DIGITE 2 PARA SER MAL ATENDIDO

Apesar das oportunidades abertas no campo dos serviços de atendimento ao cliente pela Internet, o tradicional modelo de atendimento telefônico, que combina máquina e atendente humano, segue como um canal muito importante de comunicação, embora rodeado de mitos que o texto busca comentar

POR NELSON LERNER BARTH E FERNANDO S. MEIRELLES

Os Serviços de Atendimento ao Consumidor, conhecidos como SACs, empregam batalhões de atendentes nos *call centers* brasileiros. Mesmo com toda a atenção da mídia hoje concentrada na tecnologia da *web*, esse canal telefônico de comunicação do cliente com as empresas continua fundamental. Surpreende, no entanto, a imagem caricata que existe hoje do atendimento automático (disque 2 para x, disque 3 para y), frequentemente associada a emoções negativas como raiva, impaciência e impotência. O atendimento telefônico automático, efetuado por equipamentos complexos e computadores, é o irmão gêmeo do atendimento humano, efetuado por funcionários nem sempre bem treinados.

Em pesquisa que realizamos recentemente, envolvendo usuários e empresas, constatamos que uma série de mitos permeiam o pensamento gerencial sobre esse canal de comunicação. Neste artigo discutimos quatro deles.

UTILIDADE *VERSUS* FACILIDADE. Considere o caso de uma empresa que ostentava uma "taxa de retenção" de 65% em seu serviço de atendimento telefônico. Isso significa que somente 35% das ligações não eram resolvidas pelo equipamento de resposta automática, sendo estas então "derivadas" para os atendentes humanos. O gerente da área desejava aumentar a taxa de retenção de sua empresa para 75%, visando a redução de custos.

Determinamos que o preço para essa consultoria seria de R$ 2,00. Surpreso, nosso cliente colocou duas moedas na mesa, e então demos nosso conselho: eliminar a opção "9" do atendimento automático, de forma que seja impossível falar com um funcionário. A taxa de retenção passaria a 100%, bem mais do que os 75% desejados. Em face dos protestos de que isso, naturalmente, não resolveria o problema da empresa, apenas aumentaria a insatisfação dos clientes, começamos então uma conversa, desta vez séria: a famosa "taxa de retenção", usada pela maioria das empresas, é um indicador fácil, mas inútil.

CONTATO HUMANO. Se pudesse escolher, o usuário sempre preferiria falar com um atendente humano? Em nossa pesquisa, constatamos que isso é absolutamente falso, mesmo nos raros casos em que o usuário prevê que será atendido rapidamente, por um funcionário gentil, paciente e capaz.

Durante um de nossos grupos de foco, uma participante usou uma frase marcante: "Às vezes, após um dia estafante, sinto que não conseguirei reunir energias para falar com um funcionário; prefiro ser atendida por uma máquina". Claramente, para certos tipos de atendimento e certos estados emocionais do usuário, nada pode substituir um ser humano do outro lado da linha. Mas o oposto também pode ser verdade.

Quando nos dirigimos ao balcão de uma loja para reclamar de algo, o bom funcionário escuta primeiro a queixa, promete resolver e somente depois pede os números e documentos necessários. Em contrapartida, no atendimento automático dos *call centers*, antes de se saber qualquer coisa, pedimos que o usuário se identifique, informe senhas etc. E muitos gestores afirmam que não há outro jeito.

Todavia, existem soluções criativas que nos surpreendem. Por exemplo, precisamos alterar um horário agendado para a visita de um técnico em nossa residência: respiramos fundo para encarar uma tortuosa viagem nos corredores de um atendimento no *call center* e nos encantamos quando o atendimento automático detecta por si a origem da ligação (meu telefone residencial), já sabe que eu tenho um horário agendado e me oferece, como primeira opção: disque 2 para alterar o agendamento da visita para amanhã no mesmo horário.

>>>