



Chatbot para atendimento: 4 dicas para melhorar a experiência do cliente

Experiências ruins em atendimento ao cliente são frequentemente relatadas em sites de defesa do consumidor.

Uma reclamação comum entre os consumidores são as tentativas de falar com a empresa sem sucesso. Muitos ligam para os números fornecidos nos sites e não são atendidos, outros tentam enviar mensagens na página do Facebook das lojas e não obtêm respostas.

Já imaginou que maravilhoso seria se as empresas monitorassem suas caixas de entrada nos mais diversos canais e respondessem rapidamente às mensagens?

Uma boa notícia é que fazer isso é possível. Como?

Usando um [chatbot](#) para atendimento.

Além de deixar o consumidor mais feliz, sua empresa irá se destacar da concorrência nesse quesito.

Neste texto, você vai conferir alguns benefícios dessa solução e dicas para criar uma boa experiência para o consumidor com ela.

Benefícios dos chatbots para atendimento

Agilidade

Muitos consumidores deixam de comprar em um e-commerce ou mesmo loja física por não receber assistência no atendimento durante a jornada de compra.

Se esses mesmos clientes conseguissem sanar suas dúvidas em menos de dois minutos, sem precisar ligar para ninguém, será que ainda assim eles desistiriam da compra? Provavelmente, não.

A boa notícia é que é possível responder todos os seus clientes em menos de 2 minutos se você tem um [chatbot para e-commerce](#), por exemplo.

Ele pode ser instalado tanto no site da sua loja virtual como em canais de mensageria, como o Facebook Messenger ou o WhatsApp – no caso de grandes empresas, com a ajuda do [WhatsApp Business API](#).

De acordo com pesquisa realizada pela Econsultancy e divulgada pela [ICMI](#), **o canal de atendimento ao cliente com maior índice de satisfação é o chat online**, com 73%. Usar um chatbot pode tornar esse canal ainda mais efetivo, já que ele traz

agilidade para a conversação.

Fornecer respostas rápidas para as dúvidas do cliente é uma forma da empresa proporcionar confiança e segurança para ele, reduzindo as fricções do processo de compra.

Conveniência

Acabamos de mostrar a importância da agilidade no atendimento aos clientes. A conveniência é um outro aspecto fundamental: o usuário quer uma forma fácil de estar em contato com as empresas.

Os canais de mensageria têm se tornado mais populares entre os consumidores para a comunicação com as marcas: 40% deles preferem ser atendidos em canais de mensagem. Dentre eles, **70%** declarou que gostariam de ser atendidos via Facebook Messenger ou WhatsApp.

Oferecer o atendimento nesses canais com um contato inteligente – que une chatbots, [inteligência artificial](#) e atendimento humano – pode ser uma ótima forma de **aumentar a satisfação dos clientes com o atendimento da sua empresa.**

Automação de conversas

Com a implantação de um chatbot, sua empresa poderá automatizar grande parte das conversas com o cliente.

O chatbot pode responder desde perguntas simples até mais avançadas, dependendo do nível de maturidade do bot, além de tornar possível integral de atendimento – 24h por dia, 7 dias por semana.

Disponibilidade

A possibilidade de um chatbot automatizado sempre disponível é vista pelos clientes como uma grande vantagem: **64% dos usuários dizem que a principal vantagem do chatbot é a**

disponibilidade 24/7, segundo pesquisa realizada pela [Survey Monkey](#).

Os chatbots para atendimento irão fornecer as respostas certas e eventuais erros serão rapidamente identificados e corrigidos.

Agora que vimos algumas vantagens dos bots para atendimento, vamos mostrar dicas que ajudarão você a aproveitar ao máximo o potencial deles e criar excelentes experiências para seus clientes.

4 dicas para criar ótimas experiências com chatbot para atendimento

1. Integre seu chatbot ao seu CRM

Alimentar o CRM com dados de leads costuma demandar uma grande quantidade de tempo dos funcionários, já que é necessário ter pessoas para coletar dados dos clientes e executar as ações planejadas a partir desses dados.

Ao integrar um chatbot ao seu [CRM](#), você consegue **reduzir a demanda por recursos humanos, sem perder em personalização**.

Além disso, você poderá crescer a sua base de clientes de forma mais acelerada, já que não existe um limite de usuários que o chatbot pode atender.

Outra vantagem de ter um chatbot integrado com seu CRM é a [qualificação de leads](#). Durante as conversas, os chatbots captam informações essenciais dos leads, que podem ser armazenadas imediatamente em seu CRM, se ambos estiverem integrados.

O chatbot é uma excelente forma de você fazer seu CRM receber

um volume elevado de dados confiáveis, para serem utilizados posteriormente pelos setores de vendas e marketing.

2. Dê a seus clientes opções

A maioria dos consumidores estão cientes da existência e propósito dos chatbots. Assim, uma forma interessante de **agilizar a interação entre os dois é uma lista de opções de ações**.

Por exemplo, o chatbot pode dar ao cliente as seguintes opções:

- Verifique o status do seu pedido
- Faça um novo pedido
- Quero conversar com um atendente.

Se o visitante esperava realizar qualquer uma dessas três tarefas, ele já saberá de cara que o chatbot pode ajudá-lo.

3. Integre conteúdo informativo à funcionalidade do seu chatbot

Não importa o seu setor ou modelo de negócios, **muitos visitantes chegam ao seu site porque estão procurando informações**.

Provavelmente seu site está recheado de informações relevantes, como detalhes de cada produto, instruções de uso, explicações sobre faturamento.

É essencial garantir que seu chatbot tenha [acesso a essas informações](#). Assim, ele poderá direcionar seus visitantes conforme as dúvidas de cada um.

4. Use o WhatsApp Business e outros

aplicativos de mensagem

Ter uma [conta business no WhatsApp](#) é uma ótima forma de fortalecer sua marca no ambiente digital. Isso porque você estará onde as pessoas passam a maior parte do seu tempo.

Utilizando o [WhatsApp Business](#) você irá fornecer uma boa experiência aos seus clientes, já que eles poderão conversar com sua empresa de forma fácil e rápida.

Além disso, seu cliente poderá fazer isso de forma bem objetiva, a qualquer hora e de qualquer lugar, por meio de um canal que já usam diariamente.

Os chatbots resolvem tudo sozinhos?

É importante ressaltar que **um chatbot não resolve todos os problemas**. Por isso, é essencial garantir que sua equipe de atendimento esteja acessível aos usuários que precisem dela.

Se um usuário quiser executar uma ação simples, como cancelar um serviço ou obter informações de pagamento, um chatbot para atendimento poderá facilmente lidar com essas tarefas. No entanto, o atendimento humano deve estar disponível para casos necessários.

Agora que você já sabe como funciona um chatbot para atendimento e quais são as suas limitações, que tal se aprofundar no assunto? Confira [3 formas de incorporar o atendimento humano em chatbots](#).

Este post foi escrito pela [Take](#), uma empresa que nasceu para facilitar e modernizar a comunicação entre empresas e pessoas.