



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

Fernando Aparecido Alves	Lara Cristina Silva Correia
ELEKTRO - Eletricidade e Serviços S.A	ELEKTRO - Eletricidade e Serviços S.A
fernando.alves@elektro.com.br	lara.silva@elektro.com.br

Giuliano Fabricio Lopes Domingues	marcos artur rolim braun
ELEKTRO - Eletricidade e Serviços S.A	ELEKTRO - Eletricidade e Serviços S.A
giuliano.domingues@elektro.com.br	marcos.braun@elektro.com.br

ELEKTRO MOBILE - CLIENTE E A NOSSA ENERGIA CONECTADOS

Palavras-chave

Conectividade móvel
Relacionamento com cliente
Satisfação de cliente

Resumo

Esse trabalho tem por objetivo principal descrever a implantação do projeto Elektro Mobile, uma plataforma móvel de serviços, onde o cliente pode acessar os serviços oferecidos pela Elektro diretamente do seu smartphone ou celular com acesso à internet.

Estudos realizados no Brasil e no mundo apontam para essa forte tendência de conectividade móvel nos próximos anos, principalmente com o aumento da capacidade e da capilaridade das redes 3G, acompanhada de perto da ampliação e popularização das ofertas de celulares, smartphones e tablets.

O projeto é recente para contemplar resultados expressivos, mas os números apresentados já são satisfatórios para o volume de divulgação realizado. Percebeu-se aqui que o cliente já procurava esse tipo de canal mesmo antes de sua existência. A média de 80 serviços gerados por dia é proporcional aos demais canais de autoatendimento eletrônico, superando o volume de atendimento via SMS, e chegando a mais de 50% do volume mensal dos atendimentos via chat ou por e-mail.

1. Introdução

Cada dia surge um consumidor mais exigente, consciente e com mais acesso as informações que antes eram restritas a poucos. Ao consumir, buscam-se percepções, experiências e diferentes expectativas para a tomada de decisões. Com isso, as empresas terão como principal desafio desenvolver produtos e soluções diferenciadas e que vão ao encontro das reais necessidades de seus clientes. Conhecer o cliente e suas expectativas torna-se a cada dia mais essencial.

De uma forma geral o usuário preza, cada vez mais por:

- Rapidez
- Interdependência
- Acessibilidade
- Produtividade
- Mobilidade

Aliada a essas expectativas, diversos estudos mostram que as formas de conectividade móvel estão se tornando uma necessidade e alerta para a importância de nos prepararmos para esta nova tendência de interação e consumo através das redes móveis.

2. Desenvolvimento

> DADOS MUNDIAIS

Segundo estimativas da União Internacional de Telecomunicações, a banda larga fixa no mundo cresceu 12,1%, enquanto que a móvel, cresceu 26,2% em 2011. Quando pensamos em um período de 6 anos, a partir de 2005, vemos que o crescimento médio anual da banda larga fixa foi de 18,3% e o da móvel de 59,2%. Tais dados mostram claramente que a banda larga móvel tem crescido a taxas bem maiores e que a tendência de migração dos consumidores para este tipo de acesso à internet já é uma realidade.

Essas informações podem ser observadas no gráfico abaixo (Figura 1):



Figura 1 – Acessos da Banda Larga no Mundo

Em 2014, a expectativa é que o número de usuários de dispositivos móveis irá ultrapassar o número de

usuários de desktops no mundo, confirmando a tendência de migração para esta nova forma de acesso, conforme se pode notar abaixo (Figura 2):

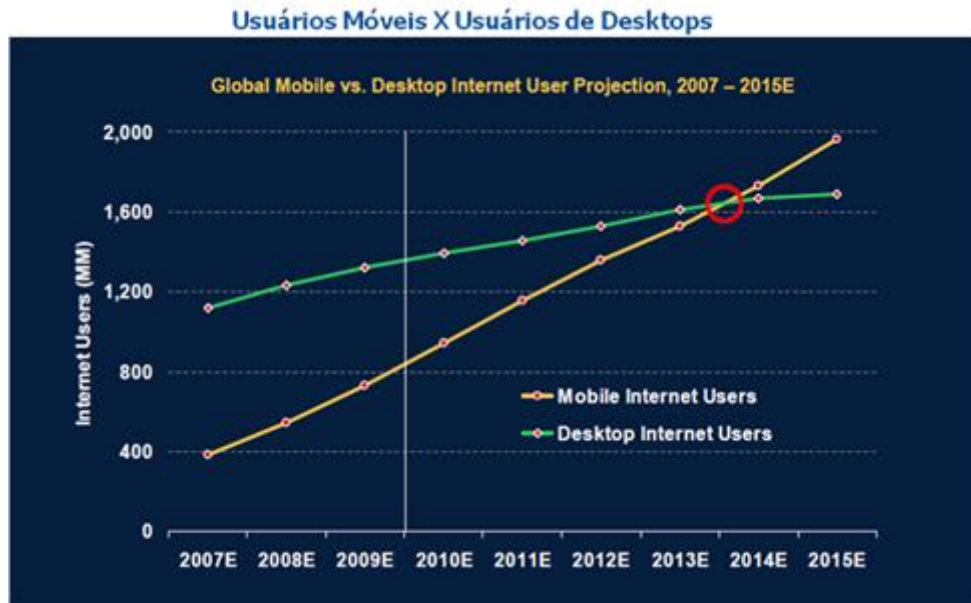


Figura 2 – Usuários Móveis X Usuários de Desktops

> DADOS DO BRASIL

Segundo dados da Anatel (Agência Nacional de Telecomunicações) e da consultoria Teleco, ao final de 2011, a banda larga móvel cresceu 99,3% no Brasil e esse crescimento foi sustentado principalmente pelo aumento do número de celulares 3G no país. Segundo dados da Anatel, o Brasil terminou Jan/12 com 50,5 milhões de celulares 3G no País. O gráfico abaixo ilustra a taxa de crescimento do acesso à banda larga móvel no Brasil (Figura 3):

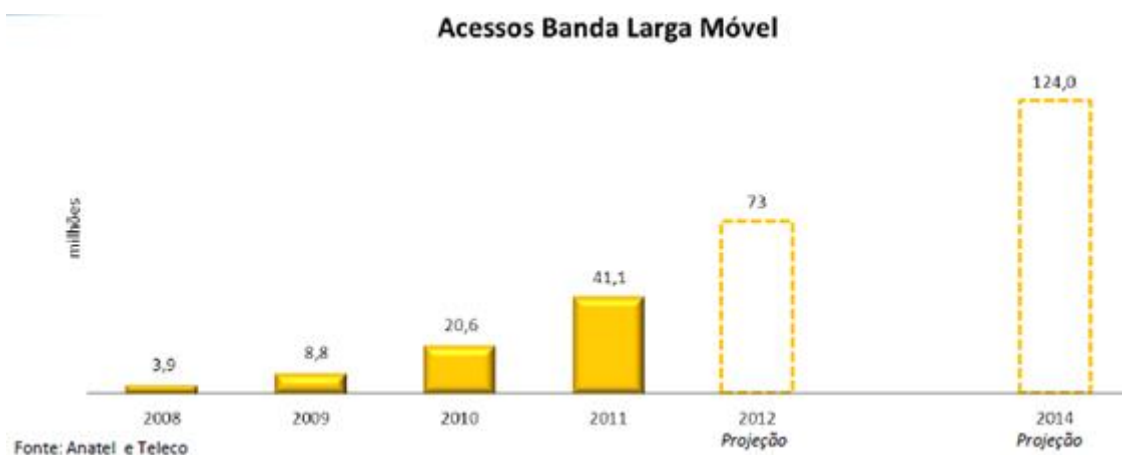


Figura 3 – Acessos Banda Larga Móvel

Segundo estimativas dos principais analistas do setor de telecomunicações, serão **192 milhões** de smartphones em 2015 [4 em cada 10 (37,5%)] dos 268 milhões de celulares em atividade no Brasil.

PROJETO ELEKTRO MOBILE

> ANÁLISE SWOT

A análise SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*), que visa identificar os pontos fortes e fracos (interno) bem como as oportunidades e ameaças (externo), pode ser observada abaixo (Figura 4):



Figura 4 – Análise SWOT

Considerando este cenário diferenciado e visando levar aos nossos clientes facilidade e rapidez no atendimento às suas necessidades, a Elektro desenvolveu uma plataforma móvel de serviços, onde nossos clientes poderão acessar os principais serviços oferecidos pela Elektro diretamente do seu smartphone ou celular com acesso à internet.

As principais motivações para o desenvolvimento dessa plataforma de serviços foram:

- Priorização dos canais mais eficientes (menor custo e autoatendimento).
- Satisfação dos clientes (rapidez no atendimento e solução de suas necessidades).
- Ampliação da acessibilidade.
- Expressivo crescimento no uso de dispositivos móveis (celular, smartphones, tablets, etc.).
- Acompanhamento da evolução tecnológica e tendência do uso de soluções com conectividade móvel.

> PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS

Visando gerar maior usabilidade e assim garantir aderência à ferramenta, pois é possível atender de forma prática, rápida e eficiente às necessidades de nossos clientes, as principais características do projeto na Elektro foram:

- Simplicidade da interface.
- Facilidade de interação do cliente com os serviços da distribuidora.
- Inovação tecnológica e plataforma autoconfigurável aos smartphones e celulares com acesso à internet mais populares presentes no mercado.
- Atendimento *just for click* (acesso a serviços com um click).

Dessa forma, disponibilizamos inicialmente cinco serviços de maior procura a essa plataforma móvel:



Consultar débitos

Consulta a existência de contas em aberto

2ª via da conta de luz (código de barras)

Exibe os dados da conta em aberto selecionada e o número do código de barras para pagamento.

Falta de energia

Permite informar a distribuidora da falta energia em sua localidade.

Histórico do consumo de energia

Consulta o histórico em kWh da energia consumida nos últimos 12 meses.

Religação de energia

Permite solicitar a religação da energia após o pagamento do débito.

Abaixo alguns exemplos de telas de serviços executados na plataforma Elektro Mobile:





Com essa iniciativa a Elektro espera:

- Manter a estratégia de direcionamento dos serviços de alta demanda e baixa complexidade para os canais de menor custo.
- Garantir a sustentabilidade do canal WEB, dado a modificação de comportamento da sociedade quanto ao uso da internet, devido à massificação do uso do celular.
- Garantir a satisfação dos clientes proporcionando a implantação de novos canais, novas tecnologias e formas mais competitivas de atendimento, mantendo o pioneirismo como empresa inovadora e em linha com as mais novas tendências tecnológicas de atendimento.

> PLANO DE COMUNICAÇÃO

A seguir apresentamos algumas peças do plano de comunicação utilizadas para divulgar o projeto aos clientes:

Banner na testeira do portal Terra Tecnologia



> RESULTADOS

A plataforma de acesso móvel Elektro Mobile foi oficialmente lançada ao público no dia 29/03/2012, mas o sistema de autodirecionamento do portal WEB tradicional para o portal móvel já estava disponível desde 14/03/2012.

Nesses 15 dias antes da divulgação oficial e externa, descobrimos que muitos de nossos clientes já acessavam o site da Elektro através de seus smartphones ou celulares com acesso a internet. Tamanha foi a surpresa ao identificarmos um volume de 1.067 serviços gerados nesse período (Figura 5), o que é um indicador positivo de migração natural para esse canal.

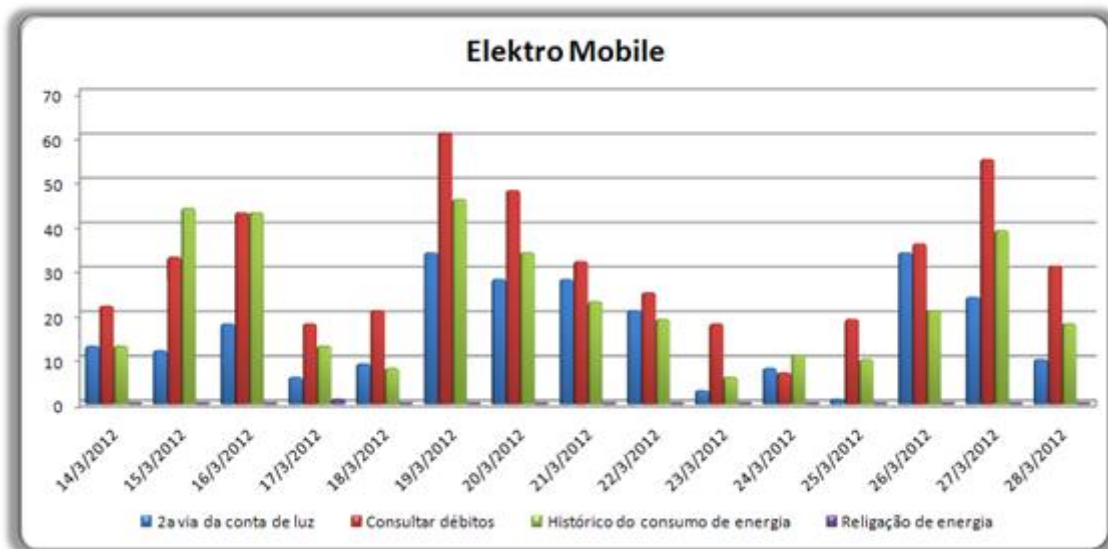


Figura 5 – Serviços gerados antes da divulgação do novo portal móvel

Na divulgação oficial foram enviados 130 mil e-mails marketing para os clientes cadastrados na base da Elektro, além de outras ações publicitárias como folders, realeses para imprensa, mensagem na conta de energia, banner no site da empresa, endomarketing e mídia externa como no Portal Terra Tecnologia, promovendo um aumento considerável nos acessos naquele dia (Figura 6).

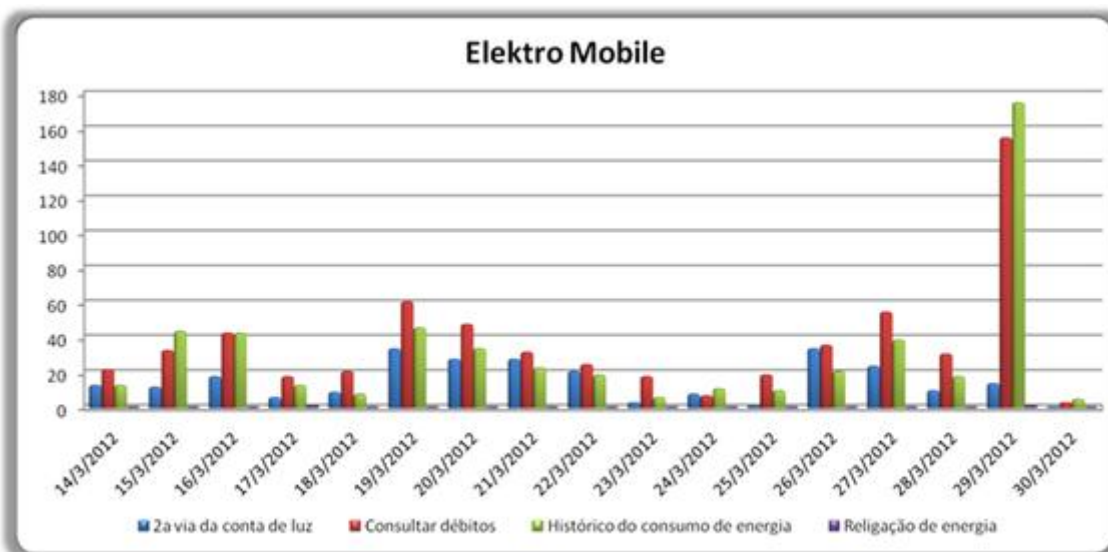


Figura 6 – Aumento expressivo nos acessos na data da divulgação

Diariamente cerca de 80 clientes optam pelo acesso à agência móvel para gerarem serviços e consultas (Figura 7), indicando cada vez mais a migração, ainda lenta, mas constante, dos demais canais de atendimento para o autoatendimento eletrônico, onde é explicitada a satisfação dos clientes através do conceitos como facilidade, comodidade e mobilidade.

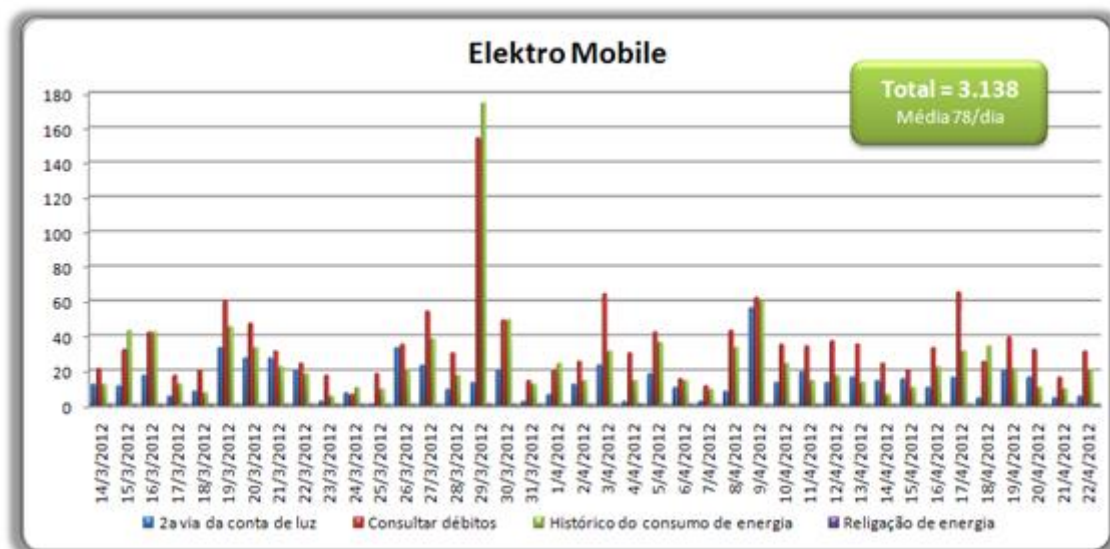


Figura 7 – Evolução diária dos atendimentos

3. Conclusões

O projeto Elektro Mobile mantém a estratégia da empresa em direcionar os serviços de alta demanda e baixa complexidade para os canais mais adaptáveis e de menor custo. Isso traz ganhos de satisfação e agilidade aos clientes, entregando um ambiente automatizado e altamente adaptável disponível a todos que possuem acesso a internet pelo seu dispositivo móvel.

O ganho acionário vem com a automatização de diversos serviços e a redução de custos diretos com as áreas de atendimento que possuem alguma interface humana, além de garantir a sustentabilidade do canal WEB dado a modificação de comportamento da sociedade devido à massificação do uso do celular.

A procura por esse canal móvel já estava implícita nos indicadores dos canais WEB, já que os clientes acessavam nossa agência virtual através de seus smartphones e celulares. Com a disponibilização de um ambiente próprio e desenhado para esse fim, espera-se atender essa demanda reprimida e possibilitar a expansão futura de outros serviços adotando a mesma tecnologia.

Sistema leve, prático e com grande interação do usuário. Sua interface simples e direta proporciona confiança e segurança nas informações e serviços prestados, além de garantir a usabilidade por qualquer tipo de usuário.

Através da busca constante por soluções inovadoras e que atendam os anseios dos usuários e dos acionistas, a Elektro investiu em tecnologia e levou aos seus clientes mais um canal de autoatendimento, reforçando a sua fama de empresa inovadora e preocupada com a opinião do cliente.

4. Referências bibliográficas

Morgan Stanley, Internet Trends, Abr2010

Cisco Visual Networking Index: Global Mobile Data Traffic Forecast Update, 2010–2015, Fev2011

www.teleco.com.br