

***ISG** Provider Lens™

Contact Center - Customer Experience Services

AI & Analytics

Brasil 2020

Quadrant Report



Um relatório de pesquisa comparando pontos fortes, desafios e diferenciadores competitivos dos fornecedores.

Customized report courtesy of:



Setembro de 2020

About this Report

A Information Services Group, Inc. é exclusivamente responsável pelo conteúdo deste relatório. A menos que citado de outra forma, todo o conteúdo, incluindo ilustrações, pesquisa, conclusões, afirmações e posições contidas neste relatório foram desenvolvidas por, e são de propriedade exclusiva da Information Services Group Inc.

A pesquisa e análise presentes neste relatório incluem pesquisa do programa ISG Provider Lens™, programas ISG Research™ em curso, entrevistas com consultores da ISG, reuniões de apresentação dos provedores de serviços e análises de informações de mercado disponíveis publicamente a partir de múltiplas fontes. Os dados coletados para este relatório representam informações que eram atuais Setembro de 2020. A ISG reconhece que muitas fusões e aquisições podem ter ocorrido desde aquele período, mas tais mudanças não estão refletidas neste relatório.

Todas as referências a respeito de receitas estão em dólares americanos (\$ US), a menos que expressamente disposto em sentido contrário.

O principal autor deste relatório é Florian Scheibmayr. A editora é Ambrosia Sabrina. A analista de pesquisa é Bharti Nagraj e o analista de dados é Kankaiah Yasareni. Os consultores de qualidade e consistência são Dra. Linda Delbridge, Scott Furlong, Jarrod Magill e Wayne Butterfield.




A ISG Provider Lens™ fornece estudos, pesquisas e consultoria práticas, de vanguarda, focando em tecnologia e nos pontos fortes e fracos de provedores de serviços, e em como estão posicionados com relação a seus pares no mercado. Esses relatórios fornecem insights influentes acessados por nossa ampla base de consultores, que estão ativamente aconselhando negócios de terceirização, bem como muitos clientes corporativos da ISG, que são potenciais terceirizadores.

Para mais informações sobre os estudos Provider Lens™ da ISG, por favor, mande um e-mail para ISGLens@isg-one.com, ligue para +1.203.454.3900 ou visite [ISG Provider Lens™](https://www.isg-one.com/ISG-Provider-Lens).




A ISG Research™ fornece pesquisa por assinatura, consultoria recomendatória e serviços de eventos executivos com foco em tendências do mercado e tecnologias disruptivas causando mudanças na computação corporativa. A ISG Research™ entrega diretrizes que ajudam negócios a acelerar o crescimento e criar mais valor comercial.

Para mais informações sobre as assinaturas da ISG Research, envie um e-mail para contact@isg-one.com, ligue para +1.203.454.3900 ou acesse [research.isg-one.com](https://www.isg-one.com/research).



1	Sumário Executivo
4	Introdução
12	AI & Analytics
15	Metodologia

© 2020 Information Services Group, Inc. Todos os Direitos Reservados. A reprodução desta publicação, em qualquer meio, sem permissão prévia é estritamente proibida. As informações contidas neste relatório são baseadas nos melhores e mais confiáveis recursos disponíveis. As opiniões expressas neste relatório refletem o julgamento da ISG no momento deste relatório e estão sujeitas a mudanças sem aviso prévio. A ISG não tem responsabilidade em casos de omissões, erros ou informações incompletas neste relatório. A ISG Research™ e a ISG Provider Lens™ são marcas registradas da Information Services Group, Inc.



SUMÁRIO EXECUTIVO

2020, O Ano Da Disrupção Definitiva

O Brasil é considerado um mercado singular no setor de Contact Center. Esse vasto país de língua portuguesa tem sua própria história relacionada à tecnologia; o acesso telefônico ainda é visto aqui como um luxo, embora a maioria dos países já tenha comercializado linhas telefônicas muito antes. Apesar das limitações, o mercado de Contact Center no Brasil está sendo impulsionado para um estágio global devido ao seu grande porte em termos de força de trabalho e do número de empresas nesse setor. Apenas as operações terceirizadas de Contact Centers, que representam um terço de todas as opções disponíveis, empregam mais de 1 milhão de pessoas em uma ampla gama de empresas.

O mercado de serviços de Contact Center no Brasil é dominado principalmente por empresas locais. Alguns poucos provedores de serviços globais, a maioria da Europa, estão interferindo no mercado local. Algumas empresas globais executam operações locais para atender seus clientes globais. Entretanto, o impacto da retenção de impostos na fonte, juntamente com a desaceleração econômica, parece tornar a região um destino menos favorável para as empresas globais e americanas.

Em paralelo, a transformação digital, a digitalização dos canais e o foco na experiência do cliente são tendências crescentes e áreas preferenciais de investimento. Como resultado,

tecnologias modernas como sistemas inteligentes de resposta interativa de voz (URA), voz e *chatbots* são cada vez mais adotadas nestas áreas. As aplicações de inteligência artificial (IA) e aprendizado de máquina (ML) estão sendo implementadas em casos de uso de maior escala. Contudo, ainda há uma escassez de pessoal treinado e experiente em ciência de dados, estatística e programação de IA, o que, somado ao custo relativamente alto da tecnologia, dificulta a velocidade da adoção. O Brasil está observando um aumento no uso de canais implantados, tais como chat e e-mail. Os *millennials* geralmente lideram a adoção de canais digitais, incluindo as mídias sociais. O canal de voz continua sendo o mais popular, principalmente atribuído ao alto número de celulares (mais de 230 milhões de linhas ativas), mas vem perdendo espaço para o canal de texto. O WhatsApp ganhou imensa tração, depois das mensagens de voz, e está sendo considerado uma solução *omnichannel* completa. A integração com este canal de comunicação pode agora ser executada por uma API oficial encerrando a maioria das soluções alternativas não suportadas. As mensagens de voz também são cada vez mais entregues através do WhatsApp. As mensagens SMS, baseadas em custos relativamente altos, nunca foram realmente um canal muito forte, embora a base de SMS tenha crescido ao longo dos últimos anos, e agora é implantada com frequência para fins especiais, como dois níveis de segurança, pesquisas de satisfação ou casos de uso de coleta e recuperação.

Os Contact Centers cobrem uma ampla gama de serviços que vão desde atendimento ao cliente, vendas, pesquisa, suporte, rastreamento, fidelidade e retenção até cobrança, além de outras transações de alto valor. Entretanto, os serviços muitas vezes não são bem vistos pelos clientes devido ao seu frequente mau uso. Normalmente envolvendo a realização de vendas não solicitadas, inúmeras tentativas de contato a partir de sistemas de discagem preditiva, que são insistentes mesmo quando o contato incorreto é detectado, bem como o uso histórico do serviço para construir uma fortaleza para separar a empresa contratante de seus clientes.

Essa visão está mudando gradualmente. Os clientes estão esperando um tratamento homogêneo, independentemente do canal ou se ele é terceirizado. Hoje, a má reputação de uma marca ecoa facilmente através dos canais de mídias sociais e o público dominante da geração Y não hesita em cancelar contratos por causa de uma experiência de cliente de baixa qualidade.

A LGPD, a lei de controle de privacidade brasileira que é equivalente ao GDPR europeu, está ganhando cada vez mais destaque e em breve será posta em prática. Ela terá um impacto considerável nas operações de Contact Center, colocando em risco uma ampla gama de serviços e práticas comuns.

Cada vez mais, os clientes estão exigindo melhores leis de privacidade, agrupamento e segmentação, uma abordagem mais centrada no cliente, alavancando tecnologias *omnichannel* e técnicas de comunicação assíncrona, assim como personalização digital.

Para assegurar uma transformação eficaz e bem-sucedida, cadeias inteiras de processos devem ser redesenhadas, sistemas devem ser integrados, scripts devem ser adaptados, KPIs devem ser reavaliados e agentes devem ser efetivamente treinados para resolver problemas.

O projeto e a implementação desses requisitos exigem serviços de consultoria, tais como *design thinking*, gerenciamento de mudanças e altos níveis de consultoria tecnológica especializada. Objetivos como a personalização em operações massificadas só podem ser alcançados através de uma implementação de automação robusta e *analytics* com IA e ML.

Em um ambiente altamente enérgico e orientado às pessoas, como o do Brasil, o toque humano continua sendo um fator importante para o sucesso das operações comerciais. Assim, o investimento deve ser direcionado ao treinamento e à capacitação de agentes humanos com táticas comportamentais. O funcionamento deve ser estruturado de tal forma que humanos e máquinas trabalhem juntos perfeitamente.

A concentração de provedores de serviços é igualmente observada no Brasil como em outras regiões. Ela pode ser atribuída à desaceleração econômica do país, levando ao aumento dos custos de tecnologia, principalmente quando compradas do exterior. Isso, em contrapartida, resultou em operações maiores sendo diluídas em uma base de clientes maior. Apesar disso, mais atores líderes estão estabelecendo unidades ou empresas subsidiárias para acelerar a transformação digital e os serviços de consultoria relacionados à experiência do cliente nesse setor.

Após anos de retração econômica, havia expectativas de crescimento em 2020. Entretanto, estima-se que a pandemia COVID-19 e a menor atividade econômica associada em muitos setores levará a uma redução de receitas de cerca de 20% no setor de Contact Center. A pressão extra pode aumentar com a revogação da flexibilização dos encargos trabalhistas ainda em discussão no momento, e pode acelerar a substituição de humanos por tecnologias.

Em geral, a resposta à COVID-19 tem sido positiva na região. A maioria das empresas conseguiu colocar de 60% a 90% de sua força de trabalho no modelo de trabalho remoto em questão de semanas, em alguns casos em poucos dias. Isso exige medidas não convencionais como a aquisição de mais sistemas de computador e a instalação de links para o ambiente de trabalho remoto, de acordo com as necessidades.

A pandemia atual acelerou consideravelmente a transformação digital, e novas tecnologias baseadas em nuvem, às vezes implantadas em um ambiente piloto/projeto, devem ser gerenciadas lidando com a mudança imediata para cargas de trabalho pesadas e de tamanho industrial. Em vista dos benefícios tais como maior produtividade e menor necessidade de deslocamento, mais empresas estão mantendo grande parte de suas operações permanentemente no modelo de trabalho remoto. Entretanto, para ser sustentável, é necessário desenvolver programas sobre como manter a cultura da empresa, abordar a retenção de funcionários, avaliar o impacto das leis trabalhistas e criar assistência psicológica para evitar a fadiga dos funcionários e outros efeitos negativos a longo prazo.

As atuais ofertas de Contact Center-as-a-Service (CCaaS) tornaram-se agora amplamente aceitas no mercado. A infraestrutura técnica melhorou substancialmente e as preocupações com latência, qualidade, segurança e escala estão diminuindo. As instalações locais serão substituídas de acordo com novos ciclos de investimento em torno do CCaaS e da tecnologia em nuvem. Por outro lado, os modelos de autoprovisionamento e serviço ainda enfrentam problemas devido à alta integração com troncos de protocolo de iniciação de sessão (SIP), redes telefônicas públicas comutadas (PSTN), e métodos de pagamento envolvendo cartões de crédito.

Em conclusão, por meio do Contact Center e experiência do cliente, as ofertas no Brasil estão se replicando e se adaptando às diversas tendências do mercado, que demonstra singularidade com seu próprio conjunto de operadores, estratégias, cenários e desafios.

Introdução

Simplified illustration



Source: ISG 2020

Definição

Os serviços de Contact Center evoluíram para serviços de experiência do cliente. As organizações estão agora adotando uma abordagem holística dos serviços ao cliente e de como eles estão sendo entregues. Os modelos operacionais mudaram e deixaram modelos baseados em funcionários em tempo integral (FTE); os requisitos do mix básico evoluíram; as tecnologias digitais tornaram-se um requisito mínimo; e a conversão de dados em *insights* é a necessidade do momento. A proliferação de canais e a demanda por respostas imediatas aumentaram significativamente durante a crise. Os requisitos para uma estratégia *omnichannel* e uma experiência de cliente perfeita sempre existiram, mas agora têm aumentado exponencialmente.

Considerando as necessidades crescentes e as mudanças no cenário de atendimento ao cliente, os provedores de serviços desse setor são avaliados com base nas diferentes ofertas que apresentam aos clientes para atender às exigências da experiência do cliente moderno. Alguns dos princípios-chave dos serviços modernos de Contact Center são:

Definição (cont.)

Serviços de consultoria: Com a crescente complexidade dos serviços de Contact Center, os serviços de consultoria estão se tornando mais importantes. Tendo em mente as expectativas do usuário final e a proliferação de canais, junto a infraestrutura atual de uma organização e o aumento do uso de tecnologias digitais, os provedores de serviços de Contact Center projetam o *roadmap* de transformação para clientes corporativos. Além de sua experiência no setor, os provedores de serviços de pesquisa e de especialização vertical aplicam princípios de *design thinking* e utilizam *benchmarks* do setor para definir o *roadmap* de transformação de um cliente para apoiar a adoção de tecnologias, permitir resultados comerciais reais e garantir o retorno sobre os investimentos (ROI).

Serviços oferecidos: Os serviços evoluíram de atendimento ao cliente e chamadas de voz para múltiplos canais e suporte à marca. Os indicadores-chave de desempenho (KPIs) para medir o sucesso não estão limitados à resolução na primeira chamada (FCR) e ao tempo médio de atendimento (AHT). Eles estão mais inclinados para a redução de custos, aumento de vendas, criação de oportunidades de vendas cruzadas, geração de receita, além de pontuações de satisfação do cliente

(*Customer Satisfaction Score*, CSAT) e de clientes promotores (*Net Promoter Score*, NPS). Os serviços de mídias sociais como a moderação de conteúdo estão ganhando força e se tornando parte integrante do marketing e das vendas de cada marca. Os serviços também englobam chamadas de entrada e saída e atividades como suporte ao cliente, cobranças, vendas, suporte a produtos, telemarketing, recrutamento e pessoal, suporte técnico e uma série de outros serviços.

Capacidade de entrega: Esta área cobre principalmente a força dos funcionários, presença geográfica, centros de entrega, o mix básico oferecido, idiomas suportados e modelos de preços, entre outros aspectos.

Desenvolvimento de talentos: A área de talentos representa o aspecto mais crítico dos serviços de Contact Center. Treinamento, programas de engajamento de funcionários, planos de desenvolvimento de carreira e opções de trabalho flexíveis são importantes para o recrutamento e desenvolvimento de talentos.

Tecnologias digitais: À medida que o âmbito digital ganha mais importância, tecnologias como a automação tem se tornado primordiais. Tecnologias como os Contact Centers na nuvem, automação, plataformas *omnichannel*, IA, ML e análises avançadas são fatores fundamentais que influenciam a jornada de transformação digital de uma empresa.

Definição (cont.)

Escopo do Relatório

O estudo ISG Provider Lens™ oferece aos tomadores de decisão de TI:

- Transparência nos pontos fortes e de atenção dos fornecedores relevantes;
- Um posicionamento diferenciado de fornecedores por segmentos;
- Foco no mercado brasileiro.

Este estudo serve como uma base para tomada de decisões importantes sobre posicionamento, principais relacionamentos e considerações no *go-to-market*. Os consultores da ISG e os clientes corporativos também usam as informações desses relatórios para avaliar seus relacionamentos atuais com fornecedores e possíveis novos compromissos.

Por esta razão, o relatório da ISG sobre Contact Center - Serviços de Experiência do Cliente é composto de múltiplos quadrantes cobrindo o espectro de serviços que um cliente corporativo precisa.

As descrições dos quadrantes são as seguintes:

Experiência do Cliente de Contact Center — Operações Digitais

Com base em menos parâmetros tais como funcionários em tempo integral (FTEs), centros de entrega e cobertura geográfica, o setor de Contact Center tem evoluído

a passos largos. Com a mudança nas expectativas do cliente e a crescente pressão para uma melhor experiência do cliente, os Contact Centers são agora avaliados em múltiplos fatores, como talentos, automação, parcerias, escala de operações, capacidade e implementação de *omnichannel*, IA/ML e serviços de *analytics*. Com a situação da COVID-19, as capacidades de trabalho remoto, a infraestrutura e a segurança também se tornaram parâmetros importantes.

AI & Analytics

A IA tem um impacto significativo na indústria da experiência do cliente. Os humanos e as máquinas estão a juntar-se para proporcionar experiências de cliente sem falhas. Os robots são capazes de imitar os humanos e assumir uma grande parte das consultas dos clientes sem intervenção humana. Ao longo do tempo, as máquinas estão a aprender e a melhorar significativamente. Os seres humanos são agora libertados para lidar com consultas mais complexas. A análise de dados está a permitir e a capacitar os humanos com conhecimentos que ajudam os agentes a estarem mais bem informados e a conduzir conversas empáticas. Múltiplas soluções que incorporam ML, análise da fala, análise de sentimentos e outras tecnologias semelhantes estão a impulsionar experiências informadas e melhoradas dos clientes, tendo assim um impacto significativo em métricas como a redução do AHT, aumento do FCR, melhores pontuações CSAT, redução de custos e oportunidades de geração de receitas. A IA e a análise abriram numerosas oportunidades para os clientes. Este quadrante avalia as capacidades de IA e de análise, incluindo soluções e parcerias, nível de implementações, escala de implementações, inovação, resultados e impacto empresarial.

Classificações de Fornecedor

Os quadrantes da ISG Provider Lens™ foram criados usando uma matriz de avaliação contendo quatro segmentos, onde os fornecedores estão posicionados em conformidade.

Leader

Os líderes (leaders) entre os distribuidores/fornecedores, têm um produto altamente atraente e oferta de serviços, bem como um mercado muito forte e posição competitiva; eles cumprem todas as exigências para o cultivo bem-sucedido do mercado. Eles podem ser considerados como formadores de opinião, fornecendo impulsos estratégicos ao mercado. Também garantem força inovadora e estabilidade.

Product Challenger

Os desafiadores com produto (product challengers) oferecem um portfólio de produtos e serviços que fornece uma cobertura de exigências corporativas acima da média, mas também não são capazes de fornecer os mesmos recursos e pontos fortes que os líderes em relação às categorias de cultivo de mercado individuais. Com frequência, isso se deve ao tamanho do respectivo distribuidor ou de sua fraca projeção/foco no respectivo segmento alvo (quadrante).

Market Challenger

Desafiadores com mercado (Market challengers) também são muito competitivos, mas ainda há potencial para ampliação de seu portfólio, e eles claramente ficam atrás dos líderes. Com frequência, os desafiadores com mercado são fornecedores estabelecidos, mas de certa forma lentos na abordagem de novas tendências, devido ao tamanho e estrutura da empresa, tendo, portanto, algum potencial para otimizar seus portfólios e aumentar suas atratividades.

Contender

Competidores em geral (Contenders) ainda precisam de produtos e serviços maduros ou profundidade e amplitude suficientes de suas ofertas, enquanto também mostram alguns pontos fortes e potenciais de melhorias em seus esforços de cultivo de mercado. Esses distribuidores são frequentemente generalistas ou focados em um nicho de mercado.

Classificações de Fornecedor (cont.)

Cada quadrante ISG Provider Lens™ pode incluir um ou mais fornecedores de serviços que a ISG acredita ter forte potencial para alcançar o quadrante de leader.

Rising Star

Rising stars são “estrelas em ascensão”, basicamente são fornecedores com alto potencial no futuro. Ao receber o selo rising star, tais empresas têm um portfólio promissor, incluindo o roteiro necessário e um foco adequado nas tendências-chave do mercado e exigências dos clientes. Além disso, o rising star tem excelente gerenciamento e entendimento do mercado local. Este selo somente é dado a distribuidores ou fornecedores de serviços que fizeram grande progresso em seus objetivos nos últimos 12 meses e estão em um bom caminho para alcançar o quadrante de líderes nos próximos 12-24 meses, em função de seu impacto e força inovadora acima da média.

Not In

Esse fornecedor de serviços ou distribuidor não foi incluído neste quadrante porque a ISG não conseguiu obter informações suficientes para posicioná-lo. Essa omissão não implica que o fornecedor de serviços ou distribuidor não fornece tal serviço.

Contact Center - Customer Experience Services - Lista de Participantes 1 de 1

	Digital Operations	AI & Analytics
Actionline	● Contender	● Product Challenger
AeC	● Leader	● Leader
Alert	● Contender	● Not in
Algar Tech	● Leader	● Product Challenger
AlmavivA	● Leader	● Leader
Atento	● Leader	● Leader
Brasilcenter	● Contender	● Contender
BTCC	● Contender	● Contender
Call	● Contender	● Not in
Callink	● Product Challenger	● Contender
Connvert	● Leader	● Leader
CSU	● Product Challenger	● Contender
Home Agent	● Rising Star	● Not in
Kainos	● Contender	● Contender
Konecta	● Rising Star	● Market Challenger

	Digital Operations	AI & Analytics
LIQ	● Leader	● Market Challenger
Motiva	● Contender	● Not in
Neobpo	● Leader	● Product Challenger
Parla!	● Contender	● Not in
Pluris Mídia	● Product Challenger	● Product Challenger
Grupo Provider	● Contender	● Not in
Sercom	● Market Challenger	● Leader
Sitel Group	● Product Challenger	● Product Challenger
Tel	● Market Challenger	● Not in
Teleperformance	● Leader	● Leader
TMKT	● Contender	● Not in
TTEC	● Product Challenger	● Product Challenger
Vikstar	● Market Challenger	● Contender
Voxline	● Contender	● Contender



Contact Center - Customer Experience Services Quadrantes

CONTEXTO DO EMPREENDIMENTO

AI & Analytics

Neste relatório de quadrantes, a ISG apresenta o atual posicionamento de mercado dos provedores de Contact Center com ofertas avançadas de IA e *analytics* no Brasil e como eles lidam com os principais desafios que as empresas enfrentam na região.

Durante a pandemia da COVID-19, a ISG observou a aceleração dos esforços de transformação digital em larga escala, o que levou a uma adoção mais intensa de canais digitais como o WhatsApp e as mídias sociais entre muitos clientes. Como consequência, as empresas estão procurando se envolver com provedores de serviços de análises multicanais, tais como análise de fala, juntamente com as soluções inovadoras de IA para melhorar a experiência do usuário final. As empresas no Brasil normalmente se relacionam com provedores locais para oferecer um serviço de atendimento ao cliente ininterrupto a seus usuários finais. Entretanto, alguns provedores europeus com forte presença nacional e soluções avançadas de IA e *analytics* também estão consolidando sua presença no mercado na região

As empresas brasileiras continuam a enfrentar maiores transtornos em suas cargas de trabalho devido às rigorosas medidas de isolamento, tais como o fechamento temporário ou permanente de empresas durante a pandemia atual do coronavírus. Para manter a continuidade dos negócios e o atendimento ao cliente sem interrupção, as empresas estão buscando ajuda de provedores de Contact Center no que diz respeito a soluções remotas flexíveis, ofertas digitais como o *bot* com IA, e a rede de laboratórios de inovação que ajudam a fornecer serviços mais humanizados.

Os líderes de TI devem ler este relatório para entender melhor os pontos fortes e as áreas de melhoria desses provedores em relação às suas ofertas de IA e *analytics*. O relatório também os ajuda a analisar várias soluções digitais dos provedores e selecionar o tipo certo de solução que se alinha perfeitamente com as necessidades de seus negócios.

Os líderes verticais devem ler este relatório para compreender as soluções específicas do setor oferecidas por esses provedores apoiados pelas tecnologias inovadoras de IA e *analytics*.

Os líderes de transformação digital devem ler este relatório para compreender a ampla gama de soluções de IA e *analytics* oferecidas pelos provedores e como eles estão implementando estas soluções em escala para obter o resultado desejado.

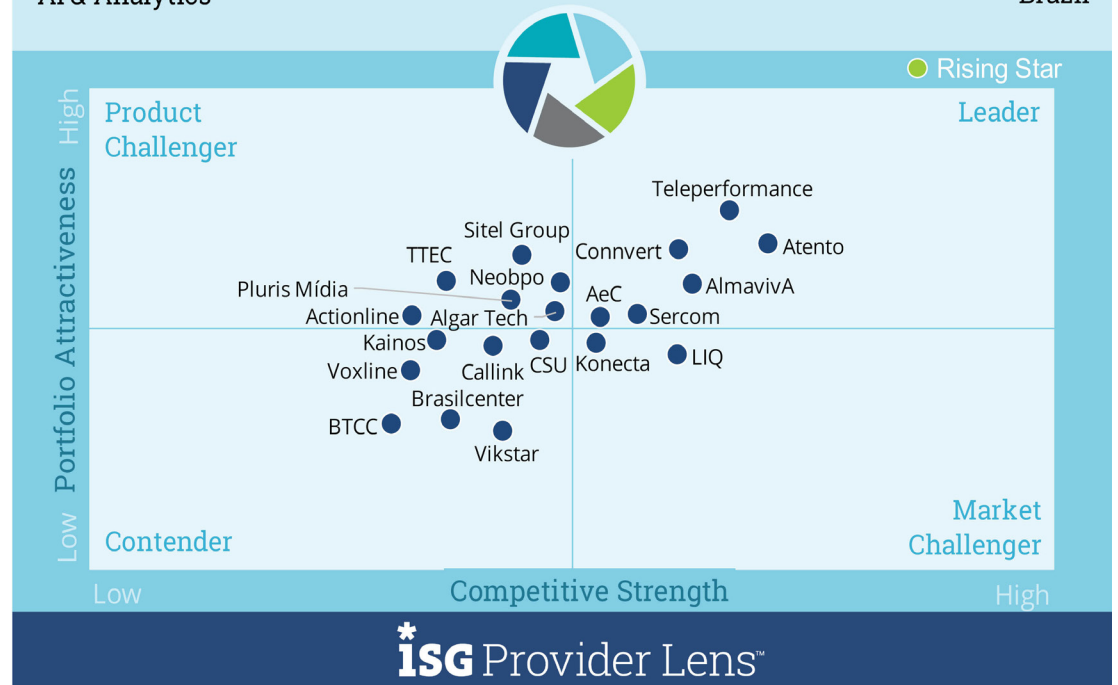
AI & ANALYTICS

Definição

A inteligência artificial e o *analytics* são recursos importantes necessários na era atual para fornecer serviços de experiência do cliente consistentes. As implementações neste setor ajudam as empresas a conduzir conversas significativas e empáticas com os usuários finais e a ter um impacto significativo nos resultados comerciais. Como uma exigência crescente neste setor, a IA e o *analytics* mudarão fundamentalmente a forma como o atendimento ao cliente será prestado. Este quadrante avalia os provedores com recursos de IA e *analytics* em termos de oferta de soluções, parcerias, implementações, inovação entregue e, por fim, os resultados comerciais.

Contact Center – Customer Experience Services
AI & Analytics

2020
Brazil



Source: ISG Research 2020

AI & ANALYTICS

CrITÉRIOS De Elegibilidade

- Capacidade de manter equipes de consultoria em IA e *analytics*;
- Demonstrar conhecimentos técnicos especializados;
- Fornecer *bots* com IA - IA conversacional, assistentes digitais, etc.;
- Oferecer serviços de *analytics* —análise de fala, análise de texto, previsão do comportamento do cliente, análise preditiva, análise de sentimentos;
- Demonstrar implementações bem-sucedidas;
- Demonstrar a dimensão das implementações;
- Ajudar a alcançar resultados comerciais como pontuações CSAT e NPS, redução de custos e geração de receita;
- Estabelecer um ecossistema de parceria ou soluções próprias;
- Demonstrar estudos de caso referenciáveis.

Observações

- A **Atento** desenvolveu um conjunto impressionante de soluções, entre elas as referentes à fala e à linguagem, em seus laboratórios brasileiros. Ela utiliza os grandes volumes de dados de suas operações para melhorar continuamente as suas soluções de experiência do cliente.
- A **Teleperformance** desenvolve suas soluções globais em centros distribuídos ao redor do mundo e as implanta de maneira eficaz em empresas brasileiras.
- O pacote de produtos **Almaviva's Iride**® é um componente essencial de sua estratégia centrada no cliente, permitindo que a empresa ganhe força no mercado brasileiro.
- A **Convert** tem um profundo conhecimento técnico, serviços de consultoria de destaque na experiência do cliente, uma densa base de clientes e um conjunto atraente de parcerias com fornecedores globais e soluções locais.
- A unidade **Sercom's ContactONE** oferece ao mercado soluções novas e inovadoras baseadas em IA.
- A **AeC** desenvolveu soluções abrangentes baseadas em IA para a experiência do cliente. Através de sua subsidiária, Robbyson, ela oferece soluções para a gestão de pessoas, o que lhe permitiu expandir sua base de clientes.

CONNVERT

Visão Geral

Criada como uma holding estratégica, a Connvert organizou sua abordagem para atrair novos negócios. Junto com o negócio tradicional de BPO, ainda com sua marca original Flex, tem mais duas unidades específicas. A CXdzain é a unidade de consultoria especializada no projeto e implementação de viagens mais eficientes para melhorar a experiência do consumidor em todos os pontos de contato com suas marcas. A divisão de tecnologia Code7 Communication Platform as a Service (CPaaS) foi criada através da união de Zaas e Aty Tech.

Pontos Fortes

Estratégia de crescimento: A Flex já tem uma trajetória reconhecida na gestão do crescimento. Com altas expectativas em relação a suas novas ofertas, a estratégia da empresa delinea seu crescimento através de novos clientes e marcas e não através de clientes tradicionais de serviços terceirizados de Contact Center. Ela atende aos clientes que desejam manter sua experiência do cliente internamente e ter acesso às práticas recomendadas, aos recursos especializados e aos ativos de solução já testados.

Tecnologia atraente: Como uma empresa fortemente voltada para a tecnologia, a Connvert está continuamente desafiando seu *status quo*, com soluções globais e locais e oferece um portfólio distinto de soluções globais de grandes marcas, além de produtos e soluções locais menos conhecidos. Tais soluções permitem reduções significativas de custos, o que é relevante neste mercado altamente orientado para os custos e muitas vezes comoditizado.

Xlab e banco de talentos protegido: Os laboratórios da empresa, bem como grande parte de sua força de trabalho, estão localizados em uma das regiões mais relevantes do Brasil para o desenvolvimento de tecnologia e *start-ups*. Devido a sua proximidade cultural e geográfica, seus recursos capacitados podem ser retidos mais facilmente. Assim, a empresa tem acesso privilegiado aos talentos, de modo que as regiões possam impulsionar a inovação.

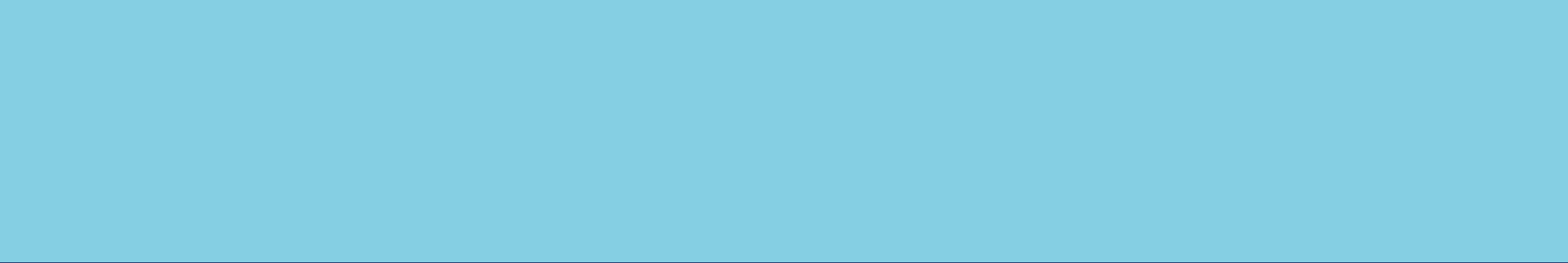
Pontos De Atenção

Orquestração complexa: A Connvert oferece as tradicionais ofertas de BPO Flex, CXdzain e Code7 para atender às diversas exigências dos clientes. Nem sempre é fácil orquestrar as ofertas para eliminar a complexidade, alinhar diferentes interesses internos e criar sinergias de maneira eficaz. Algumas ofertas podem competir com o ecossistema de parceiros da Connvert e alianças em outras unidades. A manutenção de uma estratégia de crescimento comum pode tornar-se bastante complexa.



2020 ISG Provider Lens™ Leader

A Connvert apresenta grandes ofertas para empresas que buscam soluções orientadas à tecnologia e serviços de consultoria de alta qualidade.



Metodologia

METODOLOGIA

TÍTULO 2

O estudo de pesquisa "ISG Provider Lens™ 2020 – Contact Center - Serviços de Experiência do Cliente" analisa os fornecedores/provedores de serviços de software relevantes no mercado brasileiro, com base em um processo de pesquisa e análise em várias fases, e posiciona esses provedores com base na metodologia ISG Research. O estudo foi dividido nas seguintes etapas:

1. Definição do mercado de Contact Center - Serviços de Experiência do Cliente;
2. Uso de pesquisas baseadas em questionário de fornecedores/provedores de serviços em todos os tópicos de tendências;
3. Discussões interativas com prestadores de fornecedores/provedores quanto às capacidades e casos de uso;
4. Utilização dos bancos de dados internos da ISG e o conhecimento e a experiência do consultor (onde aplicável);
5. Análise e avaliação detalhadas de serviços e documentação de serviços com base nos fatos e números recebidos de fornecedores e outras fontes;
6. Uso dos seguintes critérios-chave de avaliação:
 - Estratégia e visão;
 - Inovação;
 - Reconhecimento da marca e presença no mercado;
 - Cenário de vendas e parceiros;
 - Amplitude e profundidade do portfólio de serviços oferecidos;
 - Avanços tecnológicos.



Autores e Editores



Florian Scheibmayr, Autor

Analista Líder

Florian Scheibmayr é o analista líder dos estudos de Contact Center — Experiência do Cliente. Ele tem trabalhado na indústria de tecnologia por quase três décadas. Florian é responsável pela elaboração de relatórios de quadrantes sobre Contact Center e Experiência do Cliente, além do mercado de Contact Center-as-a-Service. Além disso, Florian ajuda os clientes brasileiros da TGT/ISG com sua estratégia de TI, seleção de prestadores de serviços, negociação de contratos, etc. Ele também trabalha com consultores da TGT e solicitações de clientes para projetos estratégicos na área de transformação digital e otimização de processos, em diversos setores, principalmente em telecomunicações e mídia, serviços financeiros, varejo e serviços públicos.



Jan Erik Aase, Editor

Diretor, Analista Principal e Chefe Global – ISG Provider Lens™/ISG Research

O Sr. Aase traz uma extensa experiência na implementação e pesquisa de integração e gerenciamento de serviços de TI e processos comerciais. Com mais de 35 anos de experiência, ele é altamente capacitado em analisar tendências e metodologias de governança de fornecedores, identificando ineficiências nos processos atuais e aconselhando o setor. Jan Erik tem experiência em todos os quatro lados do ciclo de vida de sourcing e governança de fornecedores como cliente, analista do setor, prestador de serviços e assessor. Agora como diretor de pesquisa, analista principal e chefe global da ISG Provider Lens™, ele está muito bem posicionado para avaliar e informar sobre o estado do setor e fazer recomendações tanto para empresas quanto para clientes prestadores de serviços.

ISG Provider Lens™ | Quadrant Report

Setembro de 2020

© 2020 Information Services Group, Inc. All Rights Reserved



ISG (Information Services Group) (NASDAQ: III) é uma empresa global líder em consultoria e pesquisa de tecnologia. Uma parceira de negócios confiável para mais de 700 clientes, incluindo 75 das maiores 100 empresas do mundo, a ISG é comprometida em ajudar corporações, organizações do setor público e fornecedores de serviços e de tecnologia a alcançar a excelência operacional e crescimento mais rápido. A empresa se especializa em serviços de transformação digital, incluindo serviços de automação, análises de dados e nuvem; consultoria de fornecimento; governança gerenciada e de risco; serviços de fornecimento de rede; estratégia de tecnologia e design de operações; gerenciamento de mudança; inteligência de mercado, pesquisa e análise de tecnologia. Fundada em 2006, com base em Stamford, Conn., a ISG emprega mais de 1.300 profissionais, operando em mais de 20 países – uma equipe global conhecida por seu pensamento inovador, influência no mercado, expertise profunda em indústria e tecnologia, capacidades analíticas e de pesquisa de qualidade internacional com base nos dados de mercado mais abrangentes da indústria.