

## Multicanalidade, segurança, simplicidade: esses são os desejos do consumidor para 2018

Gastão Mattos (\*)

*O consumidor mudou e o que mais lhe importa é a conveniência na hora de comprar*

Atitude omnichannel – a compra em múltiplos canais – ganha força e deve se consolidar em 2018. Se o consumidor já mudou, está mais do que na hora de o varejo oferecer a ele as melhores e mais seguras opções para que possa comprar com segurança e de forma simplificada no canal que ele desejar.

Começar uma pesquisa na internet e finalizar a compra na loja física ou vice-versa já é uma realidade. A compra também já pode ser realizada via aplicativos, redes sociais ou até mesmo em uma troca de e-mails. O consumidor transita pelo mundo físico e digital e quer ser atendido bem aonde está, sem ter a necessidade de ser redirecionado para outro local para pagar.

No Brasil, uma loja-conceito foi inaugurada com o sugestivo nome de Omnistore em um shopping de São Paulo. Nela, tudo é monitorado: se entrou um homem ou uma mulher, faixa etária, quanto tempo ficou observando qual parte da loja e por aí vai. Vitrines inteligentes, mapa de calor, monitoramento total e ainda a possibilidade de pagar via celular sem se dirigir ao caixa e, se preferir, receber o produto em casa.

Neste ano, o Reino Unido teve seu primeiro supermercado a permitir que seus clientes pagassem a conta por meio da impressão digital. A invenção foi denominada Fingopay e funciona através de um sistema infravermelho que escaneia as veias dos dedos e vincula o mapa biométrico às contas bancárias de cada cliente. A rede americana de fast-food KFC lançou em setembro, na China, um sistema de pagamento via reconhecimento facial. Os chineses, aliás, praticamente abandonaram o dinheiro em espécie e passaram a fazer pagamentos via seus celulares. Lá, qualquer loja está preparada para cobrar assim.

Segundo artigo da revista "Forbes", cerca de 40% dos consumidores na China utilizam novos métodos de pagamento para suas compras, fundamentalmente por meio de duas plataformas, o Alipay e o Wechat. E de acordo com o relatório "Economia da Informação 2017", divulgado pela Organização das Nações Unidas (ONU) na China, o volume de transações via mobile payment deve alcançar 6,3 trilhões de dólares até 2020, segundo projeções do IResearch Global. Aqui no Brasil, também vimos o crescimento do mobile payment e das carteiras digitais, o que deve se consolidar em 2018.

Ao longo de 2017, desenvolvemos na Braspag uma série de soluções pensando neste novo consumidor e em como os lojistas poderiam melhor atendê-lo. Ou seja, para que o consumidor possa exercer sua multicanalidade de forma simplificada e com segurança, os bastidores da tecnologia avançam de forma contínua.

Resumindo algumas das novidades anunciadas no ano,

vale destacarmos o Braspag Omnichannel, plataforma de pagamento na qual os lojistas multicanais poderão visualizar e gerenciar em um único lugar todas as informações de pagamento da loja física e virtual. Para o consumidor, traz a possibilidade de comprar em casa e retirar na loja, autenticando a compra apenas no espaço físico, diminuindo a chance de fraudes. Outro exemplo é fazer uma reserva de hotel, gerar a pré-autorização no cartão e só finalizar de fato a transação ao dar o check in.

Para dar mais agilidade aos empreendedores no gerenciamento do seu negócio, lançamos o Braspag App, de forma piloto, mas que estará disponível para o próximo ano. Destinado a gestores e coordenadores de e-commerce, operações, finanças e produtos, bem como executivos de contas que precisam de um rápido overview da operação do seu cliente, o app funcionará como dashboard simplificado da operação, trazendo indicadores-chave de desempenho das lojas.

Visando atender a questão da segurança, uma grande preocupação tanto de lojistas quanto dos consumidores, apresentamos ao mercado o Silent Order Post e o Silent Order Token – soluções de pagamento que atendem a lojistas com diferentes níveis de PCI - PCI Security Standards Council - conjunto de regras que protegem estabelecimentos e consumidores de fraudes de cartão de crédito.

Em 2018, lançaremos o botão conectado, que traz o conceito de IOT, com duas modalidades de uso: a primeira, associada a um botão físico, que poderá ser instalado no local desejado pelo consumidor. Ele poderá programá-lo para comprar um determinado produto, deixando já configurada a quantidade por meio de um pré-cadastro, em que também serão fornecidos dados pessoais, dados do cartão de crédito e endereço de entrega – tudo armazenado de maneira criptografada e segura. Ao apertar o botão, o pedido é gerado automaticamente e entregue no endereço cadastrado. Na segunda modalidade, o fluxo é semelhante, mas sem a necessidade do botão físico. Ele é substituído por um aplicativo para smartphone, que também aciona compras pré-cadastradas por meio de apenas um clique. Para confirmar o pedido ao cliente, a loja poderá enviar um e-mail, como já fazem hoje os principais varejistas online do Brasil.

Internet das Coisas, Inteligência Artificial, mobile payment, carteira digitais, pagamento via link, novas plataformas de pagamento. O mercado de meios de pagamento deve acelerar ainda mais em 2018. Para o próximo ano, as tecnologias desenvolvidas serão cada vez mais aperfeiçoadas, bem como estaremos o desenvolvimento e lançamento de novas para darmos continuidade à nossa nova missão que é simplificar o ato de comprar.

(\*) É CEO da Braspag, empresa do grupo Cielo.

# SAC necessita de maior atenção por parte de empresas

Líder de reclamações no país, SAC requer atenção especial para que os atendimentos não se tornem os prejuízos da sua empresa

Robson Costa (\*)

Um produto ou serviço que veio ou foi efetuado da forma errada, um atraso na entrega e nos prazos, problemas de pagamento ou relacionamento – Não importa. O SAC é o primeiro requisito de um cliente insatisfeito. E é justamente neste canal de comunicação tão primordial dentro de uma empresa que ocorrem as maiores crises e desgaste de relacionamento com os clientes. É como um "ping-pong" de problemas que costumam chamar de Disk-Estresse. Por isso que um bom atendimento telefônico faz toda a diferença nos resultados da sua empresa.

Todos já conhecem essa novela: primeiro, a gravação que lhe direciona ao atendente; o atendente que informa que esse problema não será resolvido ali e transfere a ligação; outro atendente que pede para ligar em outro número; e o outro número que deixa a música de fundo enquanto você aguarda na linha; os mesmos dados solicitados, o mesmo discurso da reclamação. Quando desligar, provavelmente já terá passado meia hora do seu dia e ainda assim o problema não será resolvido. Não é à toa que os SACs de operadoras são os líderes de reclamação no Procon e no site Reclame AQUI.



Estudos indicam que 88% dos clientes preferem resolver solicitações com empresas e profissionais por telefone, sendo que 74% voltam a fazer negócio se os problemas forem resolvidos satisfatoriamente, e 26% deixam de contratar um serviço ou de comprar por um canal de atendimento ruim. Resumindo, uma empresa que não possui boa gestão de atendimento via telefone perde tempo, dinheiro e oportunidade de vender mais e melhor.

Uma empresa com administração ruim nos serviços de SAC deixa o cliente com uma sensação de incapacidade ou incompetência, pois não possui domínio para prestar o suporte necessário. Além disso, como é comum no mundo corporativo, o PABX das empresas costuma ser terceirizado e o cliente fica de "espectador", enquanto operadoras, técnicos, provedores e mantenedores – ou seja, os fornecedores dos serviços – brigam entre si, buscando culpados e jogando o cliente de um lado para outro.

A melhor solução para este tipo de problema está em um conceito inovador no mercado: a Gestão Unificada em Telefonia. Ela consiste em cuidar de todas as operações do início ao fim, dedicando tempo exclusivamente para o bom atendimento do cliente e resolvendo-os rapidamente. Isso vai desde melhorias na infraestrutura, até gerenciamento de links, prestar consultorias e administrar quaisquer problemas. Aliado às melhores tarifas é possível observar, em questão de meses, a redução dos custos para as empresas.

Um bom atendimento de SAC é sinônimo de economia, satisfação dos clientes e lucro no fim do mês. Pequenas atitudes podem trazer grandes resultados, e é importante não deixar que a sua telefonia caia nos altos índices de reclamações.

(\*) É diretor do Grupo Encanto Telecom <http://encantotelecom.com.br>.

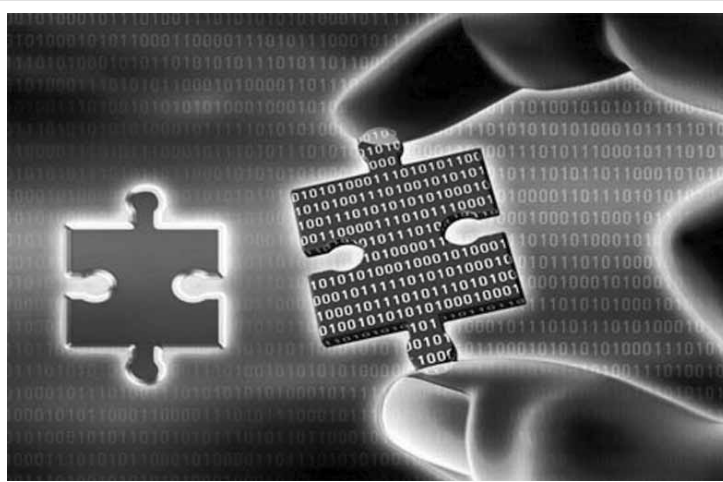
## O passado, o presente, o futuro e a inovação tecnológica

Quem nunca parou e pensou que já tinha visto de tudo e foi surpreendido com uma novidade, seja qual for a circunstância da vida? Hoje, as mudanças continuam a ser em torno de nós, e acontecendo mais rápido do que nunca e a boa notícia é que que nós estamos no controle. E não mais estamos nos adaptando a tecnologia - em vez disso, a tecnologia está se adaptando para nós.

Pelo menos, nos últimos 20 anos, as inovações disruptivas tem nos surpreendido positivamente numa velocidade incrível, principalmente em contraste com as tecnicamente revolucionárias, que não vieram para substituir as soluções existentes, mas também para criar novos mercados e por fim, mudar a sociedade.

Hoje, nenhuma das revoluções muito discutidas no transporte, sejam carros elétricos ou carros autônomos, tem um potencial verdadeiramente disruptivo por conta própria. Em ambos os cenários, enfrentam obstáculos financeiros e legais para a adoção em massa. No entanto, se essas inovações forem combinadas com modelos de sucesso, pode se criar sinergias vencedoras.

Pensando justamente na era das tecnologias disruptivas, a Mastercard realiza anualmente o Mastercard LAC Innovation Forum 2017, que aconteceu no último final de semana de novembro, em Miami, nos Estados Unidos com o objetivo de incentivar a adoção de tecnologias para construir um futuro



melhor, mais compartilhado e colaborativo.

Representantes de diversas corporações da América tiveram a oportunidade de conhecer casos de sucesso, desenvolvidos a partir de inovações tecnológicas e que impactam positivamente o mercado e o dia a dia de pessoas e empresas.

Como palestrante convidado do evento, apresentamos a Wappa, pioneira no segmento de gestão de despesas de táxi corporativo via telefone celular, compartilhamos como

estamos inovando o processo de pagamento nesse setor há quase 15 anos, numa era em que ainda não existiam smartphones. Naquela altura, o pagamento das corridas utilizando celular, com o recurso da época, as mensagens SMS.

Essa experiência nos deu a certeza de que a empresa segue no caminho certo, investindo cada vez mais em inovação e em tecnologia, atenta às tendências, além de abrir caminho para a expansão da operação para a América do Sul e a certeza de que estamos preparados para disputar o mercado de táxi corporativo com os players que já atuam nesses países. Queremos tornar a complexidade invisível ao oferecer às empresas um serviço que agrega valor e se torna indispensável, que além de reduzir custos inimagináveis, traz gestão e segurança para todo o processo.

(Fonte: Albert Sales é diretor Comercial da Wappa, empresa pioneira e líder na gestão de táxi corporativo).

## Plataforma que agiliza construção de sistemas

A Icaro Tech, especializada em soluções de gestão, analytics e cognição que potencializam a inteligência das operações, acaba de anunciar um novo produto para seu portfólio, o FlexForward. Classificado como uma plataforma de desenvolvimento de sistemas, o produto vai dar flexibilidade e agilidade ao desenvolvimento e implementação de soluções dedicadas às operações de médias e grandes empresas.

A novidade se destaca por ser uma tecnologia concebida com foco na área de operações, com criação e desenvolvimento realizado por profissionais que possuem

experiência em operações inteligentes e, por isso, têm expertise para entender as demandas do mercado, o que deve destacar a nova oferta entre as opções de "prateleira" customizadas.

"A grande vantagem do uso da plataforma é que ela permite realizar a implementação de softwares em um prazo muito menor do que a média, com custo reduzido e qualidade superior. Utilizando como base os projetos desenvolvidos numa fase inicial de testes, em cenários reais de clientes, verificamos que a economia de tempo - do desenvolvimento à implantação - pode

ultrapassar os 40%", afirma Vinicius Regis, Head da área de Operations and Asset Management da Icaro Tech. "Financeiramente, o custo da plataforma se torna muito atraente, por conta do baixo valor de licenciamento, suporte e manutenção", completa o executivo, que é líder da equipe responsável pelo desenvolvimento da novidade.

Os resultados de alta eficiência e custos baixos apresentados pelo FlexForward são possíveis devido a utilização de uma metodologia de padronização de desenvolvimento.

## News @TI

### MCTIC e HUAWEI assinam acordo

@O Ministério da Ciência, Tecnologia (MCTIC) e a Huawei anunciam a assinatura de um Memorando de Entendimento que promove a colaboração estratégica em programas inovadores de pesquisa, cooperação técnica e desenvolvimento em áreas prioritárias dos serviços de telecomunicações e tecnologia da informação. A cooperação descrita no Memorando abrange estudos de viabilidade técnica e econômica para a expansão e melhoria da banda larga no território brasileiro por meio da tecnologia 5G e de redes de fibra óptica (all-fiber network, em inglês). A Huawei espera que o acordo promova resultados tangíveis na melhoria nos serviços de TICs, como triplicar o número de residências conectadas por fibra óptica e dobrar o número de sites de banda larga móvel no Brasil, iniciativas para elevar a contribuição do setor para mais de 10% do PIB (<https://www.huawei.com.br>).