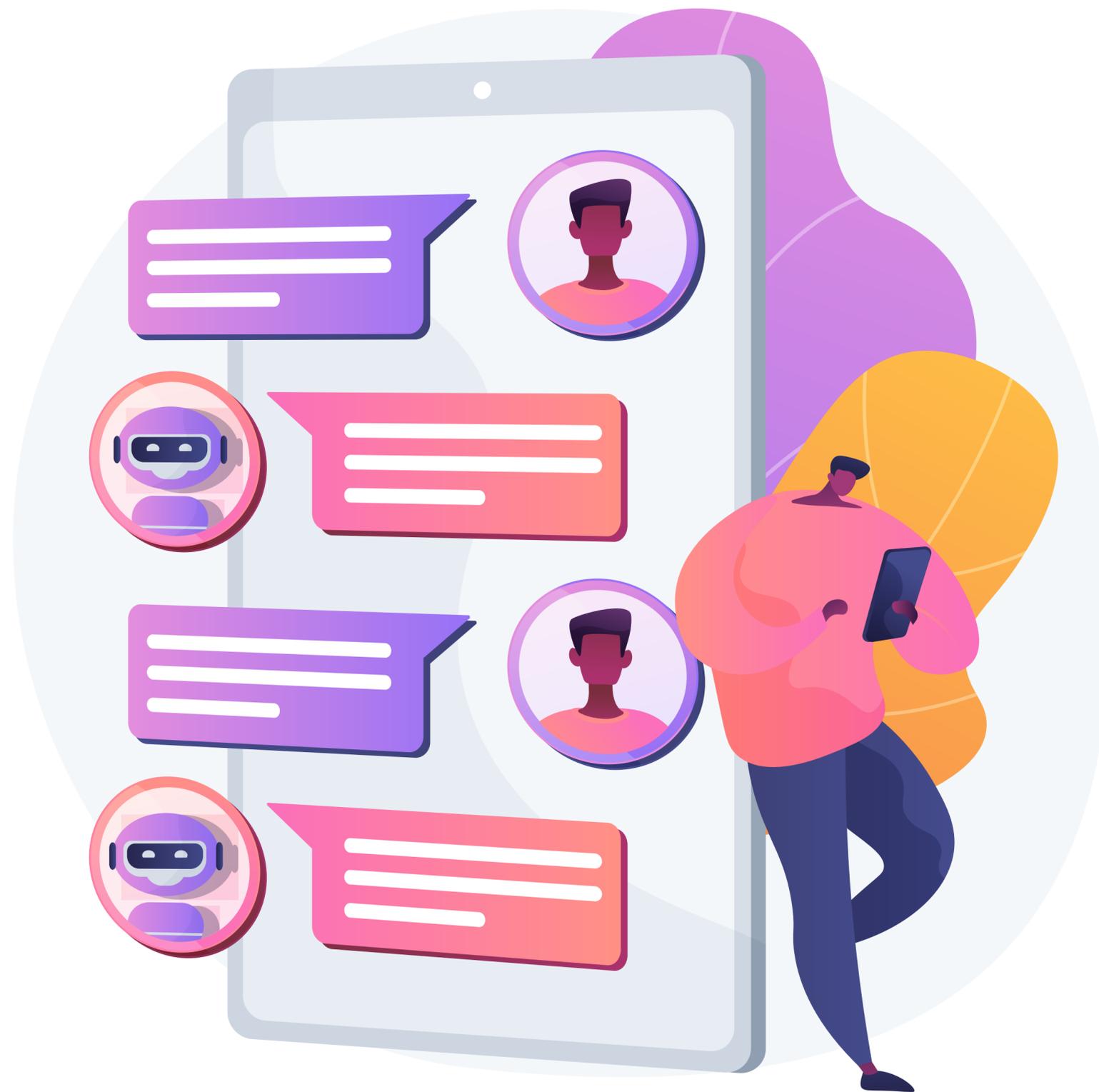
QUAIS AS PRINCIPAIS VANTAGENS DO ATENDIMENTO POR CHATBOT?

Para adotar qualquer tipo de tecnologia, é preciso reconhecer os seus benefícios, certo? Por isso, reunimos aqui as maiores vantagens de contar com a solução do chatbot. Confira!

ESCALAR E AGILIZAR A COMUNICAÇÃO

Tarefas repetitivas costumam tomar bastante tempo e, quando há uma ferramenta que agiliza todo o processo, vale a pena considerar a facilidade de otimizar as atividades em questão. De forma simples, pense no quanto uma calculadora revolucionou a missão de fazer cálculos.

No atendimento, a solução do chatbot consegue enviar milhares de mensagens de forma automatizada, evitando que sempre precise ter alguém responsável por isso. Por mais que algumas demandas não sejam resolvidas nessa automação, outras conseguem ser resolvidas com agilidade para escalar o número de atendimentos.



OTIMIZAR RECURSOS E ECONOMIZAR

Aumentar a produtividade e otimizar o uso de recursos é sinônimo de economia. Às vezes, **é preciso fazer um investimento para isso, mas o resultado final vale a pena.**

A ferramenta do chatbot vai substituir os gastos com pessoas dedicadas ao atendimento, o que costuma representar custos consideráveis para as empresas. Mesmo que se trate de um negócio pequeno e não exista a necessidade de um grande time para lidar com isso, se o próprio gestor puder focar outras tarefas mais estratégicas em vez de cuidar do atendimento, já temos uma grande vantagem.

AUMENTAR A DISPONIBILIDADE DO ATENDIMENTO

A não ser que a empresa tenha pelo menos uma pessoa disponível para atendimento 24 horas, é fato que os clientes vão ter que esperar em alguns momentos para serem atendidos, e isso talvez seja um ponto negativo para o negócio, pois a demora na resposta é um motivo que reduz a taxa de conversão de vendas.

Com a ajuda do chatbot, a disponibilidade passa a ser 24 horas todos os dias da semana. Ou seja, **o cliente não vai ficar sem nenhum retorno**, ainda que seja preciso esperar um pouco mais para resolver determinadas dúvidas ou situações.

COLETAR DADOS

Uma plataforma de chatbot vai criando um arquivo com os registros dos atendimentos e esses dados são valiosos para a gestão do negócio. A partir da sua análise, é possível tomar decisões relacionadas a diversos assuntos, como campanhas de marketing, vendas e suporte técnico.

Vale lembrar que, depois da [LGPD](#), é preciso ter o consentimento das pessoas para coletar suas informações — e isso também fica mais fácil se a confiança é conquistada com um atendimento humanizado.





**COMO COLOCAR
TUDO ISSO EM
PRÁTICA?**

Agora chegou a hora de descobrir os primeiros passos para implementar um chatbot no seu negócio. Se você se convenceu de que essa tecnologia pode ajudar na sua rotina de atendimento, veja a seguir o que fazer!

ENTENDA QUEM SÃO AS SUAS PERSONAS

O ponto de partida para uma comunicação eficiente é **tentar entender com quem você fala**. É claro que isso pode ser muito abrangente quando se tem um canal tão aberto quanto um chatbot, em que muitas vezes qualquer pessoa pode enviar uma mensagem.

Mesmo assim, a persona do seu negócio é aquela que representa o perfil do cliente esperado — e você pode definir mais de uma, inclusive. É natural que produtos diferentes sejam voltados para grupos diferentes, assim como um mesmo produto pode atrair perfis distintos.

Pense nas características das suas personas e descreva cada uma delas. Nossa sugestão é **realmente considerar detalhes e até dar um nome fictício para representá-la**. A partir disso, faça com que a linguagem seja direcionada para que o atendimento oferecido seja o melhor possível. Por exemplo, usar gírias ao falar com um público jovem é mais indicado do que se o seu foco for um perfil formal.



ESCOLHA UMA BOA FERRAMENTA

A escolha da plataforma também é um ponto-chave para o sucesso. Afinal, a qualidade da ferramenta vai influenciar na experiência de quem entra em contato com a sua empresa, além da sua própria experiência de usabilidade.

Nesse caso, a recomendação é fazer uma boa pesquisa diante de tantas opções disponíveis no mercado, analisando os preços e as funcionalidades. Lembre-se de checar, por exemplo, as possibilidades na hora de personalizar a plataforma e gerar relatórios de performance para que seja mais fácil identificar melhorias. **Vale pedir indicações para amigos e conferir avaliações na Internet!**

DEFINA OS CANAIS PARA USAR O CHATBOT

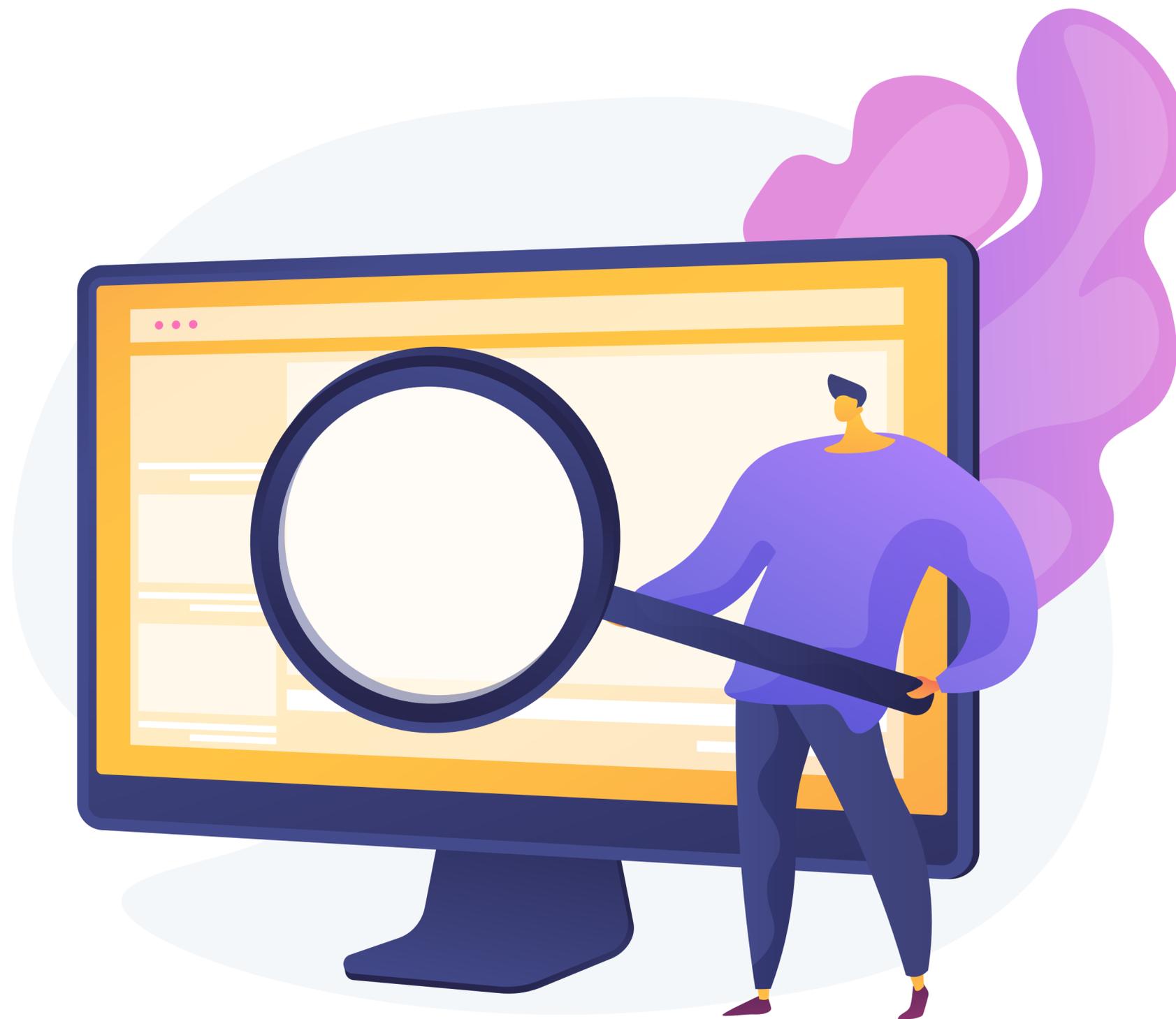
Caso não saiba, o chatbot pode ser integrado em diferentes canais de comunicação: blog, WhatsApp, site, [redes sociais](#) etc. Isso quer dizer que você também vai precisar fazer essa escolha e pode optar por automatizar o atendimento em apenas alguns deles (se não quiser incluir todos).

A definição da persona ajuda bastante nesse tópico, já que deve ficar mais claro onde marcar presença para se comunicar com os perfis que você deseja. Para agir com estratégia e ter bons resultados, pense em situações como: ao integrar o chatbot no seu site, qualquer pessoa consegue conversar com o sistema, o que não acontece em ambientes privados que vão exigir login e senha.

PESQUISE REFERÊNCIAS

Ao criar seu chatbot pela primeira vez, vale a pena fazer uma pesquisa para conferir como outras empresas estão fazendo isso. A intenção não é copiar a comunicação, **mas buscar ideias de como colocar em prática um fluxo que atenda às necessidades do seu negócio.**

É bom ressaltar que as finalidades do atendimento por chatbot são variadas. Nem todas as empresas utilizam apenas para suporte ou dúvidas. O Burger King, que é uma empresa no ramo alimentício, adotou o robô para melhorar seu sistema de recrutamento de pessoas. O atendimento é focado em receber currículos, sendo possível filtrar o destino de acordo com a localização das vagas. Uma superideia, não é verdade? O fato de ser uma tecnologia customizável amplia as possibilidades!



ESTRUTURE SEU FLUXO DA COMUNICAÇÃO

Um chatbot funciona a partir de um fluxo criado na plataforma para automatizar as conversas. Logo, faz toda a diferença **montar a melhor lógica que possa cumprir a função de otimizar o atendimento e garantir uma experiência agradável**, como ressaltamos ao falar da importância de ser um diálogo humanizado.

É preciso mapear as principais questões dentro da [jornada do cliente](#) e criar as respostas automáticas, que sejam coerentes com as solicitações das pessoas. Procure evitar situações que podem irritar os clientes por conta de algum tipo de ineficiência do chatbot.

ACOMPANHE AS CONVERSAS

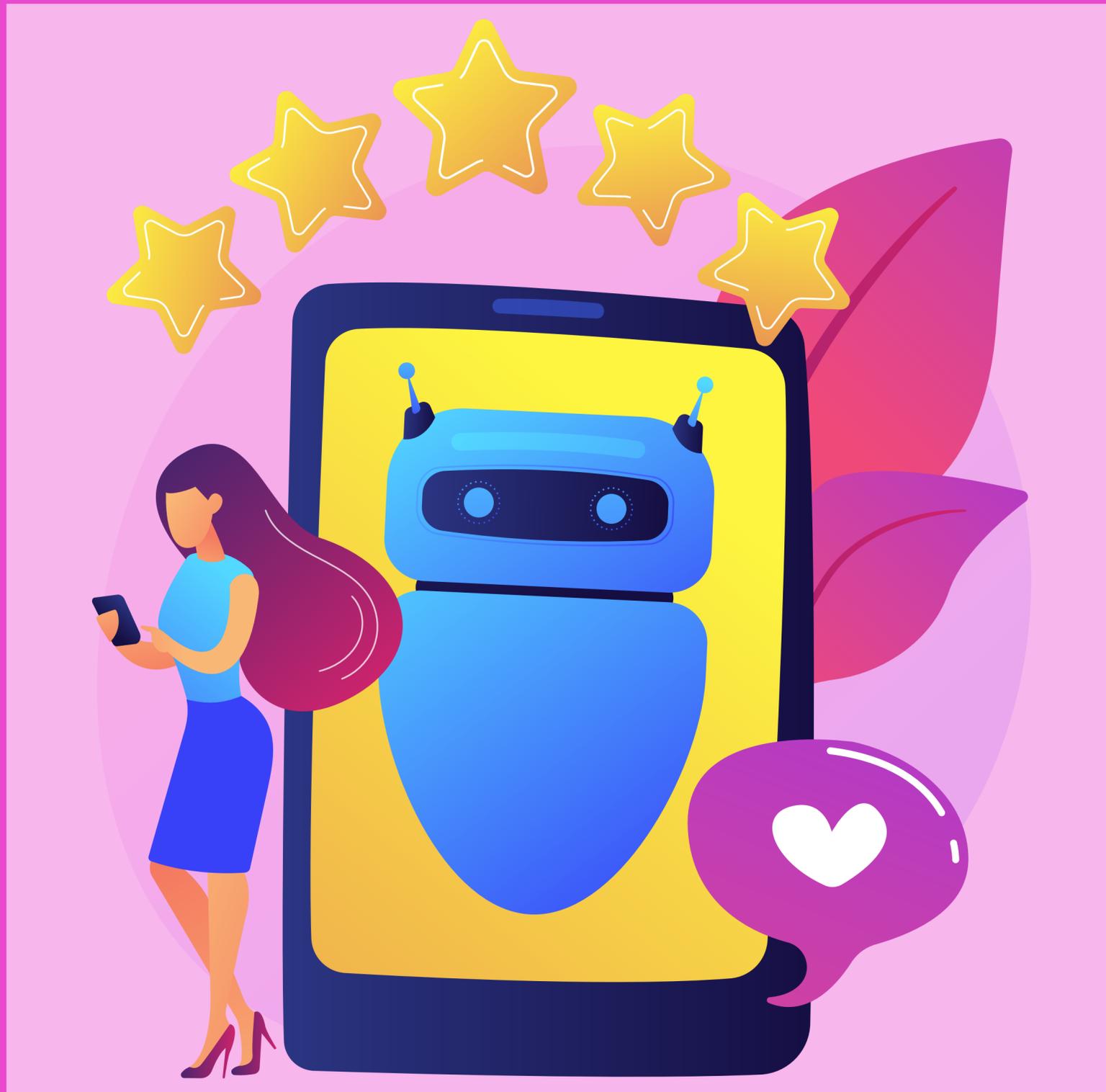
Não pense que depois de definir toda a lógica da comunicação basta deixar que as coisas aconteçam. Acompanhar de perto todas as conversas é o segredo para deixar os resultados cada vez melhores, mantendo a proposta da humanização do atendimento e da eficiência na solução das principais demandas.

Talvez você perceba que se enganou ao mapear o fluxo e não há problema nenhum nisso, **desde que faça esse monitoramento e aja rápido para corrigir**. Se as dúvidas que chegam estão diferentes do que você imaginou, analise os dados para fazer os ajustes necessários!

RENOVE O CONTEÚDO

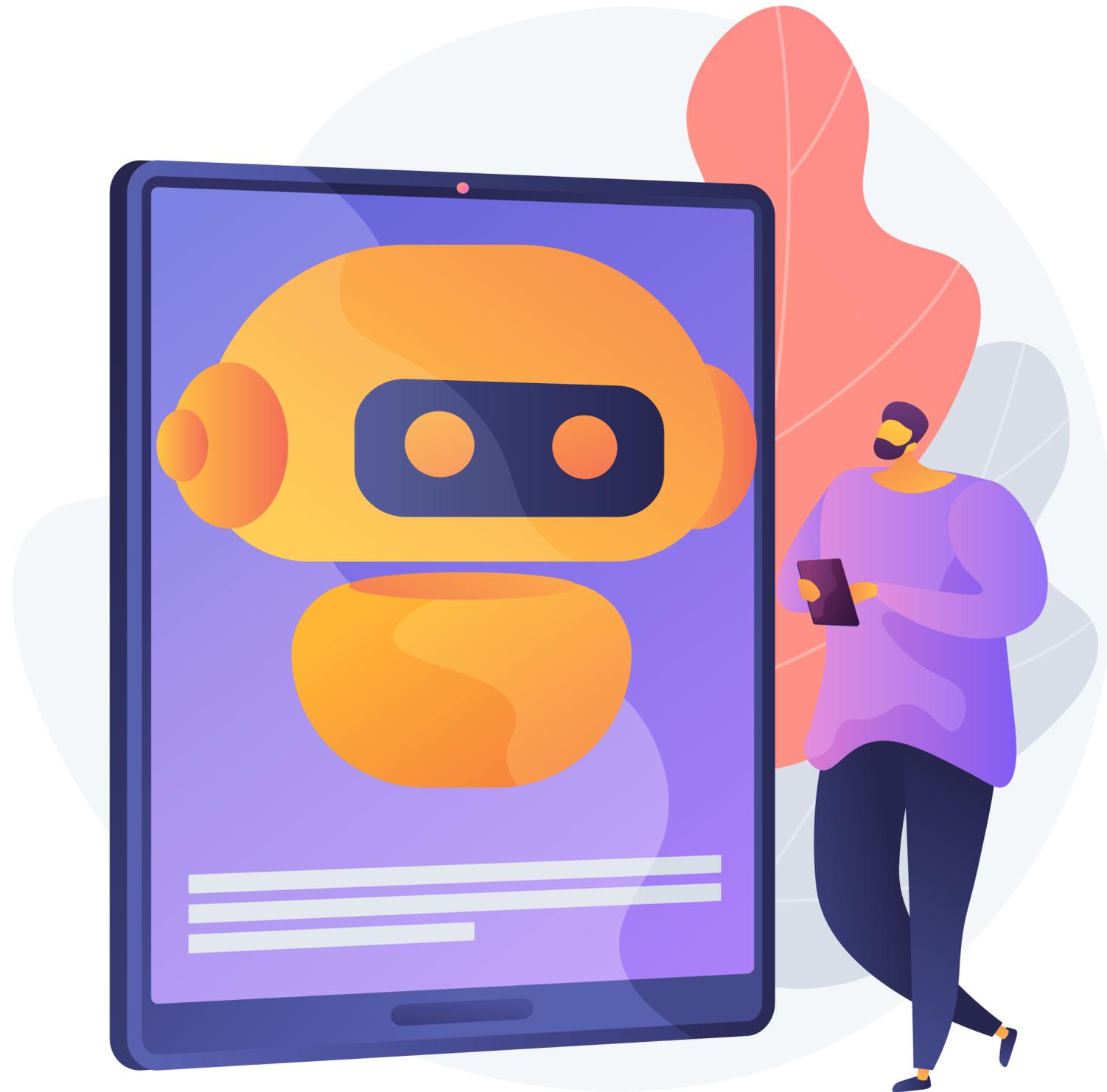
Por último e não menos importante, **busque renovar o conteúdo do seu chatbot de tempos em tempos com [técnicas de copywriting](#)**. Ainda que as questões centrais permaneçam as mesmas, troque as mensagens de vez em quando para demonstrar que o fluxo está atualizado. Assim, aquelas pessoas que entram em contato mais de uma vez vão notar o seu cuidado em oferecer um atendimento mais humano.





CONCLUSÃO

Você vai perceber que implementar um chatbot no atendimento da sua empresa pode ser mais simples do que você imagina. No começo é fundamental dedicar um tempo para entender bem a ferramenta e todos os detalhes, mas, depois de aprender a configurar tudo, seu foco deve ser a qualidade do conteúdo. **Teste, avalie e ajuste tendo em vista melhor gestão do negócio.** Conte com o Sebrae nessa missão!





O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) é uma entidade privada, desenvolvida com o intuito de **auxiliar os empreendedores na gestão e no crescimento dos negócios**. Nós estamos em todo o território nacional e contamos com ampla experiência de mercado.

Nossa proposta é construir oportunidades em conjunto, trabalhando com capacitações, oficinas, consultorias e diversos serviços para auxiliar empresários a alcançarem prosperidade com os empreendimentos. Atuamos nas frentes de **fortalecer o empreendedorismo e de estimular a formalização dos negócios**, com a proposta de criação de soluções construtivas e criativas junto aos empresários.