



XVIII Seminário Nacional de Distribuição de Energia Elétrica

SENDI 2008 - 06 a 10 de outubro

Olinda - Pernambuco - Brasil

Novas Funcionalidades da Agência Virtual

Rosimeri Xavier de Oliveira	Jorge Menezes
Light S.E.S.A	Light S.E.S.A
rosimeri.beninca@light.com.br	jorge.menezes@light.com.br

Palavras-chave:

Agência Virtual
Atendimento on line
Light S.E.S.A
Rio de Janeiro

Resumo

A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios - PNAD, realizada pelo IBGE em 2006, apresenta aumento significativo de domicílios que possuem microcomputador. A pesquisa que abrange todo o território nacional certificou que o microcomputador foi o bem durável que mais teve crescimento em relação ao ano de 2001 (78 %).

Segundo a mesma pesquisa, a Região Sudeste obteve as mais elevadas proporções de moradias com microcomputador. Especificamente no estado do Rio de Janeiro, em 2006, 29,7% dos domicílios possuíam microcomputador, sendo 19% dos domicílios conectados à Internet.

A disseminação da internet no cotidiano da população brasileira proporciona oportunidades para as empresas relacionar-se com seus clientes através de um canal com custo inferior ao atendimento presencial.

Acompanhado a evolução do mercado, a Light no último ano intensificou os investimentos no canal virtual com o objetivo de alterar o mix de atendimento, direcionando o cliente para canais mais baratos. Como resultado dessa ação, a participação do atendimento virtual em 2007 aumentou em cerca de 100% em comparação ao ano anterior, totalizando 1,2 milhões de atendimento no ano, permitindo uma redução dos custos operacionais de R\$ 974 mil.

1. INTRODUÇÃO

A Light em sua constante evolução na melhoria do relacionamento com os seus clientes, busca oferecer atendimento de qualidade, confiabilidade e adequada à demanda do mercado. Para tanto, no ano de 2007, a Light decidiu investir estrategicamente no aprimoramento do atendimento virtual. O presente trabalho tem por objetivo apresentar o crescimento do atendimento virtual da Light e as ações implantadas para o atingimento da meta estabelecida, que abrange a flexibilização do acesso ao site, a implantação do *chat* (atendimento *on line*), a melhoria da navegação e o desenvolvimento de novos serviços, sendo alguns automatizados, melhorando a qualidade, produtividade e a sua confiabilidade. Tudo isso aliado ao plano de comunicação que envolveu todos os canais de atendimento da Light e mídia de massa, resultando no posicionamento da agência virtual em janeiro de 2008, como segundo maior canal de atendimento aos clientes, com crescimento de cerca de 100% do volume de atendimento. Devido aos bons resultados alcançados, a Light em 2008 pretende continuar investindo na agência virtual com novas funcionalidades, a fim de manter o círculo virtuoso de satisfação dos clientes com esse canal de atendimento.

2. DESENVOLVIMENTO

O atendimento virtual é o canal de menor custo para a Light. O custo unitário para esse atendimento corresponde a 18% do atendimento telefônico (Call Center) e 8% do custo com o atendimento nas Agências Comerciais.

Em 2007, a Light decidiu investir estrategicamente no aprimoramento do atendimento virtual. Para aumentar a participação desse canal no mix de atendimento, foi necessária a implementação de ações que abrangeram a facilidade de acesso pelos clientes e o desenvolvimento de funcionalidades, incluindo a implantação do Chat (atendimento *on line*), que tornaram o atendimento virtual mais atrativo para os clientes e com maior interatividade.

Como resultado dessas ações, associado ao plano de comunicação que incluiu a divulgação desse canal na conta de energia elétrica, nas agências comerciais e Call Center e matérias em jornais e rádios, o atendimento virtual aumentou cerca de 100% o volume de acesso em 2007, em comparação a 2006, totalizando 1,2 milhões de atendimento no ano. Esse volume de atendimento representou uma redução de custos operacionais de R\$ 974 mil. A tabela 1 apresenta o volume de acesso mensal.

Tabela 1 – Comparativo do Atendimento Virtual 2006/2007

Comparativo do Atendimento Virtual 2006 / 2007													
Total de acessos	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Total Ano
2006	55.230	16.186	54.445	53.137	53.578	45.769	51.201	56.046	54.137	65.901	67.899	57.483	631.012
2007	74.137	66.362	81.815	77.251	93.541	83.754	97.334	122.789	106.083	121.053	115.653	113.276	1.153.048
Chat (Clique-Light)					2.227	8.230	9.744	13.416	16.160	15.715	14.408	15.262	95.162
Total em 2007													1.248.210

No gráfico 1, a seguir, verifica-se a significativa evolução do atendimento virtual, que em janeiro de 2007 representava apenas 7% do total de atendimentos e ao final de 2007 alcançou 13% de todo atendimento da empresa. Além do significativo aumento no mix do atendimento varejo, o atendimento virtual superou o atendimento nas agências comerciais.

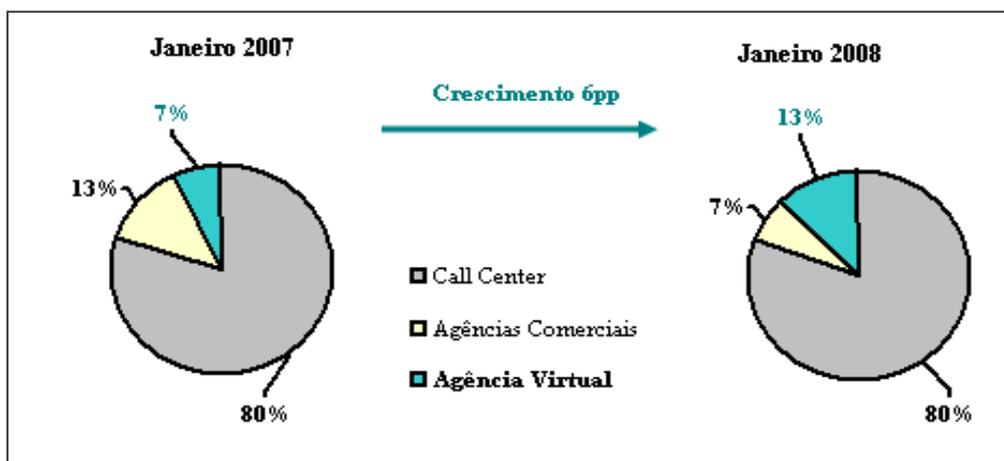


Gráfico 1 – Mix de atendimento aos clientes do Varejo

2.1. A facilidade do acesso ao atendimento virtual

Inicialmente, para acessar a agência virtual, o cliente tinha que necessariamente memorizar uma senha fornecida pela Light na conta de energia, com possibilidade de cadastramento de senha pessoal mediante o credenciamento através do site. Como o acesso dependia da primeira senha enviada pela Light e a maioria dos clientes não tinha a conta em mãos, e sem a senha enviada não conseguiam acessar a agência virtual, os clientes buscavam, então, o Call Center ou até mesmo as Agências Comerciais para ter sua solicitação atendida.

Decidiu-se pela flexibilização do acesso à agência virtual, o qual ocorre de duas maneiras: “login ágil” e “acesso sem login”. O *login* é o credenciamento através de senha para acesso à agência virtual:

- No “login ágil” não existe mais a necessidade de utilizar a senha enviada pela Light. No seu primeiro acesso, o cliente credencia-se no site através da criação de um usuário e de uma senha pessoal que ele próprio escolhe, associando a sua credencial às instalações desejadas. Assim, nos seus próximos acessos, basta identificar-se informando o usuário e senha, que já terá acesso direto às suas instalações, sem a necessidade de memorizar nenhum outro código;
- No “acesso sem login”, o cliente também pode solicitar todos os serviços disponíveis, mas para isso, tem que informar corretamente o CPF do responsável pela unidade consumidora e o código de cliente da instalação desejada. Considerando ainda que a utilização do código de cliente para a solicitação de serviços restringia o acesso, pois normalmente o cliente precisava memorizar esse código, ter uma conta de energia em mãos ou recorrer a um dos canais de atendimento da Light para obtê-lo, foi disponibilizado um novo serviço que fornece por e-mail o código ao cliente, bastando que ele informe o seu CPF/CNPJ.

2.2 A implantação do Chat (atendimento on line)

Em maio/07, a Light implantou o *Chat* “Clique Light” com o objetivo de esclarecer dúvidas dos clientes sobre o atendimento comercial, contribuindo para que o cliente conclua a solicitação do seu serviço pela Web. Em caso de atendimento emergencial (falta de energia elétrica, galho sobre a rede ou mesmo denúncia sobre furto de energia), que antes não poderia ser solicitado pela agência virtual, os atendentes do Chat geram o serviço pelo canal.

O Clique Light funciona de segunda-feira à sexta-feira de 8h às 20h.

Vantagens:

- Interatividade com os clientes;
- Aumento da satisfação dos clientes com o canal virtual, ao atender suas necessidades através de uma interação pessoal e em tempo real;
- Credibilidade: os clientes sentem-se bem mais seguros quando vêem que existe alguém por trás da "página estática" que eles estão visitando, pois percebem que podem falar com alguém da empresa no momento em que precisarem.

Clique Light em números:

Contatos Recebidos:

Maio de 2007 – 2.227 (1º mês de veiculação)

Dezembro de 2007 – 15.262

Total ano: 95.162

Desde seu lançamento, 8 meses antes, houve um crescimento de 585%

2.3. Funcionalidades da agência virtual

Principais serviços solicitados pelos clientes:

- Informações sobre débitos;
- Impressão de segunda via de conta;
- Histórico de consumo;
- Atualização de dados cadastrais;
- Autorização para Débito Automático;
- Religação;
- Encerramento de contrato;
- Alteração de data de vencimento;
- Entrega de conta em endereço especial;
- Ligação Nova;
- Abertura de contrato;
- Pagamento da conta de energia elétrica.

Em 2007 foram realizadas ações com foco na melhoria da navegação na agência virtual e na evolução das funcionalidades:

- Débito automático - convênio com novos bancos:
O cliente pode cadastrar automaticamente sua fatura em débito automático.
Novos bancos: Caixa Econômica Federal e Banco do Brasil.
Bancos já conveniados: ABN Amro Real, Bradesco, Itaú, HSBC e Unibanco.
- Convênio para “pagamento *site a site*” com bancos:
O pagamento *site a site* facilita (e agiliza) o pagamento da conta de energia, passando automaticamente para a página do banco informações sobre o código de barras da fatura a ser paga, sem a necessidade de sua digitação pelo cliente.
Novos bancos: Itaú e Banco do Brasil.
Banco já conveniado: Bradesco.
- Atualização Cadastral:
Para desenvolver ações de relacionamento com os clientes, ao acessar a agência virtual, o sistema automaticamente verifica se campos como CPF, telefone e e-mail estão preenchidos.

Caso esses campos estejam em branco ou com dados inconsistentes, o sistema envia mensagem para o cliente solicitando a atualização dos seus dados cadastrais.

Informações referentes ao telefone e e-mail são atualizadas automaticamente no sistema. Já para atualizar o CPF, o sistema envia a informação via e-mail para a equipe de *back office*, para sua validação junto à Receita Federal.

Devido ao resultado alcançado em 2007, a empresa entendeu que o atendimento virtual é bem aceito pelos clientes e manteve a meta de crescer ainda mais a participação desse atendimento. Para tanto, novas funcionalidades e mudanças tecnológicas foram realizadas na agência virtual, com previsão de lançamento ainda no primeiro semestre deste ano:

- Mudança da arquitetura e revisão da camada de apresentação:
Todas as funcionalidades da agência virtual foram convertidas para uma nova tecnologia mais estável, que tornou o sistema mais confiável, robusto e de fácil manutenção.
- Comprovante de pagamento da conta de energia:
Disponibilização de impressão de comprovante das 12 últimas contas pagas, com o mesmo *layout* da segunda via, mas sem o código de barras.
- Acompanhamento de serviços:
Ferramenta que possibilita o acompanhamento dos serviços na WEB pelo próprio cliente bastando que ele digite o número do protocolo de atendimento. O acompanhamento estará disponível para os serviços mais solicitados:
 - ligação nova com e sem estudo;
 - alteração de carga;
 - aferição de medidor;
 - reclamação.O andamento do serviço reflete automaticamente as mudanças de *status* ocorridas no *workflow* do processo, desde a abertura da solicitação até a sua finalização pelas equipes de *back office*.
- Religação por falta de pagamento:
Automatização do serviço que somente era atendido pelo *back office* da agência virtual para cliente cortado por falta de pagamento e sem débito em outras instalações. Esse novo serviço efetua a criação automática da solicitação de religação, bastando ao cliente digitar no próprio formulário da solicitação, informações sobre o pagamento do débito. O sistema irá criticar a informação digitada e vai emitir automaticamente a ordem de serviço de religação para a equipe de campo. Havendo inconsistência ou quando não for possível a validação da informação prestada pelo cliente, o sistema enviará a solicitação, via e-mail, para o *back office* da agência virtual.

Está prevista também a automatização do serviço de abertura de contrato, que hoje é atendido pela equipe de *back office* da agência virtual. Esse serviço será disponibilizado para cliente residencial, pessoa física, com instalações sem débito, sem irregularidades e com contrato encerrado. Como nova funcionalidade, será disponibilizado o processo de ligação nova totalmente interativo, com simulador de consumo e especificação do padrão de entrada, a fim de facilitar a construção do padrão pelo cliente, contribuindo para redução da reprovação do serviço quando da vistoria técnica realizada pela Light. Além disso, caso o solicitante já seja cliente da Light, dependendo da carga solicitada e das características técnicas da nova ligação, o pedido poderá ser atendido automaticamente pelo sistema,

que gerará de imediato a nota de vistoria para a equipe de serviços de campo, o que agiliza (e simplifica) em muito o atendimento da solicitação do cliente.

3. CONCLUSÕES

A agência virtual vivenciou, neste último ano, um processo significativo de mudanças impulsionado pelo processo de modernização, onde novas funcionalidades foram desenvolvidas, facilitando, agilizando e ajudando o cliente da Light na utilização desse canal.

Dentro do *site*, algumas alterações foram efetuadas para melhorar a navegação. Novos serviços foram automatizados, melhorando a qualidade, produtividade e a confiabilidade nesse canal, além da implantação do Clique Light, atendimento *on line* via *chat*, que contribuiu para queda na procura pelo cliente do Call Center e das Agências Comerciais. A proposta em 2007 era transformar o atendimento virtual no segundo canal mais utilizado pelos nossos clientes, uma vez ser este o canal de menor custo para a empresa, e a Light atingiu seu objetivo. Hoje, o canal virtual recebe vários elogios dos clientes pela sua praticidade e confiabilidade, e para 2008 a Light não está medindo esforços para que este segmento seja, no futuro, *benchmarking* de atendimento no setor elétrico.