



XVIII Seminário Nacional de Distribuição de Energia Elétrica

SENDI 2008 - 06 a 10 de outubro

Olinda - Pernambuco - Brasil

Divulgação do novo telefone da Central de Atendimento da Cemig:

Análise da divulgação da Campanha

Luiz Henrique Michalick
Cemig
michalik@cemig.com.br

PALAVRAS-CHAVE

Alteração de número da Central de Atendimento ao Cliente;

Campanha de Publicidade;

Canal de Relacionamento.

RESUMO

Em julho de 2007 a Cemig teve de fazer a migração do número da sua central de atendimento – 0800 310 196 – para um novo número – 116. O novo número valia para todas as localidades atendidas pela Cemig, o que representa aproximadamente 97% do território do Estado, ou seja, cerca de 17 milhões de pessoas.

O grande desafio era encontrar uma maneira de falar a um só tempo para um público muito heterogêneo e garantir a acessibilidade da mensagem a todos os públicos que a Cemig precisava atingir.

A partir de um planejamento de comunicação, que incluía uma campanha em rádio, jornal e TV e avisos na conta de energia, a Cemig conseguiu fazer esta migração sem impactar o atendimento ao consumidor e com um baixo custo. Com 15 dias de campanha, cerca de 95% das ligações para a Central de Atendimento da Cemig foram efetuadas diretamente para o novo número 116.

1. INTRODUÇÃO

A mudança do número da Central de Atendimento da Cemig – 0800 310 196 – migrou para o tridígito 116 em função de uma nova operadora – Embratel – ter vencido a licitação de call center da Cemig.

O tridígito 116 é um número que foi reservado pela Agência Nacional de Telecomunicações – Anatel para as distribuidoras de energia elétrica. Por ser um serviço novo em todo território nacional, esse número tinha de ser programado somente quando solicitado por alguma distribuidora a uma operadora de telefonia. Isso difere dos números 0800, onde cada operadora de telefonia tem sua faixa de numeração já definida. Um dos desafios da Cemig foi em relação aos consumidores de fronteira com outros estados. Eles corriam o risco de ligar para o 116 e não conseguir falar ou cair em uma concessionária de outro estado.

Para essa campanha, a Superintendência de Comunicação Empresarial da Cemig iniciou os trabalhos em parceria com outras áreas, como a Superintendência de Relacionamento Comercial. Nas reuniões, foram discutidos assuntos como os problemas que poderiam ocorrer com a migração para o 116 sem que todas as centrais de empresa de telefonia tivessem sido programadas em tempo hábil para o lançamento da campanha de divulgação. Além disso, as cidades de fronteira poderiam ficar sem comunicação, o que influenciaria, de forma negativa, na imagem da Cemig. Uma das alternativas levantadas foi a de fazer a migração em duas fases: migrar, primeiramente, para outro 0800 (0800 7210 116) e, num segundo momento, simplificar para o 116. Para isso, seriam necessárias duas estratégias de divulgação.

A migração direta para o 116 tinha como vantagem a rápida e fácil assimilação do número pelos clientes, além de um menor investimento da Empresa não só com o processo de migração mas também com objetividade da campanha de divulgação. A migração em duas fases também tinha suas vantagens visto que a operadora de telefonia disponibilizaria de imediato o 0800 e, com isso, teria mais tempo para garantir a programação das centrais de atendimento para o número 116. E, caso necessário, os dois números – 0800 e 116 – poderiam funcionar em paralelo.

Inicialmente, a recomendação da Superintendência de Relacionamento Comercial para a Superintendência de Comunicação era de que a migração fosse feita em duas etapas. Mas ao avaliar o impacto para os consumidores e para a imagem da Empresa chegou-se a conclusão de que o mais adequado era fazer a migração única para o 116.

Depois de definida a estratégia de migração, fez-se necessário pensar na estratégia de comunicação: a Cemig deveria encontrar uma maneira de falar, numa única linguagem e a um só tempo, com os seus mais de 6 milhões de consumidores, ou seja, cerca de 17 milhões de pessoas. Para divulgar o novo número de atendimento telefônico da Empresa foi criada a campanha publicitária *Fale com a Cemig - 116*, que começou a veicular no dia 25 de agosto de 2007.

2. DESENVOLVIMENTO

Para a divulgação do novo número *Fale com a Cemig – 116* foi criada uma campanha de linguagem simples e objetiva. A campanha (anexo 1) teve o foco na ótica do benefício para o consumidor: rápida assimilação dos clientes em função da facilidade do número. A via usada para isso foi o humor¹ e o conceito adotado para a campanha foi: **“Novo Número da Cemig. É novo, mas já está na sua memória”**.

A campanha foi simples, leve, objetiva e bem humorada e, por isso, conseguiu cumprir o objetivo de garantir a acessibilidade da mensagem a todos os públicos que a Cemig precisava atingir.

Por se tratar de uma prestação de serviços, a comunicação desta campanha foi dirigida aos consumidores da Empresa – residenciais, público, rurais, comerciais, industriais -, enfim, à população como um todo. Dos seus mais de 6 milhões de consumidores, 2,1 milhões são consumidores de baixa renda – pagam uma tarifa menor – e têm um grau de instrução menor. Esse também foi um desafio para a Empresa, visto que a campanha teria de responder ao objetivo de divulgar, junto a um público muito heterogêneo, o novo número da Cemig.

A marca do *Fale com a Cemig* foi adequada para a aplicação do novo número. E para dar destaque à mudança foi adotada uma marca provisória com a informação “novo número”.

A campanha, veiculada no período de 25 de agosto a 9 de setembro, abrangeu os seguintes meios de comunicação: TV, rádio, jornal, mídia extensiva, material de ponto de venda e internet. O comercial de 30 segundos foi veiculado nas emissoras: Globo, Alterosa, Band, Record, Rede TV e Rede Minas. O anúncio de jornal foi veiculado nos principais jornais da capital e do interior. A conta de energia e o site da Empresa também foram meios utilizados para a divulgação do novo número.

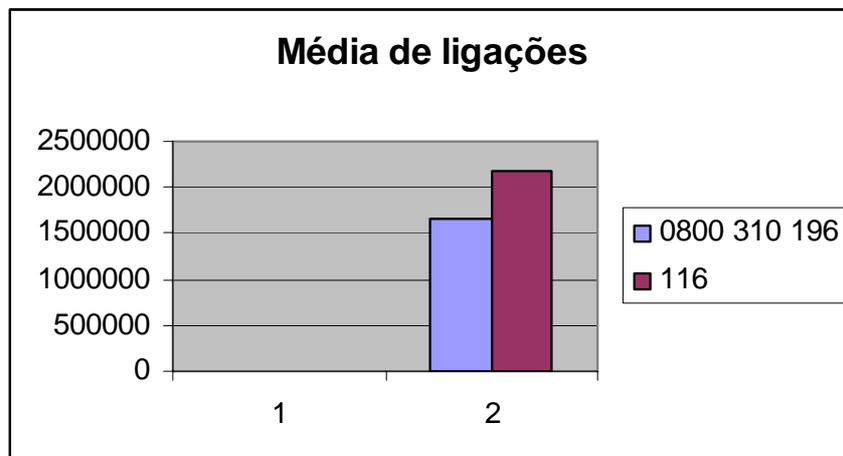
3. CONCLUSÃO

O resultado da comunicação superou todas as expectativas: após veiculação da campanha, 95% das ligações foram efetuadas diretamente para o novo número 116. O que comprova a eficácia da campanha, visto que todos os consumidores assimilaram o novo número da Cemig antes mesmo do previsto. A intenção era manter o antigo número (0800 310 196) por cerca de três meses, o que não foi necessário visto que com a campanha a migração para o 116 ocorreu em apenas um mês.

Com a migração percebeu-se, também, um aumento expressivo na quantidade de ligações. O número médio de ligações no antigo número – 0800 310 196 – era em torno de 1.670.000 chamadas/mês. Já com o novo número, a média passou para 2.180.000 chamadas/mês, verificando um aumento de 30% do número de ligações, conforme mostrado na Tabela 1.

1. Usar humor em campanhas publicitárias tem dado certo e garantido espaço na memória do telespectador. É o que mostra a Pesquisa DCI – Comércio, Indústria & Serviços de agosto de 2007, que ouviu 292 empresários e diretores de empresas e levantou as propagandas mais lembradas no mês.

TABELA 1



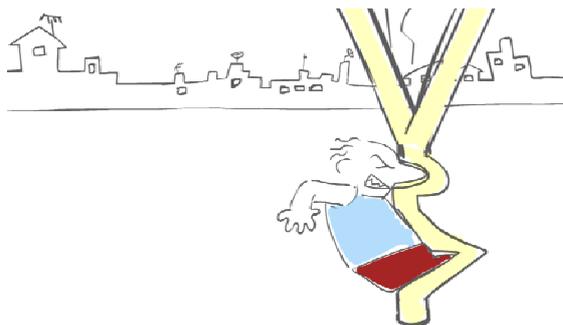
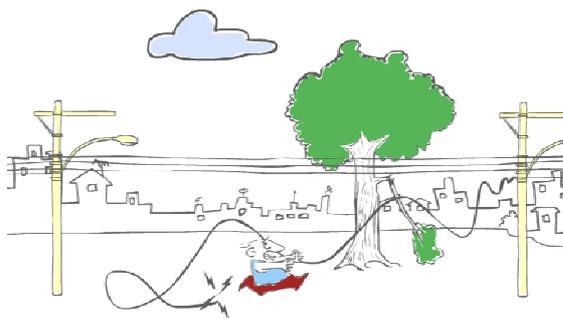
Além da eficácia da comunicação, o aumento de chamadas ocorreu, principalmente, devido ao fato da facilidade de memorização do novo número, visto que o 116 tem apenas três dígitos ao invés de dez do antigo número. O que fez com que o cliente também passasse a ligar mais vezes. Uma vantagem do número tridígito em relação ao 0800, além da facilidade de memorização, é a possibilidade da troca de operadora de telefonia sem a necessidade de trocar do número. Esse número é, portanto, definitivo.

E ainda, foi diagnosticado que o número de ligações de assuntos não pertinentes à Empresa que antes era de 2,17% das ligações aumentou para 4,17%.

4. ANEXOS

ANEXO 1 – IMAGENS DO VÍDEO DA CAMPANHA





Cemig, eleita a melhor concessionária de energia do Sudeste no Índice Anual de Satisfação do Consumidor.





ANEXO 2 – PEÇAS GRÁFICAS

The advertisement has a green background. A large yellow speech bubble in the center contains the number '116'. To its right, a red speech bubble says 'NOVO TELEFONE DA CEMIG'. Several smaller yellow speech bubbles list services: 'LIGAR NOVA', 'FIO PARTIDO', 'RESERVA DE REDE', 'MUDANÇA DE ENDEREÇO', 'DESVIO DE ENERGIA', and 'FALTA ENERGIA'. Below the main speech bubble, the text reads 'É NOVO, MAS JÁ ESTÁ NA SUA MEMÓRIA.' followed by a paragraph of details and a small note about availability.

NOVO TELEFONE DA CEMIG

116

É NOVO, MAS JÁ ESTÁ NA SUA MEMÓRIA.

Agora o número do Fale com a Cemig ficou ainda mais fácil: 116. Discando 116, você solicita mais de 50 serviços, sem sair de casa, com toda comodidade. A ligação é gratuita e você pode ligar a qualquer hora do dia ou da noite. Você liga, a Cemig resolve. É assim, buscando atender você cada dia melhor, que a Cemig foi eleita por seus consumidores a melhor concessionária de energia elétrica do Sudeste, no Índice Anual de Satisfação do Consumidor.

Se o novo número ainda não estiver disponível na sua cidade, ligue 0800 721 0116.

116
FALE COM A
CEMIG

CEMIG
A Melhor Energia do Brasil

GOVERNO
DE MINAS
Concedido em seu tempo

Anúncio em jornal

NOVO TELEFONE DA CEMIG

116

É NOVO, MAS JÁ ESTÁ NA SUA MEMÓRIA.

O número do Fale com a Cemig ficou ainda mais fácil. É só ligar 116, a qualquer hora do dia ou da noite, e solicitar os mais de 50 serviços com toda a comodidade. A ligação é gratuita. Você liga, a Cemig resolve.

Se o novo número ainda não estiver disponível na sua cidade, ligue 0800 721 0116.

116
FALE COM A CEMIG

CEMIG
50 ANOS
A Melhor Energia do Brasil

GOVERNO DE MINAS
Construído em 100% de aço

Cartaz

NOVO TELEFONE DA CEMIG

116

É NOVO, MAS JÁ ESTÁ NA SUA MEMÓRIA.

O número do Fale com a Cemig ficou ainda mais fácil. Ligue 116 e solicite os mais de 50 serviços. A ligação é gratuita.

116
FALE COM A CEMIG

Anúncio na Conta de Energia