



**XX Seminário Nacional de Distribuição de Energia Elétrica
SENDI 2012 - 22 a 26 de outubro
Rio de Janeiro - RJ - Brasil**

Julcelaine Chavasco Maurer
Aes Sul Distribuidora Gaúcha de Energia
julcelaine.maurer@aes.com

Conta por E-mail, redução de custos e sustentabilidade

Palavras-chave

Conta
Custo
E-mail
Redução
Sustentabilidade

Resumo

O desafio de desenvolver um projeto alinhado às novas tecnologias, com redução de custos operacionais e que estimulasse o público a se preocupar com ações sustentáveis em prol do meio ambiente, levaram a AES Sul a desenvolver a Conta por E-mail. A estimativa é atender 95 mil clientes mensalmente, representando um custo evitado de R\$ 618 mil ao ano, e benefício ambiental relacionado a redução do uso de recursos naturais (energia elétrica, papel e água) no serviço de impressão e redução da emissão de gases de efeito estufa oriundos da atividade entrega de contas.

O serviço, que pode ser cadastrado em nossos canais de relacionamento, possibilita o recebimento da conta de energia elétrica gratuitamente no endereço eletrônico informado pelo cliente. . O serviço está disponível para todos os clientes da AES Sul e representa uma opção prática para o cliente, de menores custos para empresa e sustentável para o meio ambiente.

Ações de divulgação já foram testadas e novas ações estão em desenvolvimento. O desafio para 2012 é elevar o número de clientes que recebem a Conta por E-mail, atingindo 95 mil clientes até o final do ano, o que representa 8% dos clientes da AES Sul.

1. Introdução

Com o avanço das novas tecnologias, a internet está amplamente disponível, seja utilizando um notebook, tablet ou smartphone, o indivíduo está conectado o tempo todo e em todo o lugar, o que cria uma expectativa positiva e promissora na expansão de serviços virtuais, como é o que se propõe a Conta por E-mail . Pela

ótica comercial e tecnológica, é uma ferramenta simples, prática e aderente as tendências eletrônicas atuais. Na realidade, a experiência pioneira no setor elétrico vivida pela AES Sul revela que a expansão deste serviço é complexa e requer investimentos com retorno a longo prazo, pois está intimamente ligada a mudança de hábitos e costumes dos clientes.

Inicialmente será apresentado o conceito do serviço de Conta por E-mail, acompanhado de um breve histórico do projeto Conta por E-mail. Após, serão abordadas as oportunidades em andamento, a funcionalidade do serviço e as ações desenvolvidas para a alavancar o negócio. Para finalizar o trabalho, serão mencionados os resultados obtidos até o momento, as principais dificuldades e os aprendizados construídos desde o início do projeto.

2. Desenvolvimento

2.1 Conceito

A Conta por E-mail é um serviço que possibilita o recebimento da conta de energia elétrica no endereço eletrônico fornecido pelo cliente e está disponível gratuitamente a todos os clientes da AES Sul nos canais de relacionamento.

No primeiro mês após a solicitação do serviço, o cliente recebe a conta de energia impressa e a conta enviada por e-mail. Nos meses seguintes, a conta passa a ser enviada somente através do e-mail.

Este serviço está em conformidade com o Art. 122, inciso III, da Resolução ANEEL Nº 414, de 09 de setembro de 2010:

“Art. 122. A entrega da fatura deverá ser efetuada prioritariamente no endereço da unidade consumidora, sendo admitidas as seguintes alternativas:

I - unidade consumidora localizada na área rural: a distribuidora pode disponibilizar a fatura em local diferente, sendo facultado ao consumidor indicar outro endereço atendido pelo serviço postal, sem a cobrança de despesas adicionais;

II - unidade consumidora localizada na área urbana: o consumidor pode solicitar a entrega da fatura em outro endereço, sendo permitida a cobrança de valor equivalente às despesas postais adicionais;

III – por meio eletrônico, quando solicitado pelo consumidor; e

IV – por outro meio ajustado entre consumidor e a distribuidora.

O cliente cadastrado neste serviço recebe orientações para manter atualizado o seu endereço eletrônico junto à AES Sul e esvaziar a caixa de entrada periodicamente, pois o cliente se torna co-responsável pelo recebimento correto e dentro do prazo de vencimento no e-mail indicado

A AES Sul utiliza o verso da conta como forma de comunicação com o cliente. Para que esta forma de comunicação contemple os clientes cadastrados na Conta por E-mail é inserido no corpo do e-mail de apresentação da conta, um *banner* contendo resumidamente a mesma informação do verso da conta impressa.

2.2 Histórico

Em 2007, a diretoria da AES Sul lançou um desafio para a área Comercial: desenvolver um serviço inédito no setor elétrico nacional, que oferecesse ao cliente a comodidade de receber a conta de energia por e-mail, facilitando assim o seu dia-a-dia, além de proporcionar o seu envolvimento em ações alternativas de

sustentabilidade. Para isso, realizou-se um cadastro piloto com cerca de 50 colaboradores da AES Sul, para que estes validassem o modelo da conta e sugerissem melhorias.

A análise do piloto foi satisfatória e em setembro de 2008 foi lançado o serviço Conta por E-mail para os clientes através de informativo no site www.aessul.com.br. A divulgação em grande escala ocorreu em março de 2009, por meio do verso da conta (Figura 1) e de *releases* na imprensa local.



Figura 1 – Verso da conta de março de 2009

Atualmente, os clientes podem aderir à Conta por E-mail através dos canais de relacionamento (tabela 1).

Site	www.aessul.com.br
------	--

Site dedicado aos grandes clientes	www.aessul.com.br/grandesclientes
Site dedicado ao poder público	www.aessul.com.br/poderpublico
Central de Atendimento	0800 707 7272
Lojas próprias	Lojas de Atendimento
Lojas parceiras	Conveniadas
E-mail	contaporemil@aes.com

Tabela 1 - Canais de adesão

2.3 Oportunidades

O serviço de Conta por E-mail proporciona oportunidades de atuação, pois além de ser um serviço alinhado com o avanço das novas tecnologias e hábitos da sociedade, beneficia o cliente no seu dia-a-dia, fornecendo a facilidade e praticidade de consultar e pagar a conta de energia em qualquer lugar e a qualquer hora através da internet.

Para a empresa é uma forma de melhor atender ao cliente, com rapidez e eficiência na entrega da conta, ao mesmo tempo em que possibilita a redução nos custos operacionais, devido à diminuição de formulário, envelope, serviço de impressão da conta e os custos de entrega da conta.

Alinhado com a plataforma de sustentabilidade da AES Sul, o meio ambiente também é beneficiado, pois com a Conta por E-mail há redução do uso de recursos naturais (energia elétrica, papel e água) no serviço de impressão e redução da emissão de gases de efeito estufa oriundos da atividade entrega de contas. A Conta por E-mail também proporciona ao cliente um sentimento de contribuição para a sustentabilidade do planeta. O momento atual é propício para a expansão deste serviço, pois muitas empresas estão investindo pesado na comunicação com o cliente para adotar o email como uma ferramenta segura, eficiente e necessária nos dias de hoje, que facilita a comunicação entre consumidor e empresa, além de contribuir para um meio ambiente seguro e sustentável.

Para que todos esses benefícios sejam valorados, é necessário que se consiga atingir um grande público, com adesão significativa dos clientes.

2.4 Funcionamento do Serviço

O cliente interessado no serviço de Conta por E-mail entra em contato com um de nossos canais de relacionamento. Para cada unidade consumidora, informa um endereço de e-mail para o recebimento da conta. Esse endereço é então cadastrado no sistema comercial, que no faturamento seguinte ao cadastro identifica essa nova condição de entrega e envia informações para o ambiente web, de onde os e-mails são

enviados automaticamente.

Nesse e-mail, ilustrado na Figura 2, constam o nome do cliente, o número da unidade consumidora, o mês de competência, o valor, a data de vencimento e um link, através do qual o cliente pode acessar a imagem da conta original em formato HTML disponível no servidor de internet da AES Sul como mostra a Figura 3. No corpo do e-mail Também podem ser incluídos *banners* com informações adicionais, como campanhas de divulgação, promoção e propaganda, similar ao que é impresso no verso da conta em papel. A inclusão e permanência desse *banner* é parametrizada e orientada de acordo com o que a empresa desejar.

A fim de oferecer ao cliente uma forma de averiguar os dados da sua conta eletrônica, após a opção pelo serviço, ele ainda recebe a conta impressa no primeiro faturamento. Essa condição de envio e a quantidade de contas paralelas também são parametrizadas pelo sistema.

Para controle e protocolo dos envios, o ambiente web armazena todos os e-mails enviados, bem como registra se o cliente leu a mensagem e/ou acessou o link da fatura. Não detectando esses registros, o sistema reenvia automaticamente o e-mail por até duas vezes mais.

Caso o cliente se manifeste alegando não ter recebido a conta, devido à caixa de entrada cheia, ou endereço incorreto, por exemplo, é possível fazer o reenvio do e-mail.

A qualquer momento, o cliente pode modificar seu endereço de e-mail para recebimento da conta ou mesmo cancelar o serviço.

fevereiro/2012

Prezado (a) MARILIA MOLINA ROSA,

Este e-mail é um resumo da sua conta de energia elétrica.
Confira os dados abaixo:

Código do cliente:	5173880
Mês:	fevereiro/2012
Valor:	R\$ 187,45
Vencimento:	05/03/2012

[Veja a conta completa](#)

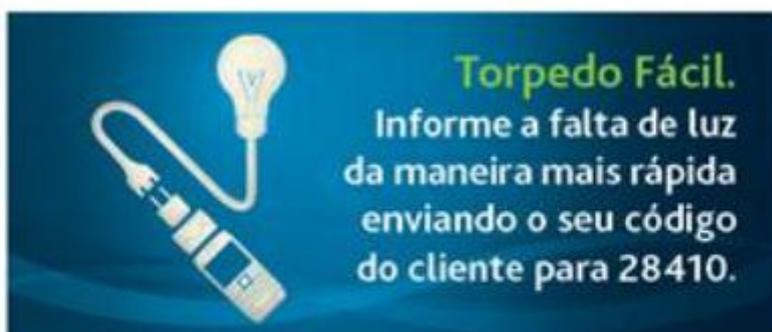


Figura 2 – E-mail recebido pelo cliente, com link para a conta



Figura 3 – Conta aberta antes da impressão

2.5 Divulgação da Conta por E-mail

As primeiras campanhas de divulgação da Conta por E-mail iniciaram em março de 2009, remetendo o cliente a fazer sua adesão através do site www.aessul.com.br. Foram utilizados o verso da conta impressa, *releases* na imprensa local (mídia impressa e web, de jornais parceiros) e um banner no próprio site da empresa, atalhando para o serviço.

Em abril deste mesmo ano foi lançado um *e-mail marketing*, para os clientes cadastrados no site da AES Sul. No entanto, o número de clientes cadastrados na web não foi expressivo.

Em janeiro de 2010 foi lançada outra aposta que tem contribuído para o aumento nos cadastros desde então: uma mensagem na URA - Unidade de Resposta Audível, da Central de Atendimento, que oferece o serviço quando há fila de espera.

Outra ação que deu grande resultado foi o treinamento dos atendentes da Central de Atendimento, ocorrido também em janeiro de 2010, no qual os atendentes foram orientados a oferecer a Conta por E-mail em situações específicas, como pedido de ligação, troca de titular, alteração do ponto de entrega e reclamação da qualidade na distribuição de faturas.

Com a resposta animadora dessa ação, a empresa para o ano de 2012 traçou um plano de ação a fim de alavancar as adesões dos clientes através das formas de abordagem com o cliente, identificando e criando campanhas específicas para cada público. Para iniciarmos este plano de ação, foi identificado que o funcionário da empresa, seja ele atendente ou não, tem que ter interesse e confiança no serviço que ele está oferecendo e que a meta de 95 mil clientes cadastrados na Conta por E-mail até o final do ano deve ser uma busca de todos os colaboradores da empresa.

Para isso, será realizado um workshop em Maio de 2012 que irá envolver pessoas estratégicas em cada processo, a fim de disseminarmos a cultura da Conta por E-mail, abordando o aspecto da sustentabilidade e meio ambiente e evolução da empresa no oferecimento de serviços que estejam de acordo com as novas tecnologias utilizadas e que proporcionam a satisfação do cliente. Ainda neste evento, serão formados pequenos grupos para proporem idéias a serem desenvolvidas pela empresa a fim de captar novos clientes para este serviço.

Após esse evento, será enviado um email pelo diretor geral da empresa para todos os funcionários, incentivando-os a compartilhar com os seus familiares e amigos este serviço, e será lançado o desafio para que o funcionário indique pessoas que tenham interesse no recebimento da Conta por E-mail.

Também será criado um plano de marketing com foco no desenvolvimento de uma identidade visual para Conta por E-mail. Esta identidade visual conterá frases de impacto, atraindo a atenção do público e que faça o cliente refletir sobre os seus hábitos e costumes, fazendo-o perceber que através da Conta por E-mail ele pode contribuir para proteção do meio ambiente através de um serviço sustentável. Para a divulgação deste plano de marketing, serão utilizados os envelopes das contas, o verso da conta, jornais, site da empresa, assinatura de e-mail, carta resposta de reclamação e solicitações dos clientes. O foco destas ações é desenvolver o hábito do colaborador da empresa divulgar o serviço e identificar potenciais clientes para adesão da Conta por E-mail. Já com relação ao cliente, o foco é fazer com que este se familiarize com a nossa campanha, lembrando que a Conta por E-mail é um serviço acessível a todos e que pode ser solicitada a qualquer momento.

Em paralelo, estará em andamento um plano de ação que tem como foco principal o oferecimento do serviço através do relacionamento com o cliente, seja pelos atendimentos realizados pela Central de Atendimento, Lojas de Atendimento ou Conveniadas, sendo traçada meta diária para os atendentes baseada na quantidade de atendimentos realizados por cada canal.

Ainda, estaremos oferecendo o serviço através de uma célula da Central de Atendimento ativo, no qual os atendentes estarão focados no oferecimento deste serviço para cada público específico. Para tanto serão desenvolvidas técnicas de abordagem e negociação que os atendentes devem empregar ao oferecer o serviço.

Nesta etapa que engloba os canais de atendimento, está previsto treinamentos específicos para cada canal, bem como acompanhamento diário das metas com divulgação para os supervisores e atendentes, tendo como objetivo é acompanhamento e a evolução das ações, bem como a verificação das ações mais eficientes.

Todas as ações mencionadas até o momento irão iniciar no mês de abril/2012, mas ao longo do ano essas ações serão revisitadas a fim de verificarmos a sua eficiência, podendo estar propondo novas ações que sejam melhores aceitas pelo público.

Na tabela 2 apresentamos a previsão de cadastros para ação no ano de 2012.

Ação	Público Alvo (n° pessoas)	Potencial (%)	Quantidade Potencial (n° contas)	Contribuição para Meta (%)
Campanha Funcionários	1.300	415,38%	5.400	6,23%
Veiculação na mídia e conta	1.200.000	0,15%	1.800	2,08%
Email Marketing para clientes com e-mail cadastrado	80.000	5,00%	4.000	4,61%
Resposta das reclamações	21.600	12,50%	2.700	3,11%
Oferecimento do serviço no Fale Conosco	12.600	3,57%	450	0,52%
Entrega de cartas para clientes da área Rural	14.000	10,00%	1.400	1,61%
Clientes do grupo A	6.000	4,00%	240	0,28%
Central de atendimento Ativo - 3 atendentes	200.000	10,85%	21.700	25,02%
Central de atendimento Receptivo	738.000	3,47%	25.600	29,51%
Central de atendimento Ativo com pagamento por performance	100.000	10,00%	10.000	11,53%
Lojas de Atendimento	315.000	2,78%	8.750	10,09%
Conveniados	81.000	4,57%	3.700	4,27%
Projeto Piloto com empresa especializada	10.000	10,00%	1.000	1,15%
Total			86.740	100%

Tabela 2 – Estimativa de cadastros por cada ação durante o ano de 2012

2.6 Resultados parciais e projeção

Cada conta que deixa de ser impressa e entregue na forma convencional representa uma redução de R\$ 0,55 nesses processos. Dados apurados até fevereiro de 2012 revelam 9.000 cadastros ativos, representando uma redução de 9 mil envelopes e formulários ao mês e 108 mil ao ano.

O investimento realizado até o momento foi prioritariamente em desenvolvimento dos sistemas que suportam o serviço.

Para o ano de 2012, com o início de campanhas mais ousadas que as desenvolvidas em anos anteriores, são projetadas uma média de 7.200 novos cadastros ao mês no primeiro semestre e 25.600 cadastros ao mês no segundo semestre. Essa projeção busca finalizar o ano com 95 mil clientes ativos na Conta por E-mail.

A redução de custos com impressão e entrega projetada para o ano de 2012 é de aproximadamente R\$ 260 mil.

A manutenção dos 95 mil cadastros, gera uma redução de custos de R\$ 51 mil ao mês, e R\$ 618 mil ao ano.

Para o meio ambiente a Conta por E-mail representa a redução de 930 kg/mês e 11 toneladas/ano de papel e envelope da conta que deixará de ser utilizado, além de evitar emissões atmosféricas com o transporte que envolve a entrega de contas.

2.7 Principais dificuldades e aprendizados

Não só na AES Sul, mas em todas as empresas do grupo AES, busca-se a excelência em tudo o que se faz. A expansão do serviço Conta por E-mail tem proporcionado grandes aprendizados no sentido de comunicação com o cliente, ou seja, quais campanhas são mais eficientes, qual a linguagem a ser adotada que desperte o interesse do cliente em conhecer o serviço e provocar a mudança do hábito da conta impressa, o que este cliente espera e entende do serviço e ainda, como mantê-lo cadastrado no serviço.

Existem várias formas de divulgar a Conta por E-mail, porém essa criatividade tem um custo. É importante estabelecer várias frentes de atuação, com diversidade de público e salientar as características de cada grupo. O difícil neste ponto é achar o equilíbrio entre a ação eficaz e o investimento despendido.

Uma das dificuldades encontradas na expansão deste serviço é ter na base de dados da empresa a atualização cadastral do cliente, com informações de email e celular para a expansão dessas novas tecnologias.

O sucesso deste projeto passa especialmente pela vontade e interesse do cliente. Neste ponto é que são enfrentadas as maiores dificuldades, pois ao oferecermos um serviço novo, com foco na sustentabilidade, preservação do meio ambiente e alinhamento com as novas tecnologias, o cliente muitas vezes quer receber uma contraprestação pela adesão, ou seja, ele quer ter uma vantagem financeira. É complexo para o cliente entender que essa possibilidade só pode se concretizar no futuro, no momento da apuração dos custos da revisão tarifária e não naquela fatura,

Um dos grandes aprendizados construídos nesse projeto é que se as pessoas pensarem só no que pode dificultar ou dar errado neste serviço, não se expande a Conta por E-mail. É preciso romper barreiras, vivenciar as novas tecnologias, visualizar e acreditar na meta proposta, e principalmente focar nas ações para o alcance do resultado esperado.

3. Conclusões

A Conta por E-mail é uma realidade que está em pleno funcionamento e disponível em todos os canais de relacionamento da AES Sul com o cliente.

A empresa busca a excelência na prestação dos serviços, por isso está atenta as novas tecnologias e melhorias a serem implantadas neste serviço, tanto do ponto de vista técnico como comercial, ambos percebidos pelo cliente. Seu reconhecimento é nossa maior missão, e a Conta por E-mail veio para ajudar nessa conquista.

Os esforços continuam nesse sentido em 2012. Toda a experiência construída na AES Sul pode e deve ser aproveitada por outras empresas que desejam oferecer o mesmo serviço, observadas as suas particularidades, de forma a otimizar o tempo e os recursos.

Os benefícios desse projeto para a AES Sul e para o meio ambiente serão maiores na medida em que mais clientes aderirem ao serviço Conta por E-mail.

Os desafios remanescentes garantem a continuidade do projeto de divulgação e o aperfeiçoamento do serviço, buscando sempre melhorar a satisfação do cliente e potencializar a redução de custos para a empresa.

4. Referências bibliográficas

AGÊNCIA NACIONAL DE ENERGIA ELÉTRICA (ANEEL). **Resolução Normativa nº414 de 9 de setembro de 2010 - Condições Gerais de Fornecimento de Energia Elétrica**. Brasília, DF. Setembro,

2010.
