



SGSI

AUMENTO DAS AMEAÇAS DIGITAIS IMPULSIONA EMPRESAS BRASILEIRAS A ADOTAREM ISO 27001

▶▶▶ [Leia na página 8](#)

Clientes insatisfeitos? Estes quatro erros no atendimento podem ser os culpados

Especialista aponta como a IA para negócios, escuta ativa e automação podem transformar esse cenário

Demorar para responder, tratar o cliente com mensagens frias ou não oferecer opções de contato personalizadas são falhas comuns que afastam consumidores e comprometem a reputação das empresas. Apesar disso, muitos negócios ainda negligenciam a comunicação com o cliente, perdendo oportunidades valiosas de fidelização e crescimento.

Segundo dados recentes da PwC, 73% dos consumidores desistem de uma compra após uma experiência ruim no atendimento e 37% abandonam o contato caso não tenham resposta rápida. No Brasil, o tempo de resposta é um dos principais fatores de insatisfação e abandono de jornada, infelizmente.

Para Marcio Verderio Tahan, CEO da VT-Call, empresa especializada em comunicação corporativa e automação de atendimento com inteligência artificial, esses erros podem (e devem) ser evitados com organização e tecnologia "A maior parte dos problemas no atendimento está ligada à repetição, falta de escuta e processos engessados. Tudo isso pode ser corrigido com inteligência, sem perder o lado humano", afirma.

Confira os erros mais comuns e o que sua empresa pode fazer para revertê-los com soluções acessíveis e eficazes.

Falta de estrutura no atendimento

Muitos negócios ainda caem no erro de responder conforme a demanda chega, sem um fluxo claro de atendimento ou uma triagem eficiente. Isso resulta em filas virtuais, perda de tempo e frustração, especialmente em datas de pico.

"O ideal é oferecer sistemas que automatizam o primeiro atendimento, direcionando o cliente com base na sua necessidade,



seja para suporte, vendas ou cobrança. É como ter uma recepção digital eficiente, 24 horas por dia. A pessoa entra em contato e já chega ao destino certo, sem precisar repetir tudo várias vezes", ressalta Marcio.

Estar em poucos canais ou não os integrar

O mundo está cada vez mais conectado. Os clientes buscam a facilidade em um clique. Nesse sentido, o consumidor espera ser atendido no canal que preferir: WhatsApp, Instagram, Messenger, Telegram ou ligação telefônica. Se a empresa não está disponível ou não integra esses canais, é bem provável que possa perder vendas.

Através de uma plataforma omnichannel, todos esses canais ficam integrados em um único painel, com histórico, alertas inteligentes e relatórios. "Isso permite que as organizações evitem falhas de comunicação, reduzam o tempo de resposta e ofereçam uma experiência mais fluida", sinaliza Marcio.

Comunicação impessoal e genérica

Mensagens automáticas mal configuradas, sem personalização, não criam conexão.

Hoje, o cliente espera interações que façam sentido para ele com linguagem adequada, compreensão do contexto e empatia.

O desenvolvimento de fluxos personalizados com IA é um dos diferenciais da VTCall, que atende desde pequenas empresas até grandes indústrias, hospitais, multinacionais e call centers. "A automação deve mudar de rosto conforme o perfil de quem está do outro lado. Isso gera vínculo, não só atendimento", explica o CEO.

Ignorar sinais de insatisfação

Nem todo cliente reclama abertamente, muitas vezes, o tom de voz, hesitações ou impaciência já demonstram um incômodo e ignorar pode ser um erro. Com soluções como o PABX em nuvem, que inclui transcrição automática e alertas, é possível detectar essas diferenças "Já identificamos aumento de tensão em chamadas com cliente que está pronto para formalizar a insatisfação. Isso nos dá tempo de reagir e resolver o problema com empatia", conta Marcio.

Na prática, aplica-se inteligência artificial no atendimento por meio de funcionalidades como análise de sentimentos e alertas de palavras sensíveis, como por exemplo, "cancelamento". Esses termos são monitorados nas gravações das ligações, permitindo identificar interações que indicam risco de perda de cliente. Após o atendimento, o áudio é enviado para a plataforma em um processo semelhante ao envio de mensagens de voz em aplicativos, só então, a transcrição é feita com base em IA. Embora não seja em tempo real, esse sistema permite que a equipe de supervisão aja com agilidade. Sem esse acompanhamento, a companhia perde a chance de evoluir. Atuar na correção desses erros, é necessário e, para isso, ter uma comunicação interna eficiente, permite que seus colaboradores estejam atentos às necessidades dos clientes. "Necessidade atendida é igual a cliente satisfeito", finaliza Marcio.

Cinco razões para priorizar as soft skills no início da carreira

Especialista da Companhia de Estágios explica ganho de importância dessas habilidades e compartilha dicas e filmes que inspiram aprendizados. ▶▶▶

Transparência digital: o impacto da honestidade no mercado

Com consumidores cada vez mais críticos, transparência e autenticidade se tornam os principais ativos para quem quer se destacar no digital. ▶▶▶

Segurança cibernética: responsabilidade de toda organização

Há muito tempo a segurança da informação deixou de ser uma preocupação exclusiva da área de TI e passou a ocupar um espaço estratégico nas decisões de negócios. ▶▶▶

O que a corrida para a nuvem pode nos ensinar sobre a adoção da IA

Nos últimos anos, a chamada "corrida para a nuvem" transformou profundamente a estratégia de TI nas empresas. Agora, uma nova corrida tecnológica ganha força nos corredores executivos: a adoção da Inteligência Artificial (IA). Assim como ocorreu com a nuvem, há um entusiasmo generalizado em torno da IA impulsionando organizações a implementá-la rapidamente para obter vantagens competitivas. ▶▶▶

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular



Negócios em Pauta

Reprodução



9ª The Brazil Conference & Expo

A CEO da International Fresh Produce Association (IFPA), Cathy Burns, trouxe reflexões sobre o futuro da cadeia de Frutas, Flores, Legumes e Verduras (FFLV) durante sua palestra na 9ª The Brazil Conference & Expo, realizada nesta quarta-feira, 6, no Expo Center Norte, em São Paulo. A executiva abordou temas como o avanço da Inteligência Artificial (IA) na cadeia produtiva, as mudanças climáticas e o comportamento da nova geração de consumidores. Ao tratar da adoção da IA no setor, Cathy destacou que 92% dos colaboradores em empresas do agronegócio planejam ampliar o uso da tecnologia nos próximos anos. Segundo ela, esse movimento pode gerar ganhos de produtividade e eficiência, como já vem sendo observado no Brasil. Durante sua apresentação, a CEO compartilhou exemplos globais de aplicação da IA no setor, entre eles o uso de embalagens adaptadas para produtos FFLV, cujo manuseio, em todas as etapas de envasamento, considera a sensibilidade dos alimentos (freshproduce.com.br). ▶▶▶

[Leia a coluna completa na página 3](#)

News@TI

Reprodução: <https://www.futurecom.com.br/pt/home.html>

Futurecom 2025 abordará os desafios de infraestrutura em tecnologia e meio ambiente

▶▶▶ A 30ª edição do Futurecom, maior evento de conectividade e inovação da América Latina, que será realizado de 30 de setembro a 2 de outubro, no São Paulo Expo, em São Paulo, terá como um dos temas de destaque os rumos do país em relação à infraestrutura tecnológica e os compromissos ambientais. Nessa jornada, os data centers ganham destaque ao posicionar o país como um polo relevante no setor de tecnologia e infraestrutura digital. Para garantir um crescimento sustentável e eficiente dessas operações, é imprescindível investir em uma infraestrutura robusta voltada à Inteligência Artificial (IA), que sirva de alicerce para inovações. Nesse cenário, a eficiência energética também ganha destaque, especialmente ao buscar equilibrar a expansão digital com o uso responsável de energia (www.futurecom.com.br). ▶▶▶

[Leia a coluna completa na página 2](#)

Automóveis

Via Digital Motors

Por Lucia Camargo Nunes



▶▶▶ [Leia na página 4](#)