



APCC - Associação Portuguesa de
Contact Center

MON, 09 OCT 2023

Table of Contents

HEADLINE	OUTLET	PUBLISHED AT
RHmais abre X.perience Center em Lisboa	Human	Wed, 27 Sep 2023
RHmais abre X.perience Center em Lisboa e contrata novos colaboradores	HR Portugal	Wed, 27 Sep 2023
Vantagens de contratar energias renováveis com a Goldenergy	Gazeta Rural	Tue, 26 Sep 2023
2023-9-26 NEGÓCIOS	IT Channel	Tue, 26 Sep 2023
Contact center: O que os clientes querem das experiências de conversação?	Distribuição Hoje	Mon, 25 Sep 2023
Contact center: O que os clientes querem das experiências...	Distribuição Hoje	Mon, 25 Sep 2023
'Contact Center' do Governo Regional alargado a mais organismos	DN Madeira	Fri, 22 Sep 2023
Knower celebra três anos de atividade	Líder Magazine	Wed, 20 Sep 2023
Mais e melhor salão	Revista Pós-Venda	Mon, 18 Sep 2023
Knower celebrou três anos de atividade	Human	Fri, 15 Sep 2023
Solução baseada em Azure OpenAI da Microsoft ajuda a levar inovação ao contact center da EDP	IT Channel (PT)	Thu, 14 Sep 2023
Redes e colaboração transformam nova era empresarial	IT Channel (PT)	Thu, 14 Sep 2023
Grupo Wellow™ - Revista FRONTLINE	Frontline Lifestyle & Business Online	Thu, 14 Sep 2023
«Semana Internacional dos Contact Centers»	Human	Thu, 14 Sep 2023
"Telemarketers": como os vídeos gravados há 20 anos num call center foram fundamentais para construir um grande documentário	Expresso Online	Wed, 13 Sep 2023
Semana Internacional dos Contact Centers já começou - Revista Pontos de Vista	Pontos De Vista	Wed, 13 Sep 2023
O Contact Center da Goldenergy é top: somos finalistas no ECCCS Awards	O Almeirinese	Tue, 12 Sep 2023

Altice poderá estar a estudar venda de parte do negócio em Portugal e França	Público	Fri, 08 Sep 2023
Linha de prevenção do suicídio disponibiliza atendimento contínuo no fim de semana	Saúde Online	Thu, 07 Sep 2023
Altice poderá estar a estudar venda de parte do negócio em Portugal e França	Público Online	Thu, 07 Sep 2023
Goldenergy: opiniões dos clientes sobre as tarifas e serviços	CentroTV	Tue, 05 Sep 2023
Teleperformance quer elevar setor turístico através da inovação	Dinheiro Vivo	Sun, 03 Sep 2023

KPI Summary



22

Articles



287.89k

Impressions

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

HUMAN 

Wed, 27 Sep 2023

RHmais abre X.perience Center em Lisboa

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 39	IMPRESSIONS	125
MUV	5,000				
TAGS	Contact Centers				

A RHmais acaba de abrir um novo contact center em Lisboa, que designa RHmais X.perience Center. O mais recente espaço dedicado ao trabalho colaborativo, com capacidade para 155 postos de atendimento, expansíveis, e 50 lugares em salas de formação e de reunião, encontra-se implantado em 740 metros quadrados.

Representando um desenvolvimento importante na área de business services da RHmais, por permitir um incremento nos serviços prestados aos seus clientes de telecomunicações, transportes, distribuição e sector institucional, o novo centro de serviços contou com um investimento que ascendeu a 600 mil euros. No imediato, o espaço já está a ser utilizado por 170 pessoas, tendo-se contratado novos colaboradores e transferido atuais de outros contact centers da empresa.

O RHmais X.perience Center está localizado na Praça de Alvalade, em Lisboa, no mesmo edifício onde se situa a sede da empresa. Nesta zona da cidade, bem servida de transportes e com uma ampla oferta de serviços de restauração e comércio, as novas instalações aliam qualidade e funcionalidade às boas condições de trabalho. Projetado para promover a criatividade e a produtividade, oferece uma atmosfera inspiradora e moderna, com diversos ambientes que visam atender as necessidades dos colaboradores e clientes. ✨

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

HR PORTUGAL 

Wed, 27 Sep 2023

RHmais abre X.perience Center em Lisboa e contrata novos colaboradores

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 1,186	IMPRESSIONS	3,771
MUV	150,840				
TAGS	Contact Centers				

A RHmais abriu um novo Contact Center em Lisboa, que designa de “RHmais X.perience Center”. No imediato, este espaço já está a ser utilizado por 170 pessoas, tendo-se contratado novos colaboradores e transferido actuais de outros contact centers da empresa.

O mais recente espaço dedicado ao trabalho colaborativo, com capacidade para 155 postos de atendimento, expansíveis e 50 lugares em salas de formação e de reunião, encontra-se implantado em 740 m2.

Representando um desenvolvimento na área de Business Services da RHmais, por permitir um incremento nos serviços prestados aos seus clientes de telecomunicações, transportes, distribuição e sector institucional, o novo centro de serviços contou com um investimento que ascendeu a 600 mil euros.

O RHmais X.perience Center está localizado na Praça de Alvalade, em Lisboa, no mesmo edifício onde se situa a sede da empresa. ✿

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

GAZETA RURAL 

Tue, 26 Sep 2023

Vantagens de contratar energias renováveis com a Goldenergy

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 39	IMPRESSIONS	125
MUV	5,000				
TAGS	APCC Contact Centers				

Quais serão as vantagens de contratar a Goldenergy na sua casa ou empresa?

Esta empresa dedicada à comercialização de eletricidade 100% verde tem ganhado cada vez mais espaço e, atualmente, fornece eletricidade para mais de 500 mil lares portugueses.

Mas será a origem da eletricidade a única vantagem de contratar a Goldenergy? Sem dúvidas, há muitos mais benefícios.

Tampouco será apenas porque a Goldenergy foi uma das poucas comercializadoras a não aumentar o preço do seu kWh desde 2022.

Explicamos todos os motivos pelos quais é vantajoso contratar as energias renováveis da Goldenergy .

Eletricidade 100% verde da Goldenergy

A primeira vantagem de contratar a Goldenergy é, sem dúvida, contar com o fornecimento de energias renováveis para a sua casa.

A Goldenergy coloca à disposição dos clientes uma oferta de eletricidade com origem 100% renovável. Isto é, energia eólica, energia hidroelétrica, energia solar e muito mais.

Nesse sentido, os clientes que se preocupam com a sustentabilidade contribuem para um

mundo mais verde e limpo apenas com a escolha da eletricidade para a sua casa ou empresa.

Isto é, sem dúvida, uma grande mais-valia para um quotidiano mais sustentável. É claro que é sempre possível adicionar novos hábitos mais sustentáveis e amigos do ambiente.

Por isso mesmo, os portugueses que decidem investir no autoconsumo procuram cada vez mais os painéis solares da Goldenergy.

Painéis solares Goldenergy

Lançados ainda em 2021, os painéis solares da Goldenergy são uma das grandes vantagens de contratar esta comercializadora.

Isto porque os painéis solares podem representar poupanças energéticas na ordem dos 40% e duram mais de 20 anos, quando recebem as devidas manutenções periódicas.

Além disso, os clientes da Goldenergy que adquirem painéis solares têm a certeza de que vão consumir apenas eletricidade 100% verde todas as vezes que precisarem da complementação energética da rede elétrica.

Apresentamos outras vantagens dos painéis solares Goldenergy :

Com tantas vantagens, aderir aos painéis solares da Goldenergy torna-se uma escolha tão fácil como positiva.

E para quem procura mais motivos para contratar os serviços desta comercializadora, explicamos como o atendimento ao cliente da Goldenergy facilita a vida dos consumidores.

Atendimento ao cliente da Goldenergy

Ao contratarem as energias renováveis da Goldenergy os clientes beneficiam-se de uma grande vantagem: a qualidade do atendimento ao cliente desta comercializadora.

De facto, este setor da empresa já foi premiado várias vezes. Destacamos que em 2022 a Goldenergy conquistou os Troféus Call Center nas categorias Atendimento nas Redes Sociais e Atendimento em Língua Estrangeira.

No mesmo ano, a colaboradora Inês Monteiro foi eleita pelo prémio da APCC – Associação Portuguesa de Contact Centers a “Melhor Agente de Call Center”. Já contact center da

Goldenergy ficou em 3º lugar entre os de gestão própria das empresas portuguesas.

O atendimento ao cliente da Goldenergy é tão qualificado que a interação entre colaborador e cliente se tornou pauta de uma das suas mais divertidas campanhas de sempre.

A campanha “ Como é que diz Goldenergy ”, disponível no canal do YouTube da comercializadora, ilustra como nenhuma outra a boa disposição da equipa de atendimento ao cliente da Goldenergy. Vale a pena ver e rir!

E se quer descobrir o que dizem os consumidores sobre o seu atendimento ao cliente, partilhamos algumas opiniões sobre a Goldenergy a seguir:

Agora que já conhece algumas opiniões sobre a Goldenergy e descobriu as principais vantagens de contratar esta comercializadora, não espere mais.

Adira ainda hoje às boas energias da Goldenergy. Ligue para o 808 205 005 ou deixe o seu contacto em goldenergy.pt e a Goldenergy liga-lhe .

Porque o futuro se constrói com as escolhas de hoje! ✨

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

IT CHANNEL 

Tue, 26 Sep 2023

2023-9-26 NEGÓCIOS

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 39	IMPRESSIONS	125
MUV	5,000				
TAGS	Contact Centers				

A EDP procurava uma forma de lidar com as interações dos seus clientes, garantindo uma melhoria ao nível da operação e da experiência do cliente.

A Microsoft Portugal e a Singularity Digital Enterprise desenvolveram assim, e em conjunto, uma solução baseada em Azure OpenAI para o trabalho no contact center da elétrica, possibilitando uma conversação imediata de voz para texto e uma análise automática de sentimento e qualidade da conversação.

A EDP encontra-se a trabalhar em Parceria com a Singularity Digital Enterprise num protótipo de forma a compreender como é que pode tirar partido dos áudios para transcrever conversas, resumir informações e fazer análises de qualidade de chamada e satisfação. Outro dos objetivos passa por recorrer à inteligência artificial para aumentar a capacidade dos operadores do contact center.

Uma solução, várias vantagens

A solução, apresentada durante este ano num evento da Microsoft Portugal, oferece vantagens ao nível da identificação dos clientes e da possibilidade da interligação da própria solução com o CRM da empresa. Oferece ainda a disponibilização imediata de informações adicionais sobre o cliente e relatórios automáticos para a recolha de determinada informação, nomeadamente produtos e serviços mencionados durante a conversação, categorização, sumarização e qualidade da conversa.

Manuel Dias, Diretor Nacional de Tecnologia da Microsoft Portugal, defende que “é muito entusiasmante ver tantos e tão diferenciadores casos de uso, em Portugal, desta tecnologia,

tanto no setor público como no setor privado. Esta nova vaga de tecnologia permite acelerar processos, aumentar a produtividade e otimizar o serviço ao cliente e este projeto deixou claro a aplicabilidade destas soluções”.

Com a disponibilização, de forma generalizada, do serviço Azure OpenAI, Manuel Dias acredita que mais empresas “podem seguir as pegadas da EDP e usar os modelos de IA mais avançados do mundo para criar aplicações de ponta e transformar os seus negócios”.

Na perspetiva de Pedro André Martins, CEO da Singularity Digital Enterprise, a organização “continua comprometida em fornecer soluções de inteligência artificial de alta qualidade para os seus clientes”. A solução, baseada em Azure Open AI e desenvolvida em Parceria com a EDP e que utiliza o poder da inteligência artificial para melhorar a experiência do cliente, culmina num contato com o cliente mais eficiente e personalizado, “permitindo aos operadores ter acesso imediato às informações relevantes”, remata o CEO, que destaca o trabalho em conjunto com a elétrica portuguesa para “criar soluções tecnológicas avançadas que transformem a forma como a empresa interage com os seus clientes”. ✱

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

DISTRIBUIÇÃO HOJE 

Mon, 25 Sep 2023

Contact center: O que os clientes querem das experiências de conversação?

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 168	IMPRESSIONS	535
MUV	21,400				
TAGS	Contact Centers				

As empresas ainda não estão 100% alinhadas com as atuais expectativas de conversação dos consumidores, mas aos poucos vão ganhando consciência e tomando medidas para as suas exigências. O relatório CX Trends 2023 da Zendesk aponta o caminho para uma nova era de experiências no atendimento ao cliente, mais fluídas e naturais e menos transacionais.

Quando os clientes dizem que querem experiências de conversação referem-se a interações fluídas e contínuas e estas podem assumir diversas características. Por exemplo, na capacidade de transferir uma conversa para um novo canal ou operador, sem que a informação seja perdida ou que a tenham de repetir.

No contacto inicial, o cliente demonstra dar menos relevância à origem da interação, seja através de bots com inteligência artificial ou através de um contacto humano real, aquilo que mais valorizam na conversa é que esta pareça natural, amigável e personalizada.

> 70% dos consumidores compra mais com empresas que oferecem experiências de conversação integradas

A personalização assume um papel importante e, neste caso, passa pelo conhecimento do histórico do cliente com a empresa em questão. “À medida que as conversas se desenvolvem, os consumidores esperam que qualquer pessoa com quem interajam na empresa tenha um contexto completo de seu histórico de compras, assim como de interações anteriores”, pode ler-se no relatório. Este processo irá facilitar nos casos em que a interação com o cliente é interrompida, sem se perder a informação já discutida no primeiro

contacto.

Além disso, o consumidor procura uma certa praticidade quando reporta o seu problema, independentemente do canal onde este surja. Por exemplo, se a questão a resolver estiver relacionada com uma compra online, os consumidores querem que a assistência ocorra na página de e-commerce da empresa – ou seja, esperam que os comerciantes resolvam os problemas onde eles estão. Paralelamente, começa-se também a denotar uma menor separação entre as suas experiências físicas e digitais, exigindo às empresas, que operam em ambos os canais, uma maior articulação entre eles, mantendo os seus colaboradores conectados com estas duas realidades.

Atendimento ao cliente com foco na interação conversacional e menos na transacional

De acordo com a investigação da Zendesk, apenas 42% das empresas disponibilizam dois ou mais canais de suporte. Enquanto isso, 60% dos consumidores relatam interagir com colaboradores que têm pouco ou nenhum contexto da sua situação, obrigando-os a terem de se repetir, o que acaba por levar à insatisfação.

Outro dado relevante do estudo indica que 70% dos consumidores compra mais com empresas que oferecem experiências de conversação integradas e 64% gastam mais quando os problemas são resolvidos onde eles já estão.

Embora estes números deem indícios de que as empresas ainda não estão totalmente alinhadas com as atuais expectativas de conversação dos consumidores, já se vão notando algumas mudanças nas estratégias dos seus decisores. “Os decisores reconhecem a necessidade de iniciarem o árduo processo de redesenhar a jornada do cliente para que os seus negócios possam ir ao encontro de uma customer experience imersiva.” O relatório revela que 71% dos decisores se comprometem com essa reinvenção do atendimento ao cliente e 75% refere que o objetivo é deixar este atendimento mais conversacional e menos transacional.

> 64% dos clientes gastam mais quando os problemas são resolvidos onde eles já estão.

Neste circuito, a automação desempenhará um papel fundamental para promover a eficiência e fornecer os dados certos aos colaboradores que estabelecem contacto com o cliente. Além disso, surge também a preocupação com a qualidade do serviço prestado pelo operador. Para o efeito, torna-se fundamental que os seus líderes criem “novas métricas para avaliar o seu desempenho”, assim como formação “para refinar as suas habilidades sociais para que as conversas com os clientes sejam calorosas, pessoais e satisfatórias”, conclui o estudo.

NÃO PERCA INFORMAÇÃO: SUBSCREVA AS NOSSAS NEWSLETTERS

Subscrever ✱

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

DISTRIBUIÇÃO HOJE 

Mon, 25 Sep 2023

Contact center: O que os clientes querem das experiências...

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 168	IMPRESSIONS	535
MUV	21,400				
TAGS	Contact Centers				

As empresas ainda não estão 100% alinhadas com as atuais expectativas conversacionais dos consumidores, mas aos poucos vão ganhando consciência e tomando medidas para as suas exigências. O relatório CX Trends 2023 da Zendesk aponta o caminho para uma nova era de experiências no atendimento ao cliente, mais fluídas e naturais e menos transacionais.

Quando os clientes dizem que querem experiências conversacionais referem-se a interações fluídas e contínuas e estas podem assumir diversas características. Por exemplo, na capacidade de transferir uma conversa para um novo canal ou operador, sem que a informação seja perdida ou que a tenham de repetir.

No contacto inicial, o cliente demonstra dar menos relevância à origem da interação, seja através de bots com inteligência artificial ou através de um contacto humano real, aquilo que mais valorizam na conversa é que esta pareça natural, amigável e personalizada.

> 70% dos consumidores compra mais com empresas que oferecem experiências conversacionais integradas

A personalização assume um papel importante e, neste caso, passa pelo conhecimento do histórico do cliente com a empresa em questão. “À medida que as conversas se desenvolvem, os consumidores esperam que qualquer pessoa com quem interajam na empresa tenha um contexto completo de seu histórico de compras, assim como de interações anteriores”, pode ler-se no relatório. Este processo irá facilitar nos casos em que a

interação com o cliente é interrompida, sem se perder a informação já discutida no primeiro contacto.

Além disso, o consumidor procura uma certa praticidade quando reporta o seu problema, independentemente do canal onde este surja. Por exemplo, se a questão a resolver estiver relacionada com uma compra online, os consumidores querem que a assistência ocorra na página de e-commerce da empresa – ou seja, esperam que os comerciantes resolvam os problemas onde eles estão. Paralelamente, começa-se também a denotar uma menor separação entre as suas experiências físicas e digitais, exigindo às empresas, que operam em ambos os canais, uma maior articulação entre eles, mantendo os seus colaboradores conectados com estas duas realidades.

Atendimento ao cliente quer-se mais conversacional e menos transacional

De acordo com a investigação da Zendesk, apenas 42% das empresas disponibilizam dois ou mais canais de suporte. Enquanto isso, 60% dos consumidores relatam interagir com colaboradores que têm pouco ou nenhum contexto da sua situação, obrigando-os a terem de se repetir, o que acaba por levar à insatisfação.

Outro dado relevante do estudo indica que 70% dos consumidores compra mais com empresas que oferecem experiências conversacionais integradas e 64% gastam mais quando os problemas são resolvidos onde eles já estão.

> 75% dos decisores refere que o objetivo é deixar este atendimento mais conversacional e menos transacional

Embora estes números deem indícios de que as empresas ainda não estão totalmente alinhadas com as atuais expectativas conversacionais dos consumidores, já se vão notando algumas mudanças nas estratégias dos seus decisores. “Os decisores reconhecem a necessidade de iniciarem o árduo processo de redesenhar a jornada do cliente para que os seus negócios possam ir ao encontro de uma customer experience imersiva.” O relatório revela que 71% dos decisores se comprometem com essa reinvenção do atendimento ao cliente e 75% refere que o objetivo é deixar este atendimento mais conversacional e menos transacional.

Neste circuito, a automação desempenhará um papel fundamental para promover a eficiência e fornecer os dados certos aos colaboradores que estabelecem contacto com o cliente. Além disso, surge também a preocupação com a qualidade do serviço prestado pelo operador. Para o efeito, torna-se fundamental que os seus líderes criem “novas métricas para avaliar o seu desempenho”, assim como formação “para refinar as suas habilidades

sociais para que as conversas com os clientes sejam calorosas, pessoais e satisfatórias”,
conclui o estudo.

NÃO PERCA INFORMAÇÃO: SUBSCREVA AS NOSSAS NEWSLETTERS

Subscrever ✱

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

DN MADEIRA 

Fri, 22 Sep 2023

'Contact Center' do Governo Regional alargado a mais organismos

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Newspaper	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 2,094	IMPRESSIONS	15,114
CIRCULATION	7557	DISTRIBUTION	N/A	SECTION	General
PAGE	48	SIZE	400 cc		

TAGS

Contact Centers

ROBERTO FERREIRA

EMTRESANOS, A LINHA DE APOIO JÁ RECEBEU 30.439 CONTACTOS TELEFÓNICOS

A linha de apoio do Governo Regional - 800 29 90 90 -, arrancará, durante o mês de Outubro, com a expansão a outros organismos e serviços públicos.

Criada, em 2020, para dar apoio aos cidadãos e empresas e proporcionar informação actualizada sobre as medidas CÔVID-19, o 'Contact Center', gerido pela Agência de Inovação e Modernização, passou, entretanto, em Agosto desse ano, a prestar apoio ao portal SIMplifica.

De acordo com o secretário regional das Finanças, Rogério Gouveia, a intenção da Agência é, agora, a de alargar esta linha de apoio aos serviços da Direcção Regional de Economia e Transporte Terrestres (DRETT), que passará a utilizar o 800 29 90 90 como número de telefone preferencial para esclarecimento dos seus utentes, sobretudo em matérias relacionadas com os transportes terrestres.

Assim sendo, acrescentou o responsável pela tutela, os testes e o período de formação dos trabalhadores da DRETT iniciar-se-ão a partir da segunda semana do mês de Outubro.

'O objectivo é, posteriormente, alargar este canal de apoio ao cidadão e às empresas a

outras áreas e serviços do Governo Regional etornar este no número único de apoio”, realçou Rogério Gouveia.

Neste momento, lembrou o governante, o 'Contact Center' dá sobretudo apoio ao SIMplifica e suporta, ainda, os contactos via telefone, WhatsApp, e-mail e chat.

Subida exponencial da procura

Em apenas três anos, a linha de apoio já recebeu 30.439 contactos telefónicos, sendo que 4.862 dizem respeito a pedidos de esclarecimentos sobre as medidas COVID-19, 1.108 a outros assuntos, dos quais sobressaem as questões sobre passaportes, e 24.469 ao Portal de Serviços SIMplifica.

Números que, segundo o secretário das Finanças, evidenciam a subida acentuada da procura por este canal de atendimento.

Ainda de acordo com Rogério Gouveia, a assistência prestada tem sido essencialmente. no registo, nos pedidos e na consulta do estado do pedido: se está em análise, em pagamento, solicitação de documentos, se foi anulado ou indeferido.

■ Durante o mês de Agosto, por exemplo, a Agência de Inovação e Modernização contabilizou 1.305 contactos telefónicos, sendo que 93% corresponderam a pedidos relacionados com o Portal SIM-plifica”, referiu o secretário regional, acrescentando que através dos canais alternativos WhatsApp, e-mail e chat - foram contabilizados outros 641 pedidos de informação/ajuda e sugestões, o que resulta num total de 1.946 contactos nesse mês.

Destes pedidos, a maioria diz respeito a pedidos para registo no SIMplifica, a questões sobre o Subsídio de Mobilidade Porto Santo e à Certificação de Residência/Emissão do Cartão de Residente na Região.

O 'Contact Center' recebeu, igualmente, cerca de 500 contactos definidos como “Outros Assuntos”, nomeadamente, licença de pesca lúdica, licença de campismo, Casas de Abrigo, reserva de espaços desportivos da Quinta Magnólia, credencial para visitar a Rede de Areas Marinhas Protegidas, Reservas de Casas de Abrigo e Aquisição de bilhetes para visitar o Miradouro Cabo Girão.

Trabalhadores vão receber mais formação para responderem às muitas dúvidas dos madeirenses.

‘Contact Center’ do Governo Regional alargado a mais organismos

**EM TRÊS ANOS,
A LINHA DE APOIO
JÁ RECEBEU
30.439 CONTACTOS
TELEFÓNICOS**

ROBERTO FERREIRA
rferreira@dnovicias.pt

A linha de apoio do Governo Regional – 800 29 90 90 –, arrancará, durante o mês de Outubro, com a expansão a outros organismos e serviços públicos.

Criada, em 2020, para dar apoio aos cidadãos e empresas e proporcionar informação actualizada sobre as medidas COVID-19, o ‘Contact Center’, gerido pela Agência de Inovação e Modernização, passou, entretanto, em Agosto desse ano, a prestar apoio ao portal SIMplifica.

De acordo com o secretário regional das Finanças, Rogério Gouveia, a intenção da Agência é, agora, a de alargar esta linha de apoio aos serviços da Direcção Regional de Economia e Transportes Terrestres (DRETT), que passará a utilizar o 800 29 90 90 como número de telefone preferencial para esclarecimento dos seus utentes, sobretudo em matérias relacionadas com os transportes terrestres.

Assim sendo, acrescentou o responsável pela tutela, os testes e o período de formação dos trabalhadores da DRETT iniciar-se-ão a partir da segunda semana do mês de Outubro.

“O objectivo é, posteriormente,



Trabalhadores vão receber mais formação para responderem às muitas dúvidas dos madeirenses.

alargar este canal de apoio ao cidadão e às empresas a outras áreas e serviços do Governo Regional e tornar este no número único de apoio”, realçou Rogério Gouveia.

Neste momento, lembrou o governante, o ‘Contact Center’ dá so-

bretudo apoio ao SIMplifica e suporta, ainda, os contactos via telefone, WhatsApp, e-mail e chat.

Subida exponencial da procura

Em apenas três anos, a linha de apoio já recebeu 30.439 contactos

telefónicos, sendo que 4.862 dizem respeito a pedidos de esclarecimentos sobre as medidas COVID-19, 1.108 a outros assuntos, dos quais sobressaem as questões sobre passaportes, e 24.469 ao Portal de Serviços SIMplifica.

Números que, segundo o secretário das Finanças, evidenciam a subida acentuada da procura por este canal de atendimento.

Ainda de acordo com Rogério Gouveia, a assistência prestada tem sido essencialmente, no registo, nos pedidos e na consulta do estado do pedido; se está em análise, em pagamento, solicitação de documentos, se foi anulado ou indeferido.

“Durante o mês de Agosto, por exemplo, a Agência de Inovação e Modernização contabilizou 1.305 contactos telefónicos, sendo que 93% corresponderam a pedidos relacionados com o Portal SIMplifica”, referiu o secretário regional, acrescentando que através dos canais alternativos – WhatsApp, e-mail e chat – foram contabilizados outros 641 pedidos de informação/ajuda e sugestões, o que resulta num total de 1.946 contactos nesse mês.

Destes pedidos, a maioria diz respeito a pedidos para registo no SIMplifica, a questões sobre o Subsídio de Mobilidade Porto Santo e à Certificação de Residência/Emissão do Cartão de Residente na Região.

O ‘Contact Center’ recebeu, igualmente, cerca de 500 contactos definidos como “Outros Assuntos”, nomeadamente, licença de pesca lúdica, licença de campismo, Casas de Abrigo, reserva de espaços desportivos da Quinta Magnólia, credencial para visitar a Rede de Áreas Marinhas Protegidas, Reservas de Casas de Abrigo e Aquisição de bilhetes para visitar o Miradouro Cabo Girão.

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

LÍDER MAGAZINE 

Wed, 20 Sep 2023

Knower celebra três anos de atividade

FREQUENCY	N/A	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 167	IMPRESSIONS	530
MUV	21,200				
TAGS	Contact Centers				

No mercado desde 2020, a marca de gestão de outsourcing do Grupo Wellow celebra este mês de setembro, três anos de atividade em Portugal. Com 1.100 colaboradores, a Knower conta com 150 clientes e um volume de negócios de cerca de 22M€ (2022).


Com uma oferta de serviços de Full e RH Outsourcing, a Knower opera em diversas áreas como: Contact Center, Energia, Limpezas/Manutenção, Logística, Merchandising, Saúde e Tecnologias de Informação.

Para marcar esta data, a empresa apresentou algumas novidades: um serviço de baby sitting e governança, para o segmento de luxo (Knower Nannies e Knower Maids); a parceria com a LutherOne, plataforma tecnológica de gestão de recursos humanos; o lançamento do novo website; e a Knower Business Conference, que vai acontecer no 23 de maio, em Linda-a-Velha.

Celebrar mais um aniversário da Knower é sempre um motivo de orgulho, quer pelos desafios que fomos superando ao longo destes últimos anos, quer por todos aqueles que nos esperam e que nos trarão ensinamentos e experiências únicas, contribuindo para o crescimento e solidez da Knower. Todas as conquistas e sucessos obtidos são fruto do trabalho de todas as pessoas que colaboram e se identificam com o projeto, é a elas que endereço um especial agradecimento e às quais digo ser enorme privilégio partilhar com elas este dia especial

Amílcar Gabriel, Chief Executive Officer, Knower ✨

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

REVISTA PÓS-VENDA 

Mon, 18 Sep 2023

Mais e melhor salão

FREQUENCY	Monthly	MEDIA TYPE	Magazine	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 6,449	IMPRESSIONS	20,000
CIRCULATION	10000	DISTRIBUTION	N/A	SECTION	General
PAGES	16, 17, 18, 19, 20, 21	SIZE	5.25 pages		

TAGS

Contact Centers

TEXTO PAULO HOMEM NÁDIA CONCEIÇÃO

SALÃO NACIONAL DO TRANSPORTE 2023

Mais e melhor salão

O início do mês de julho marcou mais uma edição do Salão Nacional do Transporte, neste caso a 6ª, que contou com uma maior aposta de empresas ligadas aos serviços no setor dos veículos pesados, onde se destacaram algumas importantes novidades

Ao longo de três dias frenéticos, sempre com muita animação e eventos a decorrer em paralelo, o Salão Nacional do Transporte esteve mesmo ao rubro, não só pelo calor que se fez sentir, mas também pelos muitos negócios que potenciou. A edição 2023 destacou-se por dar continuidade ao crescimento deste evento, que se está a tornar cada vez mais num evento de referência para o setor dos transportes.

ABMN

SOFTWARE

A 3.ª versão do software aTrans - Transport Software System, um TMS, 100% nacional, totalmente desenhado e desenvolvido pela ABMN, foi o grande destaque deste espaço. Esta nova versão recebeu várias novidades, que incluem uma maior performance nas operações

e a componente da Inteligência Artificial, o novo módulo aDytrans, de apoio ao operador.

Muitas das empresas presentes fizeram notar a importância de estar presente neste evento, sendo que algumas delas o fizeram pela primeira vez e já “prometeram” que em 2024 é para marcar presença de novo tal a diversidade e qualidade dos contatos efetuados.

Muitos fornecedores pós-venda do setor dos transportes ao nível das peças, serviços, pneus, tecnologia, etc, revelaram algumas importantes novidades que poderá ler com atenção nas páginas seguintes.

SEMIRREBOQUES

A Ardor é uma empresa italiana especializada em semirreboques (cisternas) que agora chegou a Portugal através da sua filial em Espanha. A empresa estreou-se no SNT onde apresentou dois exemplares das suas cisternas, área onde a empresa é especializada, procurando agora, através de um comercial para o mercado português fazer crescer a marca no nosso país.

SERVIÇOS

O Road Cargo Optimizer, da Bip Bip, é uma plataforma digital que conecta expedidores com transportadores em tempo real e à distância de um clique. Os responsáveis da empresa estiveram presentes para divulgar estas soluções, disponíveis para expedidores e para transportadores.

ADBLUE

Dedicada à produção e comercialização de AdBlue, para diversos setores de atividade, a Bluechem marcou presença, mais uma vez, neste evento, para dar a conhecer todos os serviços associados ao AdBlue que disponibiliza aos transportadores.

PNEUS

Os pneus de camião ECOPIA H002 e DURAVIS R002 estiveram em exposição neste espaço. O ECOPIA tem como objetivo uma maior economia de combustível, enquanto o Duravis pretende reduzir custos, mantendo a qualidade associada aos produtos da marca. Além disso, os responsáveis da Bridgestone estiveram também neste espaço para divulgar a solução de gestão de frotas Fleetcare.

COMPONENTES

A C2C-NewCap é uma spin-off do Instituto Superior Técnico que marcou presença no SNT, onde apresentou um novo produto, desenvolvido em Portugal, denominado por GO-START. Trata-se de uma tecnologia inovadora, concebida e produzida em Portugal pela C2C-NewCap, que substitui a bateria de chumbo em veículos pesados, trazendo vantagens a nível do consumo de combustível e custo com baterias, o que se traduz numa redução dos custos operacionais. Os participantes puderam ver in loco como é que o sistema funciona e ao mesmo tempo perceber as vantagens que o mesmo traz quando aplicado nos camiões.

SOFTWARE

Presença assídua neste evento, a CargoNetOnline voltou a estar junto dos seus atuais e potenciais clientes, para informar e tirar dúvidas sobre a plataforma que disponibiliza informação sobre necessidade de serviços de carga para os transportadores, assim como todos os serviços associados.

VIDROS

O Serviço Mobile Trucks, desenvolvido para responder às necessidades das empresas transportadoras, aproveitando os tempos de paragem programados dos veículos, esteve em divulgação no stand da Carglass. Atualmente a empresa disponibiliza 8 veículos comerciais transformados para efetuar este serviço junto das empresas de transportes, mas prevê-se que ainda venha a ter mais alguns para ter uma cobertura ideal do país.

LUBRIFICANTES

A marca StarRessa, da Cepsa, esteve em grande destaque no Salão Nacional do Transporte. A StarRessa foi criada para cobrir todas as necessidades dos transportadores, quer no âmbito nacional quer internacional, oferecendo uma gama de produtos e serviços e cobre 18 países europeus.

PNEUS

Soluções de gestão de frota, que incluem ferramentas e de análise operacional, que pretendem ajudar os transportadores e evitar avarias, maximizar o uso e a quilometragem dos pneus, poupar combustível, tornar o serviço planeável e a operação mais eficiente, estiveram em destaque, assim como o novo pneu VanContact Ultra, destinado a veículos comerciais ligeiros. Para os pesados, estiveram em destaque os pneus COnti Hybrid HS5 e HD5.

CAMIÕES

O Serviço DAF MultiSupport, que fornece uma gama de pacotes de serviços de reparação e manutenção com o objetivo de aumentar o tempo de atividade, controlar os custos e reduzir os riscos, foi um dos focos da marca neste evento. O nível de assistência pode ser personalizado, com a possibilidade de alargá-la ao equipamento e/ou construção do reboque, com cobertura nacional e/ou internacional.

PEÇAS

A Diessa Portugal, empresa portuguesa de distribuição de peças sobressalentes para camiões e autocarros, teve em destaque a parceria com a Rostar, da qual é parceiro exclusivo em Portugal desde maio deste ano. Esta nova marca, permitirá diversificar bastante a sua oferta, já que a Rostar possui um extenso catálogo de produtos que vai dos componentes de suspensão aos de travagem, passando pelas peças de direção entre muitas outras linhas de produto. A Diessa Portugal está neste momento a preparar toda a sua estrutura logística em Portugal, onde terá um armazém, para que logo após o mês de agosto inicie a comercialização propriamente dita.

ENOVO TMS

SOFTWARE

A primeira presença desta empresa visou dar a conhecer os serviços de software de gestão para transportes e logística que oferece, agregador de vários serviços: faturação cargas, logística, etc., que inclui também suporte ao cliente, novos desenvolvimentos e operação total na cloud.

EVAQUÍMICA

LAVAGEM

Os produtos de lavagem para pesados da Flowey estiveram em destaque neste espaço, assim como a recente parceria com a empresa AQUADETOX, que se dedica à reciclagem de águas residuais industriais.

EUROMASTER

PNEUS

O programa TireCheck proposto pela Euromaster aos frotistas, e que consiste num conjunto de ações (alternância de pneus, reesculturamento, controlo de pressões, etc.) tendo em vista a maximização da vida útil dos pneus e a sua rentabilização, esteve em destaque no SNT. Diz a Euromaster, que recorrendo à manutenção preditiva as empresas de transporte podem poupar, em média, mais de 6.000 euros por ano, aumentando o desempenho dos pneus, poupando combustível e evitando tempos de paragem inesperados.

FROTCOM

SOFTWARE

A Frotcom esteve presente para mostrar as suas soluções de software, dedicado à gestão e planeamento de todas as tarefas no setor do transporte, que permite uma integração direta a softwares externos para otimizar o transporte. Com um módulo de formação integrado, o Driver Coaching pretende ajudar a uma melhor performance da condução do motorista. Além disso, esteve em destaque também a parceria com a Continental, através de TPMS, para um controlo efetivo do pneu e conseqüente redução de custos.

FUCHS / PETROMÓS

LUBRIFICANTES

A representante da Fuchs destacou os lubrificantes Titan, nomeadamente o novo Titan Cargo Maxx, com tecnologia XTL, para veículos pesados. Este lubrificante tem como objetivo reduzir o consumo de combustível dos veículos e melhorar a performance a baixas temperaturas, protegendo o motor e os equipamentos.

GAL24

SERVIÇOS

As duas áreas de negócio em que a empresa opera estiveram em destaque neste evento. Em primeiro lugar a plataforma de assistência que permite ao transportador resolver qualquer problema em toda a Europa. Além disso, a empresa também é representante de algumas marcas e funciona como call center de encaminhamento de serviço aos seus clientes 24 horas por dia, 7 dias por semana. A empresa dá assistência a todo o tipo de veículos.

GALP

LUBRIFICANTES

A GALP marcou presença com uma forte ação de divulgação da imagem da marca, e de informação sobre a sua gama de lubrificantes para este setor.

GS PRO TYRES

PNEUS

A GS PRO Tyres mostrou aos visitantes a gama de produtos e serviços que disponibiliza para este setor, entre elas a rede de oficinas FIX'N'GO, a gama de pneus e os serviços de recauchutagem.

HANKOOK

PNEUS

Pela primeira vez, a marca de pneus premium montou um stand no SNT onde os participantes puderam ver em primeira mão todas as novidades para o transporte rodoviário, incluindo as duas mais recentes, os pneus SmartFlex AL51 e DL51. A Hankook está cada vez mais presente no mercado ibérico, pelo que estar neste evento representou um passo em frente da empresa num mercado emergente e em expansão como é o Ibérico, e com dados de crescimento sustentado tanto em Espanha como em Portugal.

HIQI

COMBUSTÍVEIS

Antes designada por G27, a HIQI é uma empresa que se dedica aos combustíveis. Todo o rebranding da empresa deve-se à nova atualização da plataforma em que os pagamentos passam a ser geridos através de uma app no telemóvel, com muitas vantagens em termos de segurança e de conforto. A empresa já tem acordos com diversos postos de combustível (mais de 200 a nível nacional).

JANC

PEÇAS

Mesmo já comercializando peças há alguns anos, a JANC Auto Peças, empresa de Pombal esteve presente no SNT, pela primeira vez, para dar a conhecer que agora também comercializa as suas peças no mercado português, tendo especialização em material elétrico

(alternadores e motores de arranque), embora comercialize outro tipo de peças para pesados.

KRAUTLI

EQUIPAMENTOS

Pela primeira vez no Salão Nacional do Transporte, a Krautli, que comercializa em Portugal os tacógrafos VDO, focou a sua presença em dar a conhecer as alterações que se avizinham de acordo com a legislação do novo Pacote de Mobilidade e sobre as soluções que disponibiliza, entre elas o DTCO 4.1, o tacógrafo inteligente da Continental VDO, da segunda geração, que cumpre com a legislação do novo Pacote de Mobilidade. Além disso, teve em exposição os outros produtos que disponibiliza para veículos pesados: baterias Yuasa, lubrificantes Valvoline, produtos car care Sonax, ar condicionado e frigoríficos para pesados, sensores NOX, boosters e carregadores de baterias.

KUIK CAR

CAR CARE

A Kuik Car esteve presente no certame pela primeira vez para dar a conhecer a sua marca de produtos car care, com foco nos produtos de manutenção e lavagem para veículos pesados. Durante o evento, o objetivo foi também encontrar novos parceiros e distribuídos a nível nacional.

LECITRAILER

SEMIRREBOQUES

Para além de expor alguns semirreboques da marca, a Lecitrailer aproveitou este evento para destacar o enorme investimento que fez em Portugal, nomeadamente em Mangualde, com as suas novas instalações dedicadas sobretudo ao pós-venda e peças.

Estas novas instalações ocupam um espaço total de 36.000 m², tendo a marca investido na mais avançada tecnologia que existe no mercado, apostando em serviços e equipamentos de topo, que permitem à empresa desenvolver serviços de pós-venda muito específicos dentro da mesma unidade sem necessidade de recorrer a entidades terceiras.

MAN

CAMIÕES

O MAN ServiceCare, que pretende apoiar as frotas na gestão de manutenção e reparação, com informações abrangentes sobre o estado de cada componente dos vários veículos, foi divulgado no espaço da MAN Truck & Bus Portugal, onde foram também assinalados os 25 anos da empresa no nosso país. A MAN Driver App foi também outro dos destaques neste espaço, e regista, entre outras informações, tempos de condução e descanso, analisa o estilo de condução, e permite a pesquisa de concessionários, de informações sobre a marca, etc.

MICHELIN

PNEUS

Para além da gama de pneus de comerciais ligeiros e de pesados, a Michelin apresentou os serviços e soluções Connected Fleet, concebidos para proporcionar aos operadores e gestores de frota as ferramentas e a informação necessárias para cumprir com os desafios em matéria de redução de custos, para melhorar a produtividade, para manter a segurança dos motoristas e das mercadorias, e para gerir frotas mais sustentáveis.

MOTORBUS

PEÇAS

A Motorbus voltou a estar presente neste Salão com o principal objetivo de con-solidar a relação com os seus parceiros e clientes, apresentando também toda a sua oferta de peças para pesados a potenciais clientes.

PEÇAS

A Mov Soluções dedica-se à venda de ferramentas, equipamentos, acessórios e consumíveis maioritariamente para o setor automóvel e dos transportes e esteve presente para divulgar toda esta oferta aos visitantes. O destaque foi para a ferramenta elétrica da Makita, nomeadamente chaves de impacto, que esta empresa passou a disponibilizar com esta marca.

EQUIPAMENTOS

Como sempre o destaque deste stand foi para os pórticos de lavagem da Karcher. Porém, a grande novidade da Neoparts neste SNT foi para a nova marca representada, a Skill, ao nível das ferramentas elétricas, que assim vêm complementar o leque de oferta nas ferramentas.

SEMIRREBOQUES

Entre as diversas novidades que tinha em exposição, a NForce destacava que é o representante exclusivo em Portugal do Guillén Group, empresa líder na produção de semirreboques de lona e porta-contentores. Quer seja para o transporte de mercadorias gerais, quer sejam cargas especiais ou qualquer outro tipo de transporte, os semirreboques de lona e porta-contentores da Guillén apresentam uma gama muito diversificada.

PNEUS

Num stand de grandes dimensões e com presença habitual desde a 1.^a edição do evento, a Pneus Alcaide teve em grande destaque o tema da sustentabilidade. A empresa tem novas gamas de pneus na recauchutagem, principalmente as gamas Goodyear e Maragoni. Além disso, publicitou o seu investimento numa plataforma informática para a gestão de frotas.

SEMIRREBOQUES

Com a compra da Legras pelo Grupo Benalu, a Roques tornou-se representante também desta marca especialista em pisos móveis e este foi um dos destaques da presença da empresa, que também comercializa Basculantes de alumínio e Obras Públicas da Benalu e os semirreboques de temperatura controlada Chereau.

SEMIRREBOQUES

A nova geração de semirreboques de transporte de inertes esteve em exposição na zona exterior do Salão. Estes veículos possuem uma tara otimizada, com vista a reduzir os custos de operação das frotas. O novo motor de frio monotemperatura S.KI S.CUD80 esteve também em exposição para os visitantes na zona exterior.

PNEUS

Pela segunda vez neste evento, a S. José Pneus destacou a nova marca representada, a Fortune, do grupo Chengshan. A empresa optou por trabalhar esta marca por ter uma boa relação preço/qualidade, assim como a certificação TUV em vários pisos. A presença da empresa teve também como objetivo estar perto dos motoristas, por serem estes quem aconselham as frotas no momento de trocar pneus dos veículos.

PNEUS

A grande novidade da 4Pro, empresa do Grupo Sobralpneus é a representação oficial da marca de pneus Chengshan, certificada pela TUV, da qual a empresa distribui as gamas não só de pesados, mas também de ligeiros. No evento a empresa divulgou também a marca europeia Apollo, produzida pela Vredstein, da qual é representante oficial em Portugal. A gama de jantes Alcoa esteve também em exposição.

LUBRIFICANTES

A Olipes e a FJS contaram com a presença de engenheiros de fábrica, representantes, distribuidores e revendedores da marca Olipes em Portugal no seu espaço, que apresentaram aos visitantes a gama de produtos da Olipes para profissionais, tais como a sua gama de lubrificantes para motores Averoil, aprovados pela API.

LUBRIFICANTES

Os cartões frota Prio Rede + e Prio Truck foram um dos focos da presença da Prio neste evento, assim como o novo ECO Diesel, disponibilizado pela empresa, com 15% de energia renovável, que pretende reduzir o consumo de combustível até - 5%, eliminar as impurezas no motor, reduzir os gastos com manutenção e também as emissões de gases com efeito de estufa em até 18%.

LUBRIFICANTES

A presença da TotalEnergies teve como intuito apresentar duas novidades: a gama de lubrificantes própria para pesados Rubia; a rede de oficinas Rubis Truck Services, dedicada aos veículos pesados, que inclui formação, imagem, apoio de marketing e técnico para as oficinas. A presença serviu para procurar novos aderentes para este conceito oficial. Além disso, esteve também em destaque a parceria com a rede Alltrucks no setor dos lubrificantes.

SERVIÇOS

A empresa disponibiliza serviços de telemetria. A grande novidade foi o sistema CCTV, que consiste em 2 câmaras instaladas na cabine do trator, para verificar a atividade do motorista. As câmaras giram, dando a possibilidade de colocar uma virada para a estrada, para realizar o registo fotográfico, no caso de uma travagem de emergência ou um acidente. A empresa já tem este sistema instalado em algumas transportadoras.

LAVAGEM

Empresa alemã de referência em sistemas de lavagem para viaturas ligeiras e pesadas, esteve presente, para apresentar as soluções de lavagem, sendo este o primeiro ano que está diretamente presente nesta feira. A empresa disponibiliza soluções de lavagem económica tendo como foque a sustentabilidade. Para além dos equipamentos, a empresa comercializa também, como complemento, os produtos Auwa, que mais não são do que produtos de lavagem e cuidado “sustentáveis”.

FRIO DE TRANSPORTE

A ZFrost destacou o sistema Apache Cold Tracer. Através deste equipamento telemático, poderá haver um melhor controlo do transporte com sistemas de frio, já que este aparelho faz o controlo remoto de temperaturas, verifica o estado de abertura de portas, o estado do equipamento (ligado / desligado), horas de manutenção do equipamento, alertas de temperatura fora do intervalo definido e envio de ticket (via email) para o cliente. A transmissibilidade da informação online (wi-fi) é um dos seus pontos fortes.

ARDOR BIP BIP BLUECHEM BRIDGESTONE C2C – NEWCAP CARGONETONLINE CARGLASS
CEPSA CONTINENTAL DAF / GSVI DIESSA MOV SOLUÇÕES NEOPARTS NFORCE PNEUS
ALCAIDE ROQUES SCHMITZ S. JOSÉ PNEUS SOBRALPNEUS /4PRO TOTALENERGIES TRACKIT
CONSULTING WASHTEC ZFROST



SALÃO NACIONAL DO TRANSPORTE 2023

Mais e melhor salão

O início do mês de julho marcou mais uma edição do Salão Nacional do Transporte, neste caso a 6ª, que contou com uma maior aposta de empresas ligadas aos serviços no setor dos veículos pesados, onde se destacaram algumas importantes novidades

TEXTO PAULO HOMEM / NÁDIA CONCEIÇÃO

Ao longo de três dias frenéticos, sempre com muita animação e eventos a decorrer em paralelo, o Salão Nacional do Transporte esteve mesmo ao rubro, não só pelo calor que se fez sentir, mas também pelos muitos negócios que potenciou. A edição 2023 destacou-se por dar continuidade ao crescimento deste evento, que se está a tornar cada vez mais num evento de referência para o setor dos transportes.

Muitas das empresas presentes fizeram notar a importância de estar presente neste evento, sendo que algumas delas o fizeram pela primeira vez e já "prometeram" que em 2024 é para marcar presença de novo tal a diversidade e qualidade dos contatos efetuados.

Muitos fornecedores pós-venda do setor dos transportes ao nível das peças, serviços, pneus, tecnologia, etc, revelaram algumas importantes novidades que poderá ler com atenção nas páginas seguintes. ●



ABMN SOFTWARE

A 3.ª versão do software aTrans - Transport Software System, um TMS, 100% nacional, totalmente desenhado e desenvolvido pela ABMN, foi o grande destaque deste espaço. Esta nova versão recebeu várias novidades, que incluem uma maior performance nas operações e a componente da Inteligência Artificial, o novo módulo aDytrans, de apoio ao operador.



ARDOR SEMIRREBOQUES

A Ardor é uma empresa italiana especializada em semirreboques (cisternas) que agora chegou a Portugal através da sua filial em Espanha. A empresa estreou-se no SNT onde apresentou dois exemplares das suas cisternas, área onde a empresa é especializada, procurando agora, através de um comercial para o mercado português fazer crescer a marca no nosso país.



BIP BIP
SERVIÇOS

O Road Cargo Optimizer, da Bip Bip, é uma plataforma digital que conecta expedidores com transportadores em tempo real e à distância de um clique. Os responsáveis da empresa estiveram presentes para divulgar estas soluções, disponíveis para expedidores e para transportadores.



BLUECHEM
ADBLUE

Dedicada à produção e comercialização de AdBlue, para diversos setores de atividade, a Bluechem marcou presença, mais uma vez, neste evento, para dar a conhecer todos os serviços associados ao AdBlue que disponibiliza aos transportadores.



BRIDGESTONE
PNEUS

Os pneus de camião ECOPIA H002 e DURAVIS R002 estiveram em exposição neste espaço. O ECOPIA tem como objetivo uma maior economia de combustível, enquanto o Duravis pretende reduzir custos, mantendo a qualidade associada aos produtos da marca. Além disso, os responsáveis da Bridgestone estiveram também neste espaço para divulgar a solução de gestão de frotas Fleetcare.



C2C - NEWCAP
COMPONENTES

A C2C-NewCap é uma spin-off do Instituto Superior Técnico que marcou presença no SNT, onde apresentou um novo produto, desenvolvido em Portugal, deno-

minado por GO-START. Trata-se de uma tecnologia inovadora, concebida e produzida em Portugal pela C2C-NewCap, que substitui a bateria de chumbo em veículos pesados, trazendo vantagens a nível do consumo de combustível e custo com baterias, o que se traduz numa redução dos custos operacionais. Os participantes puderam ver in loco como é que o sistema funciona e ao mesmo tempo perceber as vantagens que o mesmo traz quando aplicado nos camiões.



CARGONETONLINE
SOFTWARE

Presença assídua neste evento, a CargoNetOnline voltou a estar junto dos seus atuais e potenciais clientes, para informar e tirar dúvidas sobre a plataforma que disponibiliza informação sobre necessidade de serviços de carga para os transportadores, assim como todos os serviços associados.



CARGLASS
VIDROS

O Serviço Mobile Trucks, desenvolvido para responder às necessidades das empresas transportadoras, aproveitando os tempos de paragem programados dos veículos, esteve em divulgação no stand da Carglass. Atualmente a empresa disponibiliza 8 veículos comerciais transformados para efetuar este serviço junto das empresas de transportes, mas prevê-se que ainda venha a ter mais alguns para ter uma cobertura ideal do país.



CEPSA
LUBRIFICANTES

A marca StarRessa, da Cepsa, esteve em grande destaque no Salão Nacional do Transporte. A StarRessa foi criada para cobrir todas as necessidades dos transportadores, quer no âmbito nacional quer internacional, oferecendo uma

gama de produtos e serviços e cobre 18 países europeus.



CONTINENTAL
PNEUS

Soluções de gestão de frota, que incluem ferramentas e de análise operacional, que pretendem ajudar os transportadores e evitar avarias, maximizar o uso e a quilometragem dos pneus, poupar combustível, tornar o serviço planeável e a operação mais eficiente, estiveram em destaque, assim como o novo pneu VanContact Ultra, destinado a veículos comerciais ligeiros. Para os pesados, estiveram em destaque os pneus COnti Hybrid HS5 e HD5.



DAF / GSVI
CAMIÕES

O Serviço DAF MultiSupport, que fornece uma gama de pacotes de serviços de reparação e manutenção com o objetivo de aumentar o tempo de atividade, controlar os custos e reduzir os riscos, foi um dos focos da marca neste evento. O nível de assistência pode ser personalizado, com a possibilidade de alargá-la ao equipamento e/ou construção do reboque, com cobertura nacional e/ou internacional.



DIESSA
PEÇAS

A Diessa Portugal, empresa portuguesa de distribuição de peças sobressalentes para camiões e autocarros, teve em destaque a parceria com a Rostar, da qual é parceiro exclusivo em Portugal desde maio deste ano. Esta nova marca, permitirá diversificar bastante a sua oferta, já que a Rostar possui um extenso catálogo de produtos que vai dos componentes de suspensão aos de travagem, passando pelas peças de direção entre muitas outras linhas de produto. A Diessa Portugal está neste momento a preparar toda a sua estrutura logística em Portugal, onde terá um

armazém, para que logo após o mês de agosto inicie a comercialização propriamente dita.



ENOVO TMS
SOFTWARE

A primeira presença desta empresa visou dar a conhecer os serviços de software de gestão para transportes e logística que oferece, agregador de vários serviços: faturação cargas, logística, etc., que inclui também suporte ao cliente, novos desenvolvimentos e operação total na cloud.



EVAQUIMICA
LAVAGEM

Os produtos de lavagem para pesados da Flowey estiveram em destaque neste espaço, assim como a recente parceria com a empresa AQUADETOX, que se dedica à reciclagem de águas residuais industriais.



EUROMASTER
PNEUS

O programa TireCheck proposto pela Euromaster aos frotistas, e que consiste num conjunto de ações (alternância de pneus, reesculturamento, controlo de pressões, etc.) tendo em vista a maximização da vida útil dos pneus e a sua rentabilização, esteve em destaque no SNT. Diz a Euromaster, que recorrendo à manutenção preditiva as empresas de transporte podem poupar, em média, mais de 6.000 euros por ano, aumentando o desempenho dos pneus, poupando combustível e evitando tempos de paragem inesperados.



FROTCOM
SOFTWARE

A Frotcom esteve presente para mostrar as

suas soluções de software, dedicado à gestão e planeamento de todas as tarefas no setor do transporte, que permite uma integração direta a softwares externos para otimizar o transporte. Com um módulo de formação integrado, o Driver Coaching pretende ajudar a uma melhor performance da condução do motorista. Além disso, esteve em destaque também a parceria com a Continental, através de TPMS, para um controlo efetivo do pneu e consequente redução de custos.



FUCHS / PETROMOS
LUBRIFICANTES

A representante da Fuchs destacou os lubrificantes Titan, nomeadamente o novo Titan Cargo Maxx, com tecnologia XTL, para veículos pesados. Este lubrificante tem como objetivo reduzir o consumo de combustível dos veículos e melhorar a performance a baixas temperaturas, protegendo o motor e os equipamentos.



GAL24
SERVIÇOS

As duas áreas de negócio em que a empresa opera estiveram em destaque neste evento. Em primeiro lugar a plataforma de assistência que permite ao transportador resolver qualquer problema em toda a Europa. Além disso, a empresa também é representante de algumas marcas e funciona como call center de encaminhamento de serviço aos seus clientes 24 horas por dia, 7 dias por semana. A empresa dá assistência a todo o tipo de veículos.



GALP
LUBRIFICANTES

A GALP marcou presença com uma forte ação de divulgação da imagem da marca, e de informação sobre a sua gama de lubrificantes para este setor.



GS PRO TYRES
PNEUS

A GS PRO Tyres mostrou aos visitantes a gama de produtos e serviços que disponibiliza para este setor, entre elas a rede de oficinas FIX'N'GO, a gama de pneus e os serviços de recauchutagem.



HANKOOK
PNEUS

Pela primeira vez, a marca de pneus premium montou um stand no SNT onde os participantes puderam ver em primeira mão todas as novidades para o transporte rodoviário, incluindo as duas mais recentes, os pneus SmartFlex AL51 e DL51. A Hankook está cada vez mais presente no mercado ibérico, pelo que estar neste evento representou um passo em frente da empresa num mercado emergente e em expansão como é o Ibérico, e com dados de crescimento sustentado tanto em Espanha como em Portugal.



HIQI
COMBUSTÍVEIS

Antes designada por G27, a HIQI é uma empresa que se dedica aos combustíveis. Todo o rebranding da empresa deve-se à nova atualização da plataforma em que os pagamentos passam a ser geridos através de uma app no telemóvel, com muitas vantagens em termos de segurança e de conforto. A empresa já tem acordos com diversos postos de combustível (mais de 200 a nível nacional).



JANC
PEÇAS

Mesmo já comercializando peças há al-

guns anos, a JANC Auto Peças, empresa de Pombal esteve presente no SNT, pela primeira vez, para dar a conhecer que agora também comercializa as suas peças no mercado português, tendo especialização em material elétrico (alternadores e motores de arranque), embora comercialize outro tipo de peças para pesados.

Estas novas instalações ocupam um espaço total de 36.000 m2, tendo a marca investido na mais avançada tecnologia que existe no mercado, apostando em serviços e equipamentos de topo, que permitem à empresa desenvolver serviços de pós-venda muito específicos dentro da mesma unidade sem necessidade de recorrer a entidades terceiras.



KRAUTLI **EQUIPAMENTOS**

Pela primeira vez no Salão Nacional do Transporte, a Krautli, que comercializa em Portugal os tacógrafos VDO, focou a sua presença em dar a conhecer as alterações que se avizinham de acordo com a legislação do novo Pacote de Mobilidade e sobre as soluções que disponibiliza, entre elas o DTCO 4.1, o tacógrafo inteligente da Continental VDO, da segunda geração, que cumpre com a legislação do novo Pacote de Mobilidade. Além disso, teve em exposição os outros produtos que disponibiliza para veículos pesados: baterias Yuasa, lubrificantes Valvoline, produtos car care Sonax, ar condicionado e frigoríficos para pesados, sensores NOX, boosters e carregadores de baterias.



MAN **CAMIÕES**

O MAN ServiceCare, que pretende apoiar as frotas na gestão de manutenção e reparação, com informações abrangentes sobre o estado de cada componente dos vários veículos, foi divulgado no espaço da MAN Truck & Bus Portugal, onde foram também assinalados os 25 anos da empresa no nosso país. A MAN Driver App foi também outro dos destaques neste espaço, e regista, entre outras informações, tempos de condução e descanso, analisa o estilo de condução, e permite a pesquisa de concessionários, de informações sobre a marca, etc.



KUIK CAR **CAR CARE**

A Kuik Car esteve presente no certame pela primeira vez para dar a conhecer a sua marca de produtos car care, com foco nos produtos de manutenção e lavagem para veículos pesados. Durante o evento, o objetivo foi também encontrar novos parceiros e distribuídos a nível nacional.



MICHELIN **PNEUS**

Para além da gama de pneus de comerciais ligeiros e de pesados, a Michelin apresentou os serviços e soluções Connected Fleet, concebidos para proporcionar aos operadores e gestores de frota as ferramentas e a informação necessárias para cumprir com os desafios em matéria de redução de custos, para melhorar a produtividade, para manter a segurança dos motoristas e das mercadorias, e para gerir frotas mais sustentáveis.



LECITRAILER **SEMI-REBOQUES**

Para além de expor alguns semirreboques da marca, a Lecitrailer aproveitou este evento para destacar o enorme investimento que fez em Portugal, nomeadamente em Mangualde, com as suas novas instalações dedicadas sobretudo ao pós-venda e peças.



MOTORBUS **PEÇAS**

A Motorbus voltou a estar presente neste Salão com o principal objetivo de con-

solidar a relação com os seus parceiros e clientes, apresentando também toda a sua oferta de peças para pesados a potenciais clientes.



MOV SOLUÇÕES
PEÇAS

A Mov Soluções dedica-se à venda de ferramentas, equipamentos, acessórios e consumíveis maioritariamente para o setor automóvel e dos transportes e esteve presente para divulgar toda esta oferta aos visitantes. O destaque foi para a ferramenta elétrica da Makita, nomeadamente chaves de impacto, que esta empresa passou a disponibilizar com esta marca.



NEOPARTS
EQUIPAMENTOS

Como sempre o destaque deste stand foi para os pórticos de lavagem da Karcher. Porém, a grande novidade da Neoparts neste SNT foi para a nova marca representada, a Skill, ao nível das ferramentas elétricas, que assim vêm complementar o leque de oferta nas ferramentas.



NFORCE
SEMI-REBOQUES

Entre as diversas novidades que tinha em exposição, a NForce destacava que é o representante exclusivo em Portugal do Guillén Group, empresa líder na produção de semirreboques de lona e porta-contentores. Quer seja para o transporte de mercadorias gerais, quer sejam cargas especiais ou qualquer outro tipo de transporte, os semirreboques de lona e porta-contentores da Guillén apresentam uma gama muito diversificada.



PNEUS ALCAIDE
PNEUS

Num stand de grandes dimensões e com presença habitual desde a 1.ª edição do evento, a Pneus Alcaide teve em grande destaque o tema da sustentabilidade. A empresa tem novas gamas de pneus na recauchutagem, principalmente as gamas Goodyear e Maragoni. Além disso, publicitou o seu investimento numa plataforma informática para a gestão de frotas.



ROQUES
SEMI-REBOQUES

Com a compra da Legras pelo Grupo Benalu, a Roques tornou-se representante também desta marca especialista em pisos móveis e este foi um dos destaques da presença da empresa, que também comercializa Basculantes de alumínio e Obras Públicas da Benalu e os semirreboques de temperatura controlada Chereau.



SCHMITZ
SEMI-REBOQUES

A nova geração de semirreboques de transporte de inertes esteve em exposição na zona exterior do Salão. Estes veículos possuem uma tara otimizada, com vista a reduzir os custos de operação das frotas. O novo motor de frio monotemperatura S.KI S.CUD80 esteve também em exposição para os visitantes na zona exterior.



S. JOSÉ PNEUS
PNEUS

Pela segunda vez neste evento, a S. José Pneus destacou a nova marca representada,

a Fortune, do grupo Chengshan. A empresa optou por trabalhar esta marca por ter uma boa relação preço/qualidade, assim como a certificação TUV em vários pisos. A presença da empresa teve também como objetivo estar perto dos motoristas, por serem estes quem aconselham as frotas no momento de trocar pneus dos veículos.



SOBRALPNEUS 4PRO
PNEUS

A grande novidade da 4Pro, empresa do Grupo Sobralpneus é a representação oficial da marca de pneus Chengshan, certificada pela TUV, da qual a empresa distribui as gamas não só de pesados, mas também de ligeiros. No evento a empresa divulgou também a marca europeia Apollo, produzida pela Vredstein, da qual é representante oficial em Portugal. A gama de jantes Alcoa esteve também em exposição.



OLIPES
LUBRIFICANTES

A Olipes e a FJS contaram com a presença de engenheiros de fábrica, representantes, distribuidores e revendedores da marca Olipes em Portugal no seu espaço, que apresentaram aos visitantes a gama de produtos da Olipes para profissionais, tais como a sua gama de lubrificantes para motores Averoil, aprovados pela API.



PRIO
LUBRIFICANTES

Os cartões frota Prio Rede + e Prio Truck foram um dos focos da presença da Prio neste evento, assim como o novo ECO Diesel, disponibilizado pela empresa, com 15% de energia renovável, que pretende reduzir o consumo de combustível até - 5%, eliminar as impurezas no motor, reduzir os gastos com manutenção e também as emissões de gases com efeito de estufa em até 18%.



TOTALENERGIES

LUBRIFICANTES

A presença da TotalEnergies teve como intuito apresentar duas novidades: a gama de lubrificantes própria para pesados Rubia; a rede de oficinas Rubis Truck Services, dedicada aos veículos pesados, que inclui formação, imagem, apoio de marketing e técnico para as oficinas. A presença serviu para procurar novos aderentes para este conceito oficial. Além disso, esteve também em destaque a parceria com a rede Alltrucks no setor dos lubrificantes.



TRACKIT CONSULTING

SERVIÇOS

A empresa disponibiliza serviços de

telemetria. A grande novidade foi o sistema CCTV, que consiste em 2 câmaras instaladas na cabine do trator, para verificar a atividade do motorista. As câmaras giram, dando a possibilidade de colocar uma virada para a estrada, para realizar o registo fotográfico, no caso de uma travagem de emergência ou um acidente. A empresa já tem este sistema instalado em algumas transportadoras.



WASHTEC

LAVAGEM

Empresa alemã de referência em sistemas de lavagem para viaturas ligeiras e pesadas, esteve presente, para apresentar as soluções de lavagem, sendo este o primeiro ano que está diretamente presente nesta feira. A empresa disponibiliza soluções de lavagem económica tendo como foque a susten-

tabilidade. Para além dos equipamentos, a empresa comercializa também, como complemento, os produtos Auwa, que mais não são do que produtos de lavagem e cuidado “sustentáveis”.



ZFROST

FRIO DE TRANSPORTE

A ZFrost destacou o sistema Apache Cold Tracer. Através deste equipamento telemático, poderá haver um melhor controlo do transporte com sistemas de frio, já que este aparelho faz o controlo remoto de temperaturas, verifica o estado de abertura de portas, o estado do equipamento (ligado / desligado), horas de manutenção do equipamento, alertas de temperatura fora do intervalo definido e envio de ticket (via email) para o cliente. A transmissibilidade da informação online (wi-fi) é um dos seus pontos fortes.

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

HUMAN 

Fri, 15 Sep 2023

Knower celebrou três anos de atividade

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 39	IMPRESSIONS	125
MUV	5,000				
TAGS	Contact Centers				

No mercado desde 2020, a Knower, marca do Grupo Wellow que tem vindo a destacar-se como uma força inovadora no universo do outsourcing português, disponibilizando soluções especializadas que impulsionam o crescimento e a eficiência dos clientes de diversos sectores, celebrou ontem, 14 de setembro, o seu terceiro aniversário.

Com uma gama completa de serviços de Full e RH Outsourcing, a Knower tornou-se um nome incontornável no outsourcing nacional, operando em áreas tão distintas como Contact Center, Energia, Limpezas/ Manutenção, Logística, Merchandising, Saúde e Tecnologias de Informação (TI). Com mais de 1.100 colaboradores associados às várias frentes operacionais, dá resposta a cerca de 150 empresas clientes e em 2022 atingiu um volume de negócios superior a 22 milhões de euros.

Este aniversário fica marcado por diversos acontecimentos que, ao longo do ano, cimentaram o posicionamento da Knower enquanto empresa de referência em serviços de outsourcing: o lançamento do serviço premium e tailor made de baby sitting e governança, para um segmento de luxo (Knower Nannies e Knower Maids); a parceria com a LutherOne, plataforma tecnológica de gestão de recursos humanos que veio revolucionar a forma como as empresas comunicam, interagem, criam engagement e gerem as suas pessoas; o lançamento do novo website, uma porta de entrada para o universo Knower e que oferece uma experiência intuitiva e interativa a clientes, colaboradores e parceiros; e a Knower Business Conference, uma conferência corporativa exclusiva, focada nas empresas, no networking e na potenciação de oportunidades de negócio, que aconteceu a 23 de maio, em Linda-a-Velha.

Amílcar Gabriel, o chief executive officer (CEO), refere: «Celebrar mais um aniversário da

Knower é sempre um motivo de orgulho, quer pelos desafios que fomos superando ao longo destes últimos anos, quer por todos aqueles que nos esperam e que nos trarão ensinamentos e experiências únicas, contribuindo para o crescimento e solidez da Knower. Todas as conquistas e sucessos obtidos são fruto do trabalho de todas as pessoas que colaboram e se identificam com o projeto Knower, é a elas que endereço um especial agradecimento e às quais digo ter sido um enorme privilégio partilhar com elas este dia especial da Knower». ❁

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

IT CHANNEL (PT) 

Thu, 14 Sep 2023

Solução baseada em Azure OpenAI da Microsoft ajuda a levar inovação ao contact center da EDP

FREQUENCY	Monthly	MEDIA TYPE	Magazine	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 1,294	IMPRESSIONS	4,300
CIRCULATION	2150	DISTRIBUTION	N/A	SECTION	case study
PAGE	56	SIZE	1 page		
TAGS	Contact Centers				

por Marta Quaresma Ferreira

A solução, desenvolvida pela Singularity Digital Enterprise para a elétrica portuguesa, traz vantagens ao nível da automação, nomeadamente a possibilidade de converter de imediato voz em texto e uma análise à própria qualidade da informação presente na conversação

A EDP procurava uma forma de lidar com as interações dos seus clientes, garantindo uma melhoria ao nível da operação e da experiência do cliente.

A Microsoft Portugal e a Singularity Digital Enterprise desenvolveram assim, e em conjunto, uma solução baseada em Azure OpenAI para o trabalho no contact center da elétrica, possibilitando uma conversação imediata de voz para texto e uma análise automática de sentimento e qualidade da conversação.

A EDP encontra-se a trabalhar em Parceria com a Singularity Digital Enterprise num protótipo de forma a compreender como é que pode tirar partido dos áudios para transcrever conversas, resumir informações e fazer análises de qualidade de chamada e satisfação. Outro dos objetivos passa por recorrer à inteligência artificial para aumentar a capacidade dos operadores do contact center.

UMA SOLUÇÃO, VÁRIAS VANTAGENS

A solução, apresentada durante este ano num evento da Microsoft Portugal, oferece vantagens ao nível da identificação dos clientes e da possibilidade da interligação da própria solução com o CRM da empresa. Oferece ainda a disponibilização imediata de informações adicionais sobre o cliente e relatórios automáticos para a recolha de determinada informação, nomeadamente produtos e serviços mencionados durante a conversa, categorização, sumarização e qualidade da conversa.

Manuel Dias, Diretor Nacional de Tecnologia da Microsoft Portugal, defende que “é muito entusiasmante ver tantos e tão diferenciadores casos de uso, em Portugal, desta tecnologia, tanto no setor público como no setor privado. Esta nova vaga de tecnologia permite acelerar processos, aumentar a produtividade e otimizar o serviço ao cliente e este projeto deixou claro a aplicabilidade destas soluções”.

Com a disponibilização, de forma generalizada, do serviço Azure OpenAI, Manuel Dias acredita que mais empresas “podem seguir as pegadas da EDP e usar os modelos de IA mais avançados do mundo para criar aplicações de ponta e transformar os seus negócios”.

Na perspetiva de Pedro André Martins, CEO da Singularity Digital Enterprise, a organização “continua comprometida em fornecer soluções de inteligência artificial de alta qualidade para os seus clientes”. A solução, baseada em Azure Open AI e desenvolvida em Parceria com a EDP e que utiliza o poder da inteligência artificial para melhorar a experiência do cliente, culmina num contato com o cliente mais eficiente e personalizado, “permitindo aos operadores ter acesso imediato às informações relevantes”, remata o CEO, que destaca o trabalho em conjunto com a elétrica portuguesa para “criar soluções tecnológicas avançadas que transformem a forma como a empresa interage com os seus clientes”.

RESUMO

- A EDP, a Microsoft Portugal e a Singularity Digital Enterprise desenvolveram, em conjunto, uma solução para o contact center da elétrica;
- A solução, baseada em Azure OpenAI, apresenta um conjunto de vantagens para o trabalho diário nesta área;
- O objetivo da adoção desta solução passa por facilitar a operação e melhorar a experiência do cliente.

Solução baseada em Azure OpenAI da Microsoft ajuda a levar inovação ao contact center da EDP

A solução, desenvolvida pela Singularity Digital Enterprise para a elétrica portuguesa, traz vantagens ao nível da automação, nomeadamente a possibilidade de converter de imediato voz em texto e uma análise à própria qualidade da informação presente na conversação

por *Marta Quaresma Ferreira*



AEDP procurava uma forma de lidar com as interações dos seus clientes, garantindo uma melhoria ao nível da operação e da experiência do cliente.

A Microsoft Portugal e a Singularity Digital Enterprise desenvolveram assim, e em conjunto, uma solução baseada em Azure OpenAI para o trabalho no contact center da elétrica, possibilitando uma conversação imediata de voz para texto e uma análise automática de sentimento e qualidade da conversação.

A EDP encontra-se a trabalhar em Parceria com a Singularity Digital Enterprise num protótipo de forma a compreender como é que

pode tirar partido dos áudios para transcrever conversas, resumir informações e fazer análises de qualidade de chamada e satisfação. Outro dos objetivos passa por recorrer à inteligência artificial para aumentar a capacidade dos operadores do contact center.

UMA SOLUÇÃO, VÁRIAS VANTAGENS

A solução, apresentada durante este ano num evento da Microsoft Portugal, oferece vantagens ao nível da identificação dos clientes e da possibilidade da interligação da própria solução com o CRM da empresa. Oferece ainda a disponibilização imediata de informações adicionais sobre o cliente e relatórios automáticos para a recolha de determinada informação, nomeadamente produtos e serviços

mencionados durante a conversação, categorização, sumarização e qualidade da conversa.

Manuel Dias, Diretor Nacional de Tecnologia da Microsoft Portugal, defende que “é muito entusiasmante ver tantos e tão diferenciadores casos de uso, em Portugal, desta tecnologia, tanto no setor público como no setor privado. Esta nova vaga de tecnologia permite acelerar processos, aumentar a produtividade e otimizar o serviço ao cliente e este projeto deixou claro a aplicabilidade destas soluções”.

Com a disponibilização, de forma generalizada, do serviço Azure OpenAI, Manuel Dias acredita que mais empresas “podem seguir as pegadas da EDP e usar os modelos de IA mais avançados do mundo para criar aplicações de ponta e transformar os seus negócios”.

Na perspetiva de Pedro André Martins, CEO da Singularity Digital Enterprise, a organização “continua comprometida em fornecer soluções de inteligência artificial de alta qualidade para os seus clientes”. A solução, baseada em Azure Open AI e desenvolvida em Parceria com a EDP e que utiliza o poder da inteligência artificial para melhorar a experiência do cliente, culmina num contato com o cliente mais eficiente e personalizado, “permitindo aos operadores ter acesso imediato às informações relevantes”, remata o CEO, que destaca o trabalho em conjunto com a elétrica portuguesa para “criar soluções tecnológicas avançadas que transformem a forma como a empresa interage com os seus clientes”. ■

RESUMO

- A EDP, a Microsoft Portugal e a Singularity Digital Enterprise desenvolveram, em conjunto, uma solução para o contact center da elétrica;
- A solução, baseada em Azure OpenAI, apresenta um conjunto de vantagens para o trabalho diário nesta área;
- O objetivo da adoção desta solução passa por facilitar a operação e melhorar a experiência do cliente.

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

IT CHANNEL (PT) 

Thu, 14 Sep 2023

Redes e colaboração transformam nova era empresarial

FREQUENCY	Monthly	MEDIA TYPE	Magazine	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 1,294	IMPRESSIONS	4,300
CIRCULATION	2150	DISTRIBUTION	N/A	SECTION	especial it mobility
PAGE	44	SIZE	1 page		ADVERTORIAL

TAGS

Contact Centers

O cenário tecnológico e as dinâmicas de trabalho evoluíram drasticamente nos últimos tempos, impulsionados por uma série de fatores, incluindo a pandemia global. A necessidade de adaptação das redes e conectividade tornou-se uma prioridade incontestável, transformando a forma como as empresas operam e como os colaboradores interagem com os sistemas. Neste artigo, exploramos as mudanças significativas no ambiente de trabalho, focando na adaptação das redes e nas tecnologias de colaboração que estão a transformar a nova era empresarial.

ADAPTAÇÃO DAS REDES E CONECTIVIDADE: O PODER DO ACESSO REMOTO A capacidade de aceder aos recursos e informações, a partir de qualquer lugar, tornou-se uma necessidade fundamental nas organizações modernas. O acesso remoto, possibilitado pelos avanços tecnológicos, permitiu que as empresas se mantivessem operacionais mesmo quando as circunstâncias impedem o trabalho presencial. A implementação de novas arquiteturas de segurança, como a Secure Access Service Edge (SASE), desempenhou um papel vital na área da segurança. O SASE acelera a adoção de medidas de segurança baseadas na cloud, proporcionando uma camada de proteção abrangente em ambientes de trabalho remotos.

AUTENTICAÇÃO MULTIFATOR E POLÍTICAS DE SEGURANÇA: SALVAGUARDAR O ACESSO A cibersegurança ganhou uma importância ainda maior com a expansão do trabalho remoto. A autenticação multifator (MFA) emergiu como um componente crucial na proteção dos recursos digitais das empresas. Ao exigir múltiplos fatores de autenticação, como senhas ou reconhecimento biométrico, as organizações reduzem substancialmente o risco de acessos

não autorizados. Além disso, a implementação de políticas de segurança restritas ajuda a criar um ambiente mais seguro, garantindo que os colaboradores remotos cumprem os padrões de proteção de dados em conformidade.

COLABORAÇÃO REMOTA: SUPERAR A DISTÂNCIA

Tecnologias de colaboração, como Microsoft Teams, Zoom e outras plataformas, desempenham um papel fundamental em manter a colaboração eficiente em tempos de trabalho remoto. Os Call centers, por exemplo, testemunharam uma mudança marcante com a adoção do teletrabalho. As ferramentas de comunicação e produtividade garantiram que os agentes pudessem continuar a atender aos clientes, de forma eficaz, independentemente da sua localização geográfica.

CRIAÇÃO DE AMBIENTES HÍBRIDOS E COLABORATIVOS

A tendência dos ambientes de trabalho híbridos, onde os colaboradores alternam entre o escritório e o trabalho remoto, trouxe a necessidade de uma integração eficiente. Garantir que os colaboradores remotos se sintam igualmente incluídos durante as reuniões presenciais tornou-se uma prioridade. As salas de reuniões físicas são equipadas com tecnologias que permitem a participação remota sem esforço, garantindo que todos os participantes tenham uma boa experiência de colaboração.

ESCRITÓRIOS FLEXÍVEIS E PRODUTIVIDADE

Muitas empresas estão a transformar os seus escritórios em ambientes mais flexíveis. Esta abordagem permite que os colaboradores reservem espaços de trabalho, conforme seja necessário, aumentando assim a eficiência e a produtividade. Além disso, a integração destes espaços de trabalho, como salas de reuniões bem equipadas e recursos de conectividade, aprimoram a experiência do colaborador e impulsionam a colaboração.

CONCLUSÃO

A adaptação das redes e conectividade com a implementação de medidas de segurança e tecnologias de colaboração redefiniu o modo como as empresas operam. O acesso remoto, a autenticação multifator e as políticas de segurança são pilares da nova realidade empresarial. As tecnologias de colaboração uniram as equipas distantes, permitindo a continuidade das operações. Além disso, os ambientes híbridos e flexíveis promovem a produtividade e a colaboração, independentemente da localização dos colaboradores. Neste cenário, de constante evolução, a adaptação tecnológica é a chave para o sucesso empresarial.

INFO

decunify.com

Redes e colaboração transformam nova era empresarial

O cenário tecnológico e as dinâmicas de trabalho evoluíram drasticamente nos últimos tempos, impulsionados por uma série de fatores, incluindo a pandemia global. A necessidade de adaptação das redes e conectividade tornou-se uma prioridade incontestável, transformando a forma como as empresas operam e como os colaboradores interagem com os sistemas. Neste artigo, exploramos as mudanças significativas no ambiente de trabalho, focando na adaptação das redes e nas tecnologias de colaboração que estão a transformar a nova era empresarial.



ADAPTAÇÃO DAS REDES E CONECTIVIDADE: O PODER DO ACESSO REMOTO

A capacidade de aceder aos recursos e informações, a partir de qualquer lugar, tornou-se uma necessidade fundamental nas organizações modernas. O acesso remoto, possibilitado pelos avanços tecnológicos, permitiu que as empresas se mantivessem operacionais mesmo quando as circunstâncias impedem o trabalho presencial. A implementação de novas arquiteturas de segurança, como a Secure Access Service Edge (SASE), desempenhou um papel vital na área da segurança. O SASE acelera a adoção de medidas de segurança baseadas na cloud, proporcionando uma camada de proteção abrangente em ambientes de trabalho remotos.

AUTENTICAÇÃO MULTIFATOR E POLÍTICAS DE SEGURANÇA: SALVAGUARDAR O ACESSO

A cibersegurança ganhou uma importância ainda maior com a expansão do trabalho remoto. A autenticação multifator (MFA) emergiu como um componente crucial na proteção dos recursos digitais das empresas. Ao exigir múltiplos fatores de autenticação, como senhas ou reconhecimento biométrico,

as organizações reduzem substancialmente o risco de acessos não autorizados. Além disso, a implementação de políticas de segurança restritas ajuda a criar um ambiente mais seguro, garantindo que os colaboradores remotos cumprem os padrões de proteção de dados em conformidade.

COLABORAÇÃO REMOTA: SUPERAR A DISTÂNCIA

Tecnologias de colaboração, como Microsoft Teams, Zoom e outras plataformas, desempenham um papel fundamental em manter a colaboração eficiente em tempos de trabalho remoto. Os Call centers, por exemplo, testemunharam uma mudança marcante com a adoção do teletrabalho. As ferramentas de comunicação e produtividade garantiram que os agentes pudessem continuar a atender aos clientes, de forma eficaz, independentemente da sua localização geográfica.

CRIAÇÃO DE AMBIENTES HÍBRIDOS E COLABORATIVOS

A tendência dos ambientes de trabalho híbridos, onde os colaboradores alternam entre o escritório e o trabalho remoto, trouxe a necessidade de uma integração eficiente. Garantir que os

colaboradores remotos se sintam igualmente incluídos durante as reuniões presenciais tornou-se uma prioridade. As salas de reuniões físicas são equipadas com tecnologias que permitem a participação remota sem esforço, garantindo que todos os participantes tenham uma boa experiência de colaboração.

ESCRITÓRIOS FLEXÍVEIS E PRODUTIVIDADE


Muitas empresas estão a transformar os seus escritórios em ambientes mais flexíveis. Esta abordagem permite que os colaboradores reservem espaços de trabalho, conforme seja necessário, aumentando assim a eficiência e a produtividade. Além disso, a integração destes espaços de trabalho, como salas de reuniões bem equipadas e recursos de conectividade, aprimoram a experiência do colaborador e impulsionam a colaboração.

CONCLUSÃO

A adaptação das redes e conectividade com a implementação de medidas de segurança e tecnologias de colaboração redefiniu o modo como as empresas operam. O acesso remoto, a autenticação multifator e as políticas de segurança são pilares da nova realidade empresarial. As tecnologias de colaboração uniram as equipas distantes, permitindo a continuidade das operações. Além disso, os ambientes híbridos e flexíveis promovem a produtividade e a colaboração, independentemente da localização dos colaboradores. **Neste cenário, de constante evolução, a adaptação tecnológica é a chave para o sucesso empresarial.** ■

INFO
decunify.com

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

FRONTLINE LIFESTYLE & BUSINESS ONLINE 

Thu, 14 Sep 2023

Grupo Wellow™ - Revista FRONTLINE

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 39	IMPRESSIONS	125
MUV	5,000				
TAGS	Contact Centers				

A Knower™ marca de gestão de outsourcing do Grupo Wellow™ celebra dia 14 de setembro 3 anos de atividade.

No mercado desde 2020, a Knower™ tem se vindo a destacar como uma força inovadora no universo do outsourcing português, disponibilizando soluções especializadas que impulsionam o crescimento e a eficiência dos clientes de diversos setores de atuação.

Com uma gama completa de serviços de Full e RH Outsourcing, a Knower™ é hoje um nome incontornável no outsourcing nacional, operando em áreas tão distintas como os Contact Center, Energia, Limpezas/Manutenção, Logística, Merchandising, Saúde e Tecnologias de Informação. Com mais de 1.100 colaboradores associados às várias frentes operacionais, a Knower™ dá resposta a 150 empresas clientes e em 2022 atingiu um volume de negócios superior a 22M€.

Este aniversário fica marcado por diversos acontecimentos que, ao longo do ano, cimentaram o seu posicionamento enquanto empresa de referência em serviços de outsourcing. Desde o lançamento do serviço premium e tailor made de baby sitting e governança, para um segmento de luxo (Knower™ Nannies e Knower™ Maids); a parceria com a LutherOne, plataforma tecnológica de gestão de recursos humanos que veio revolucionar a forma como as empresas comunicam, interagem, criam engagement e gerem as suas pessoas; o lançamento do novo website, uma porta de entrada para o universo Knower™ e que oferece uma experiência intuitiva e interativa a clientes, colaboradores e parceiros; e a Knower™ Business Conference, uma conferência corporativa exclusiva, focada

nas empresas, no networking e na potenciação de oportunidades de negócio, que aconteceu a 23 de maio, em Linda-a-Velha.

Amílcar Gabriel, Chief Executive Officer, refere que «celebrar mais um aniversário da Knower™ é sempre um motivo de orgulho, quer pelos desafios que fomos superando ao longo destes últimos anos, quer por todos aqueles que nos esperam e que nos trarão ensinamentos e experiências únicas, contribuindo para o crescimento e solidez da Knower™». Acrescenta ainda que «todas as conquistas e sucessos obtidos são fruto do trabalho de todas as pessoas que colaboram e se identificam com o projeto Knower™, é a elas que endereço um especial agradecimento e às quais digo ser enorme privilégio partilhar com elas este dia especial da Knower™».

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

HUMAN 

Thu, 14 Sep 2023

«Semana Internacional dos Contact Centers»

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 39	IMPRESSIONS	125
MUV	5,000				
TAGS	APCC Contact Centers				

Desde o passado dia 10 e até 17 de setembro celebra-se, uma vez mais, a «Semana Internacional dos Contact Centers – SICCC», promovida pela APCC – Associação Portuguesa de Contact Centers e que conta este ano com o apoio da FIVE9. Com início em 2005, esta semana tem como objetivo promover o espírito de equipa entre os colaboradores que trabalham nos contact centers, contribuindo desta forma para credibilizar e prestigiar uma atividade que é cada vez mais relevante na economia portuguesa, ao empregar mais de 104 mil pessoas e atingir uma faturação superior a três mil milhões de euros.

Este ano a APCC voltou a lançar o desafio às empresas, convidando-as a participar na celebração com a elaboração de um vídeo de dois a três minutos com ações que espelhem a solidariedade e o espírito de equipa, entre os colaboradores, independentemente da função e da hierarquia, ao longo da semana. Estes trabalhos são sujeitos a uma avaliação por parte de um júri, e os troféus serão entregues aos vencedores no dia 3 de outubro, nas instalações da UACS – União de Associações de Comércio e Serviços, em Lisboa.

Ana Gonçalves, secretária-geral da APCC, refere: «As pessoas são o fator diferenciador do sucesso das operações dos contact centers, pelo que incentivar o convívio e o bem-estar dos colaboradores é essencial nesta atividade. A APCC tem vindo a trabalhar continuamente no reconhecimento do sector, através da dinamização de ações que promovem a valorização pessoal e em equipa, com vista ao crescimento profissional nas empresas.»

Mais informações aqui . ✨

RECURSOS HUMANOS E GESTÃO
human
 ASSINAR REVISTA NEWSLETTER CONTACTOS In | Follow 11.935
 NOTÍCIAS ARTIGOS ENTREVISTAS VÍDEOS EVENTOS FORMAÇÃO LIFESTYLE REVISTA HUMAN PESQUISAR ...



«Semana Internacional dos Contact Centers»



14 SETEMBRO, 2023

Desde o passado dia 10 e até 17 de setembro celebra-se, uma vez mais, a «Semana Internacional dos Contact Centers – SICC», promovida pela APCC – Associação Portuguesa de Contact Centers e que conta este ano com o apoio da FIVE9. Com início em 2005, esta semana tem como objetivo promover o espírito de equipa entre os colaboradores que trabalham nos *contact centers*, contribuindo desta forma para credibilizar e prestigiar uma atividade que é cada vez mais relevante na economia portuguesa, ao empregar mais de 104 mil pessoas e atingir uma faturação superior a três mil milhões de euros.

Este ano a APCC voltou a lançar o desafio às empresas, convidando-as a participar na celebração com a elaboração de um vídeo de dois a três minutos com ações que espelhem a solidariedade e o espírito de equipa, entre os colaboradores, independentemente da função e da hierarquia, ao longo da semana. Estes trabalhos são sujeitos a uma avaliação por parte de um júri, e os troféus serão entregues aos vencedores no dia 3 de outubro, nas instalações da UACS – União de Associações de Comércio e Serviços, em Lisboa.

Ana Gonçalves, secretária-geral da APCC, refere: «As pessoas são o fator diferenciador do sucesso das operações dos *contact centers*, pelo que incentivar o convívio e o bem-estar dos colaboradores é essencial nesta atividade. A APCC tem vindo a trabalhar continuamente no reconhecimento do sector, através da dinamização de ações que promovem a valorização pessoal e em equipa, com vista ao crescimento profissional nas empresas.»

Mais informações [aqui](#).



< Artigo anterior Próximo artigo >



Politécnico de Setúbal
Mestros e Pós-graduações
 Cursos superiores em:
 Engenharia e Tecnologia
 Ciências Sociais, Educação e Desporto
 Ciências Empresariais
 Saúde

Quem sabe as surpresas que o futuro reserva às empresas

REVISTA HUMAN

Número 144, julho-agosto de 2023



PRÓXIMOS EVENTOS

Conferência Human 2023
 Novembro, 9 @ 8:00 - 17:00 UTC+0

[Ver todos os Eventos](#)

MAIS RECENTES


14 SETEMBRO, 2023
 Nos 100 anos da Disney
Zippy lança coleção cheia de magia

14 SETEMBRO, 2023
«Semana Internacional dos Contact Centers»

14 SETEMBRO, 2023
Sonae apresenta estratégia de sustentabilidade

Publicamos cookies neste site para analisar o tráfego, memorizar as suas preferências, otimizar a sua experiência e apresentar publicidade.
[Preferências de privacidade](#) [Concordo](#)

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

EXPRESSO ONLINE 

Wed, 13 Sep 2023

“Telemarketers”: como os vídeos gravados há 20 anos num call center foram fundamentais para construir um grande documentário

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 27,341	IMPRESSIONS	86,935
MUV	3,477,400				
TAGS	Contact Centers				

Sam Lipman-Stern, correalizador desta oportuna minissérie da HBO Max, tinha apenas 14 anos quando, há mais de duas décadas, começou a trabalhar no Civic Development Group (CDG), uma manhosa empresa americana de telemarketing que não tardou a crescer a olhos vistos. Para o então adolescente Sam, os trocos que lhe entravam no bolso não eram nada de deitar fora. Superavam facilmente qualquer emprego temporário em restaurantes fast food.

E se aquele era o destino de dezenas de outros adolescentes que se tinham dado mal com os estudos e abandonado o ensino secundário, trocando-o pelo skate ou pelos graffiti, também ali iam parar ex-presidiários em liberdade condicional, ligados ao narcotráfico, assim como toxicodependentes das mais variadas substâncias que precisavam de alimentar o vício. Como se pode imaginar, aquele ambiente de trabalho precário era imprevisível, bastante agitado, muito distraído para alguns e assim permaneceu uma série de anos (“podias beber cerveja ou fumar um charro, desde que fizesses vendas estava tudo bem...”). Os telefones ainda eram fixos. E ainda tinham teclas.

Sam aproveitou a situação para filmar com uma câmara de vídeo o que se passava à sua volta nos escritórios da CDG, e as horas acumularam-se naturalmente, sem que o rapaz soubesse realmente o que fazer com elas. Essas imagens são o ponto de partida de

“Telemarketers”. Mas não são apenas isso: é que, sem se dar conta, Sam acabou por filmar espontaneamente todo um modus operandi do capitalismo mais selvagem e mais absurdo. É o call center olhado enquanto ‘câmara dos horrores’, janela para uma nova tendência de escravagismo dos nossos dias que continua a perpetuar-se. A CDG em que Sam Lipman-Stern começou a trabalhar, entretanto, não parou de crescer, abrindo filiais sem conta em cidades vergadas pela crise e faturando muitos milhões de dólares com esquemas absolutamente indecentes.

Um dos ‘exercícios’ levava os trabalhadores a ‘atacarem’ as vítimas do outro lado da linha em nome de instituições de beneficência relacionadas com bombeiros, veteranos de guerra, polícia ou doentes oncológicos. À medida que os bolsos dos patrões enchiam, as condições de ‘trabalho’ iam ficando cada vez mais desumanas. Os empregados que não faziam uma certa quantidade de chamadas ou que não asseguravam um mínimo diário de verbas eram despedidos. Com aqueles que se encontravam em liberdade condicional, o método era simplesmente o da chantagem: toda a gente envolvida tinha consciência que estava a cometer um crime.

> Um dos ‘exercícios’ levava os trabalhadores a ‘atacarem’ as vítimas do outro lado da linha em nome de instituições de beneficência

No início do primeiro episódio de “Telemarketers”, Sam Lipman-Stern pergunta-se (e pergunta-nos) se os arquivos que ele nunca apagou podem, de facto, dar origem a um documentário. Há uma altura em que ele até troça de si próprio e se vê como uma espécie de Michael Moore que não quer trair a verdade (e Michael Moore tem a ‘mania’ de falar em nome dela...). De facto, Sam sabe que a ‘prova do crime’ está no found footage, em todos aqueles momentos feitos e ditos de livre vontade em que nunca ninguém ligou patavina ao que ele filmava (e muitas vezes ele filmava com os pés, acrescentando-se). Acontece que, certo dia, este material em bruto chegou aos olhos da equipa de Danny McBride, autor e guionista de David Gordon Green, responsável pela série “The Righteous Gemstones”, que tem a faca afiada para a sátira.

Esse mesmo material foi visto pelos irmãos Josh e Benny Safdie, os autores de “Good Time” e “Uncut Gems”. Todos eles ficaram deliciados com a capacidade reveladora das imagens de Sam, espantados pela bizarria e pelo uso intensivo da palavra “scumbags”. De facto, há qualquer coisa de punk na atitude desta “escumalha” que se orgulhava de ser o “lixo da sociedade” nos escritórios do CDG. É engraçado que os ‘heróis’ desta série, pessoas como Sam, são os protagonistas da fraude e vítimas dela em simultâneo, deram imenso dinheiro a ganhar mas nem por isso ganharam grande coisa, foram idiotas úteis, figuras patéticas, losers sem remédio — não ficamos por isso nada admirados de encontrar os Safdie creditados como produtores executivos, estas figuras têm a exata medida das personagens

dos irmãos cineastas de Nova Iorque.

Não é preciso ver-se “Telemarketers” até ao fim para se entender que este foi mesmo um caso sério, investigado a seu tempo pelas autoridades. A empresa de intrujões foi exemplarmente punida com multa colossal. Multa essa que não impediu que o mesmo modelo de negócio continuasse a ser replicado com maior ou menor eficácia, pelos quatro cantos do mundo, até hoje... Raras vezes na TV de hoje se descobriu uma série que representasse a frustração com este grau de honestidade. “Telemarketers” fala-nos muito disso e a “escumalha”, aqui, tem mesmo uma voz autêntica. ✱

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

PONTOS DE VISTA 

Wed, 13 Sep 2023

Semana Internacional dos Contact Centers já começou - Revista Pontos de Vista

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 39	IMPRESSIONS	125
MUV	5,000				
TAGS	APCC Contact Centers				

Com início em 2005, esta semana tem como objetivo promover o espírito de equipa entre os Colaboradores que trabalham nos Contact Centers, contribuindo desta forma para credibilizar e prestigiar uma atividade que é cada vez mais relevante na economia portuguesa, ao empregar mais de 104 mil pessoas e atingir uma faturação superior a 3 mil milhões de euros.

Este ano a APCC voltou a lançar o desafio às Empresas, convidando-as a participar nesta celebração, e que consiste na elaboração de um pequeno vídeo de 2/3 min com ações que espelhem a solidariedade e o espírito de equipa, entre os Colaboradores, independente da sua função e hierarquia, ao longo dessa semana. Estes trabalhos são sujeitos a uma avaliação por parte de um júri independente. Os troféus serão entregues aos vencedores no dia 3 de outubro, nas instalações da UACS (União de Associações de Comércio e Serviços), em Lisboa.

Ana Gonçalves, Secretária-Geral da APCC, lembra que: "As pessoas são o fator diferenciador do sucesso das operações dos Contact Centers, pelo que incentivar o convívio e o bem-estar dos Colaboradores é essencial nesta atividade. A APCC tem vindo a trabalhar continuamente no reconhecimento do Setor, através da dinamização de ações que promovem a valorização pessoal e em equipa, com vista ao crescimento profissional nas empresas".

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

O ALMEIRINENSE 

Tue, 12 Sep 2023

O Contact Center da Goldenergy é top: somos finalistas no ECCCS Awards

FREQUENCY	N/A	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 96	IMPRESSIONS	305
MUV	12,200				
TAGS	APCC Contact Centers				

O que é mais importante para uma empresa do que valorizar as iniciativas sustentáveis? Certamente será valorizar as pessoas, tanto as de dentro como as de fora da empresa!

Com um forte compromisso com estes dois pilares, o Serviço de Atendimento ao Cliente da Goldenergy tem conquistado cada vez mais espaço e reconhecimento no mercado europeu.

De facto, esta comercializadora amiga do ambiente tem colecionado diversos prémios nacionais e internacionais ao longo dos seus quinze anos.

O mais recente destaque da Goldenergy é fazer parte dos Top 10 em 5 categorias dos ECCCS Awards, que destacam a qualidade do seu contact center, o uso das tecnologias, a experiência do cliente, entre outros fatores.

Mas já conhece os prémios ECCCS Awards? Nós explicamos tudo a seguir.

O que são os ECCCS Awards? Os European Contact Centre & Customer Service Awards (ECCCSAs) são o maior concurso de Contact Centers da Europa!

Há 23 anos, os ECCCSAs reconhecem e premeiam os serviços de atendimento ao cliente de excelência de diversos setores empresariais europeus.

Nos prémios de 2022, mais de 1250 profissionais de 34 países participaram na noite de entrega, e tiveram os seus esforços reconhecidos.

Este ano, o Serviço de Atenção ao Cliente da Goldenergy concorre com empresas nacionais e internacionais e está entre os finalistas de 5 categorias dos prémios ECCCSAs:

Contact Center of Year;

Greatest Impact of Artificial Intelligence;

Most Effective Learning and Development Program;

Best Customer Service Team (Large);

Best Customer Experience (small team).

De mencionar que nas categorias Contact Center of Year, Most Effective Learning and Development Program e Best Customer Service Team (Large) a Goldenergy é a única empresa portuguesa nos Top 10!

Mais do que nunca, isto demonstra que o compromisso da Goldenergy com a sua equipa e os clientes é uma característica que a diferencia de muitas empresas portuguesas.

Afinal, a Goldenergy sabe que agir local, pensar global só é possível quando o bom trabalho das equipas é reconhecido e quando os clientes confiam na qualidade do serviço prestado.

E como prova de que o compromisso desta comercializadora vai além do fator ambiental, os prémios que a Goldenergy conquistou nos últimos anos falam por si próprios!

Prémios conquistados pela Goldenergy Em 2022, a Goldenergy ficou em 3º lugar entre as empresas de energia com contact centers de gestão própria, no âmbito do APCC Best Awards ,

Ainda no ano passado, a Goldenergy entrou para o Ranking de Empresas do Merco Líderes 2022 , ocupando o 72º lugar entre as 100 empresas de melhor reputação em Portugal.

Também em 2022 esta comercializadora de eletricidade 100% renovável conquistou os Troféus Call Center nas categorias Atendimento nas Redes Sociais e Atendimento em Língua Estrangeira.

Em 2022 e em 2023, dois colaboradores da Goldenergy ganharam os Prémios Fortius promovidos pela APCC : em 2022 a Inês Monteiro foi considerada a 2ª “Melhor Agente de Call

Center” do país e, em 2023, o Victor Máximo ficou nos Top 3.

Já em 2023, a Goldenergy ganhou pelo terceiro ano o Prémio Escolha do Consumidor na categoria de empresas de Energias 100% Renováveis.

Afinal, são ou não são muitas as provas de que o Serviço de Atendimento ao Cliente da Goldenergy trabalha com foco na excelência?

Pelo seu histórico de conquistas e por reconhecer o próprio esforço, a Goldenergy sabe que entrar para a lista de finalistas dos ECCCSAs é um indicador de que se está num bom caminho .

E por saber que um futuro melhor se constrói com as boas escolhas de hoje, a Goldenergy mantém o seu compromisso com o uso de fontes renováveis e com os consumidores.

Se já é cliente Goldenergy, sabe de onde vem a eletricidade verde que consome, que os preços que paga são baixos, que os seus painéis solares são feitos de materiais de última tecnologia e que tem acesso a faturas claras e sem complicações.

Mas se ainda não é cliente, do que está à espera? Não importa se pretende aderir ao autoconsumo ou simplesmente contratar a eletricidade verde da Goldenergy.

O que importa é aderir às boas energias da Goldenergy! Ligue para 808 205 005 ou 259 348 634 e mude já para esta comercializadora amiga do ambiente e do seu bolso! ✨

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

PÚBLICO 

Fri, 08 Sep 2023

Altice poderá estar a estudar venda de parte do negócio em Portugal e França

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Newspaper	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 3,265	IMPRESSIONS	45,142
CIRCULATION	22571	DISTRIBUTION	N/A	SECTION	Economia
PAGE	24	SIZE	200 cc		
TAGS	Contact Centers				

Ana Brito

Plano de redução de dívida poderá levar empresa de Patrick Drahi a desfazer-se de acções das operações de telecomunicações

A Altice tem assessores em “todas as geografias” a analisar a possibilidade de venda de activos, o que poderá levar à venda de posições nas empresas de telecomunicações em Portugal (Meo) e França (SFR), noticiou ontem a Bloomberg, com base em informação que terá sido partilhada pelo líder da Altice France, Arthur Dreyfuss, numa reunião com representantes dos trabalhadores.

De acordo com a Bloomberg, que cita uma fonte anónima, Dreyfuss explicou que a Altice nomeia regularmente consultores para efectuarem avaliações estratégicas dos seus activos e adiantou que a venda dos data centers em França e Portugal estará concluída este Outono. Também está a ser estudada a possibilidade de venda de dívida.

A Reuters noticia que o grupo de Patrick Drahi mandatou os bancos Lazard, BNP Paribas, Morgan Stanley e Goldman Sachs para avaliarem os activos na Europa, de modo a analisar possíveis vendas para reduzir o endividamento do grupo: perto de 55 mil milhões de euros, considerando o negócio dos Estados Unidos da América.

Além da SFR e da Altice Portugal, estarão igualmente neste lote de activos a Altice

Dominicana e a plataforma de distribuição de conteúdos publicitários online Teads, refere a Reuters, citando uma fonte próxima do dossier, que pediu o anonimato.

Na quarta-feira, o jornal francês Les Echos noticiou que Drahi (que comprou a antiga PT à brasileira Oi em 2015) está perto de fechar um acordo com o fundo de infra-estruturas da Morgan Stanley para vender a totalidade, ou parte, dos seus 92 centros de dados em França, avaliados em mil milhões de euros. A Morgan Stanley foi a entidade a que a Meo vendeu 49,99% da sua rede de fibra.

Têm surgido notícias sobre a possível venda do centro de dados da Covilhã, por mais de 100 milhões de euros, ao fundo Horizon Equity Partners, do ex-secretário de Estado Sérgio Monteiro, que já comprou, em consórcio com a Morgan Stanley, torres de comunicações à Altice Portugal.

Na apresentação de contas da Altice França, em Agosto, a empresa já tinha admitido que estavam a ser estudadas várias opções para reduzir a dívida, nomeadamente a venda de activos não-estratégicos, como os call center. Operações de consolidação ou venda de posições de capital foram outros caminhos apontados.

A Altice, controlada por Patrick Drahi, procura formas de reduzir uma dívida de 55 mil milhões de euros

Altice poderá estar a estudar venda de parte do negócio em Portugal e França

Ana Brito

Plano de redução de dívida poderá levar empresa de Patrick Drahi a desfazer-se de acções das operações de telecomunicações

A Altice tem assessores em “todas as geografias” a analisar a possibilidade de venda de activos, o que poderá levar à venda de posições nas empresas de telecomunicações em Portugal (Meo) e França (SFR), noticiou ontem a Bloomberg, com base em informação que terá sido partilhada pelo líder da Altice France, Arthur Dreyfuss, numa reunião com representantes dos trabalhadores.

De acordo com a Bloomberg, que

cita uma fonte anónima, Dreyfuss explicou que a Altice nomeia regularmente consultores para efectuarem avaliações estratégicas dos seus activos e adiantou que a venda dos *data centers* em França e Portugal estará concluída este Outono. Também está a ser estudada a possibilidade de venda de dívida.

A Reuters noticia que o grupo de Patrick Drahi mandatou os bancos Lazard, BNP Paribas, Morgan Stanley e Goldman Sachs para avaliarem os activos na Europa, de modo a analisar possíveis vendas para reduzir o endividamento do grupo: perto de 55 mil milhões de euros, considerando o negócio dos Estados Unidos da América.

Além da SFR e da Altice Portugal, estarão igualmente neste lote de acti-

vos a Altice Dominicana e a plataforma de distribuição de conteúdos publicitários *online* Teads, refere a Reuters, citando uma fonte próxima do dossier, que pediu o anonimato.

Na quarta-feira, o jornal francês *Les Echos* noticiou que Drahi (que comprou a antiga PT à brasileira Oi em 2015) está perto de fechar um acordo com o fundo de infra-estruturas da Morgan Stanley para vender a totalidade, ou parte, dos seus 92 centros de dados em França, avaliados em mil

milhões de euros. A Morgan Stanley foi a entidade a que a Meo vendeu 49,99% da sua rede de fibra.

Têm surgido notícias sobre a possível venda do centro de dados da Covilhã, por mais de 100 milhões de euros, ao fundo Horizon Equity Partners, do ex-secretário de Estado Sérgio Monteiro, que já comprou, em consórcio com a Morgan Stanley, torres de comunicações à Altice Portugal.

Na apresentação de contas da Altice França, em Agosto, a empresa já tinha admitido que estavam a ser estudadas várias opções para reduzir a dívida, nomeadamente a venda de activos não-estratégicos, como os *call center*. Operações de consolidação ou venda de posições de capital foram outros caminhos apontados.



A Altice, controlada por Patrick Drahi, procura formas de reduzir uma dívida de 55 mil milhões de euros

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

SAÚDE ONLINE 

Thu, 07 Sep 2023

Linha de prevenção do suicídio disponibiliza atendimento contínuo no fim de semana

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 49	IMPRESSIONS	157
MUV	6,280				
TAGS	Contact Centers				

A SOS Voz Amiga é constituída por voluntários que diariamente atendem, entre as 15:30 e as 00:30, quem liga para esta linha (213 544 545; 912 802 669; 963 524 660) destinada a ajudar pessoas que se encontram em situações de sofrimento causadas pela solidão, ansiedade, depressão ou risco de suicídio.

Para assinalar o Dia Mundial da Prevenção do Suicídio (10 de setembro), a associação vai promover “uma jornada contínua de 48 horas” como tem feito em anos anteriores, disse o presidente da SOS Voz Amiga, Francisco Paulino, contando que poder prestar ajuda 24 horas por dia a quem precisa é “um sonho antigo” da associação, que não é possível concretizar porque “vive da generosidade das pessoas”.

“Temos os nossos compromissos profissionais e também familiares e daí só conseguirmos dar esta ajuda diária entre as 15:30 e 00:30”, lamentou Francisco Paulino, adiantando que, neste momento, o serviço conta com 56 voluntários e vai iniciar uma nova formação na segunda quinzena de setembro em que entrarão mais 18 voluntários.

Apesar de o número de voluntários ser maior do que em outros anos, o responsável disse que a resposta à população “não pode ser muito maior” por se tratar de um serviço “muito desgastante a nível emocional”. “Os voluntários fazem um serviço por semana no máximo, porque precisam também de algum período de descanso para estabilizar as suas emoções, porque há chamadas muito pesadas”, disse, referindo que os voluntários se reúnem

semanalmente com as técnicas de saúde mental da associação para “tentar amenizar algum desgaste, algum desconforto” decorrente das chamadas “mais complicadas”, que chegam a durar entre duas e três horas.

“Se um voluntário está duas ou três horas a atender, porque é necessário, não está disponível para mais ninguém. E nós não somos propriamente um call center, não temos os voluntários todos ao mesmo tempo, porque é impossível. Portanto, nunca vamos conseguir muito mais e fazemos um esforço imenso”, comentou.

Relativamente ao número de chamadas atendidas, afirmou que nos “anos mais complicados” da covid-19 (2020/2021) houve um aumento substancial de pedidos, que depois decresceram ligeiramente, tendo-se mantido na ordem das 9.000 chamadas. “Mas alguma coisa ficou ainda desse período [da covid-19]. Já estamos em 2023, um pouco distantes, mas o que notamos é que a ansiedade criada na maior parte das pessoas, tanto naqueles que já sofriam de problemas de saúde mental, como no resto da população, aumentou imenso e neste momento é uma das situações mais colocadas nas nossas linhas”, salientou.

O número de chamadas motivadas por depressão e doenças psíquicas mantém-se equivalente ao período antes da pandemia, disse Francisco Paulino, notando uma mudança no perfil dos utentes: agora há pessoas de todas as faixas etárias, enquanto antes eram maioritariamente mulheres com idades entre os 45 e os 55 anos.

Para Francisco Paulino, as linhas de apoio são “um complemento do Serviço Nacional de Saúde” que “não dá para as encomendas”, porque há poucos especialistas e psicólogos. “Se nós pensarmos que a primeira consulta leva cerca de um ano a ser marcada, que as pessoas que já estão a ser acompanhadas e que precisam de acompanhamento recorrente esperam três e quatro meses entre cada consulta, ou se quiserem ir a um privado a consulta ronda os 100 euros (...) a maior parte das pessoas não pode pagar. Então o que é que resta? Existimos nós”, salientou.

Contudo, acrescentou: “Atendendo à quantidade de pessoas que estão a necessitar de apoio, nós não damos necessariamente para as encomendas e sem uma ajuda oficial, nunca vamos conseguir”.

Sobre o Dia Mundial da Prevenção do Suicídio, afirmou que, “apesar do estigma que a palavra suicídio ainda envolve, é muito importante falar” sobre o tema. “Havia a ideia de que falar podia acelerar as coisas para quem tem ideação suicida, mas não. Falar é essencial, partilhar com alguém o problema que está a viver é essencial, porque nós costumamos dizer que um problema não compartilhado só tem tendência a aumentar, portanto é muito

importante continuar a falar de saúde mental”, defendeu.

Segundo a Organização Mundial de Saúde, todos os anos, mais de 700.000 pessoas põem termo à vida.

LUSA

Notícia relacionada

FAUSTO AMARO. “TODO O SUICÍDIO É UMA MORTE EVITÁVEL”

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

PÚBLICO ONLINE 

Thu, 07 Sep 2023

Altice poderá estar a estudar venda de parte do negócio em Portugal e França

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 25,341	IMPRESSIONS	80,574
MUV	3,222,960				
TAGS	Contact Centers				

Plano de redução de dívida poderá levar a empresa liderada por Patrick Drahi a desfazer-se de acções das operações de telecomunicações na Europa e República Dominicana.

A Altice tem assessores em “todas as geografias” a analisar a possibilidade de venda de activos, o que poderá levar à venda de posições nas empresas de telecomunicações em Portugal (Meo) e França (SFR), noticiou a Bloomberg esta quinta-feira, com base em informação que terá sido partilhada pelo líder da Altice France, Arthur Dreyfuss, numa reunião com representantes dos trabalhadores.

De acordo com a Bloomberg, que cita uma fonte anónima, Dreyfuss explicou na reunião desta quinta-feira que a Altice nomeia regularmente consultores para efectuarem avaliações estratégicas dos seus activos e adiantou que a venda dos data centers em França e Portugal estará concluída este Outono. Também está a ser estudada a possibilidade de venda de dívida.

A Reuters noticia que o grupo controlado por Patrick Drahi mandatou pelo menos quatro bancos – Lazard, BNP Paribas, Morgan Stanley e Goldman Sachs – para avaliarem os activos na Europa, de modo a analisar possíveis vendas para reduzir o endividamento do grupo: perto de 55 mil milhões de euros, considerando o negócio dos Estados Unidos da América.

Além da SFR e da Altice Portugal, estarão igualmente neste lote de activos a operação na República Dominicana (Altice Dominicana) e a plataforma de distribuição de conteúdos publicitários online Teads, refere a Reuters, citando uma fonte próxima do dossiê, que pediu

o anonimato.

Na quarta-feira, o jornal francês Les Echos noticiou que Patrick Drahi (que comprou a antiga Portugal Telecom à brasileira Oi em 2015) estará já perto de fechar um acordo com o fundo de infra-estruturas da Morgan Stanley para vender a totalidade, ou uma parte, dos seus 92 centros de dados em França, avaliados em mil milhões de euros.

Na apresentação de resultados da Altice França, no início de Agosto, a empresa já tinha admitido que estavam a ser estudadas várias opções para reduzir a dívida, nomeadamente a venda de activos não-estratégicos, como os call center, mas não só. Operações de consolidação ou venda de posições de capital foram outros caminhos apontados.

Têm surgido notícias sobre a possível venda do centro de dados da Covilhã, por mais de 100 milhões de euros, ao fundo Horizon Equity Partners, do ex-secretário de Estado Sérgio Monteiro, que já comprou, em consórcio com a Morgan Stanley, torres de comunicações à Altice.

Recorde-se que a Morgan Stanley Infrastructure Partners foi a entidade a que a Meo vendeu uma posição de 49,99% da sua rede de fibra, com um encaixe na ordem dos 1,5 mil milhões de euros, dando origem à empresa Fast Fiber.

A notícia de uma hipotética venda da Altice Portugal reaparece frequentemente, mas neste momento coincide com a investigação judicial em Portugal ao alegado esquema de corrupção e fraude fiscal que envolve o co-fundador português da Altice, Armando Pereira, e o seu parceiro de negócios, Hernâni Antunes.

Na sequência da investigação, a empresa confirmou que foram afastados 15 trabalhadores em vários países e tem garantido que o sucedido não terá impacto nos negócios do grupo. ❁


[PÚBLICO](#)
[NOTÍCIAS](#)
[HOTÉIS](#)
[BASTONETAS](#)
[BARREIROS](#)
[PROFESSORES](#)
[VENDEDORES](#)
[SETORES](#)
[MÁS...](#)

TELECOMUNICAÇÕES

Altice poderá estar a estudar venda de parte do negócio em Portugal e França

Plano de redução de dívida poderá levar a empresa liderada por Patrick Drahi a deslizar-se de ações das operações de telecomunicações na Europa e República Dominicana.

Ana Brito
7 de Setembro de 2023, 17:16



A Altice tem assessores em "todas as geografias" a analisar a possibilidade de venda de ativos, o que poderá levar à venda de posições nas empresas de telecomunicações em Portugal (Oisla) e França (SFR), noticiou a Bloomberg na quinta-feira, com base em informações que terá sido partilhada pelo líder da Altice France, Arthur Dreyfus, numa reunião com representantes dos trabalhadores.

Leia os artigos que quiser, até ao fim.
Com uma assinatura PÚBLICO tem acesso imediato a todos os conteúdos e a esta página especial.

De acordo com a Bloomberg, que cita uma fonte anónima, Dreyfus explicou no encontro desta quinta-feira que a Altice nomeia regularmente consultores para efectuarem análises estratégicas dos seus ativos e admitiu que a venda dos dois países em França e Portugal estaria concluída este Outono. Também está a ser estudada a possibilidade de venda de dívidas.

A fontes noticiou que o grupo controlado por Patrick Drahi mandou pelo menos quatro bancos - Lazard, BNP Paribas, Morgan Stanley e Goldman Sachs - para avaliar os ativos na Europa, de modo a analisar possíveis vendas para reduzir o endividamento do grupo por cerca de 55 mil milhões de euros, considerando o negócio dos Estados Unidos da América.

Além da SFR e da Altice Portugal, estando igualmente neste lote de ativos a operação na República Dominicana (Oisla Dominicana) e a plataforma de distribuição de conteúdos publicitárias online Trade, refere a Reuters, citando uma fonte próxima do dossê, que pediu o anonimato.

Na quarta-feira, o jornal francês Les Echos noticiou que Patrick Drahi (que comprou a antiga Portugal Telecom à brasileira Oi em 2010) está já perto de fechar um acordo com o fundo de alta estrutura da Morgan Stanley para vender a totalidade, ou uma parte, dos seus 92 centros de dados em França, avaliados em mil milhões de euros.

Na apresentação de resultados da Altice France, no início de Agosto, a empresa afirmou admitiu que estava a ser estudadas várias opções para reduzir a dívida, nomeadamente a venda de ativos não estratégicos, como os call centers, mas não as. Operações de consolidação ou venda de posições de capital foram outros caminhos apontados.

Têm surgido notícias sobre a possível venda do resto de dados da Corelia, por mais de 100 milhões de euros, ao fundo Hoxton Equity Partners, do ex-secretário de Estado Sérgio Monteiro, que já comprou, em consórcio com a Morgan Stanley, terras de comunicações à Altice.

Recorde-se que a Morgan Stanley Infrastructure Partners é a entidade a que a MEO vendeu uma posição de 49,99% da sua rede de fibra, com um resgate no valor de 1,5 mil milhões de euros, dando origem à empresa Fast Fiber.

A notícia de uma hipotética venda da Altice Portugal reaparece frequentemente, mas neste momento coincide com a investigação judicial em Portugal ao alegado esquema de corrupção e fraude fiscal que envolve o ex-fundador português da Alcoa, Armando Pereira, e o seu parceiro de negócios, Hermano Imanes.

Na sequência da investigação, a empresa confirmou que foram afetados 15 trabalhadores em vários países e tem garantido que o sucedido não terá impacto nos negócios do grupo.

Os leitores são a força e a vida do jornal
Assine o PÚBLICO

O contributo do PÚBLICO para a vida democrática e cívica do país reside na força da relação com os seus leitores. Quanto maior for o apoio dos leitores, maior será a nossa legitimidade e a relevância do nosso jornalismo. Assine o PÚBLICO e também um artigo Altice, um sinal de empenho na defesa de uma sociedade aberta, baseada na lei e na razão em favor de todos os, por contra-palavras, na recusa do populismo e da manipulação para protelagem de alguns.

Ferroir

Terceira e última edição dedicada ao vinho que traz este produto de acordo com a melhor regulamentação que pode ser aplicada, com o melhor preço e com o melhor conteúdo, para garantir a melhor qualidade e, obviamente, com todos os serviços que lhe são devidos. O vinho é um produto essencial para a vida e a saúde, e a melhor maneira de garantir a sua qualidade é através da seleção de produtores e produtores de vinho de primeira linha. O vinho é um produto essencial para a vida e a saúde, e a melhor maneira de garantir a sua qualidade é através da seleção de produtores e produtores de vinho de primeira linha.

Assine para receber a última edição regular e gratuita

Assine o PÚBLICO e ganhe 3 meses grátis de acesso à FERROIR

Compre uma subscrição do PÚBLICO e ganhe 3 meses grátis de subscrição da FERROIR para enviar ao mesmo endereço de entrega.

Assine aqui

Assine o PÚBLICO e ganhe 3 meses grátis de acesso à FERROIR

Compre uma subscrição do PÚBLICO e ganhe 3 meses grátis de subscrição da FERROIR para enviar ao mesmo endereço de entrega.

Assine aqui



Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

CENTROTV 

Tue, 05 Sep 2023

Goldenergy: opiniões dos clientes sobre as tarifas e serviços

FREQUENCY	N/A	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 70	IMPRESSIONS	221
MUV	8,840				
TAGS	APCC Contact Centers				

As opiniões sobre a Goldenergy são cada vez melhores! Afinal, esta comercializadora consegue prestar um serviço de máxima qualidade sem por isso cobrar preços altos.

Mas afinal, que vantagens uma comercializadora deve oferecer para que a queira contratar em sua casa?

Esta questão pode elencar diversas respostas, mas seguramente há duas imprescindíveis: o preço baixo e a qualidade do serviço .

E os clientes que não abrem mão destas duas vantagens fazem sempre uma boa escolha: aderem às boas energias da Goldenergy!

No entanto, é curioso que, apesar de estas serem duas grandes vantagens da Goldenergy, de facto não são a maior preocupação da empresa.

Na opinião da Goldenergy, as questões ambientais são de extrema importância e, portanto, a sustentabilidade está presente no dia a dia desta comercializadora.

Nesse sentido, a Goldenergy garante uma oferta de eletricidade 100% verde e amiga do ambiente aos seus clientes domésticos e empresariais.

Ou seja, a eletricidade que a Goldenergy fornece é obtida através da força do vento e da

água, da luz do sol e de outras fontes renováveis.

Para além disso, as opiniões sobre a Goldenergy destacam o facto de esta empresa investir no autoconsumo com a comercialização de painéis solares.

Dessa forma, os clientes mais poupadinhos pagam menos pela eletricidade que consomem, enquanto garantem um lar mais verde e sustentável!

É ou não é uma boa ideia aderir a esta comercializadora cheia de vantagens?

É para ver que as opiniões sobre a Goldenergy refletem a satisfação dos clientes , apresentamos a seguir as principais opiniões sobre as tarifas e os serviços da Goldenergy.

Como pode ver, a maioria dos clientes emitem boas opiniões sobre a Goldenergy, destacando tanto os preços baixos como a qualidade do serviço da comercializadora.

De facto, a Goldenergy é uma das poucas comercializadoras que não subiu o valor do kW/h . Por isso, o seu tarifário consegue ser ainda mais baixo do que o de algumas comercializadoras do mercado regulado.

Mas se com algumas empresas o barato acaba por sair caro, isto não se aplica à Goldenergy. As opiniões dos clientes refletem a qualidade do serviço de atendimento ao cliente.

Tanto nas lojas Goldenergy como via telefónica é possível ser atendido por profissionais atentos às suas necessidades. Dessa forma, os clientes sentem-se satisfeitos e seguros por saber que fizeram bem ao aderir às boas energias da Goldenergy.

O compromisso da Goldenergy com os seus clientes é tão grande que a qualidade do seu serviço já foi reconhecida através de vários prémios.

No ano passado, no âmbito do APCC Best Awards, a Goldenergy ficou em 3º lugar entre as empresas de energia com contact centers de gestão própria .

Ainda em 2022, esta comercializadora conquistou os Troféus Call Center nas categorias Atendimento nas Redes Sociais e Atendimento em Língua Estrangeira.

Em 2023 a Goldenergy ganhou pelo terceiro ano consecutivo o Prémio Escolha do Consumidor , na categoria de empresas de Energias 100% Renováveis.

Por fim, em 2022 e em 2023, dois colaboradores da Goldenergy ganharam os Prémios

Fortius promovidos pela APCC, que reconhece os “Melhores Agentes de Call Center”.

Como pode ver, não são apenas os clientes que dão boas opiniões sobre a Goldenergy. Com muita seriedade e compromisso, esta comercializadora tem conquistado o respeito do mercado português.

Não é por acaso que atualmente são mais de 500 mil clientes a contarem com as boas energias da Goldenergy!

Que tal se juntar a eles e aderir ainda hoje a esta eletricidade 100% verde? Ligue para 808 205 005 ou 259 348 634 e mude já para a Goldenergy.

Porque um amanhã mais sustentável constrói-se com as boas escolhas de hoje! ✨

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

DINHEIRO VIVO 

Sun, 03 Sep 2023

Teleperformance quer elevar setor turístico através da inovação

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 7,734	IMPRESSIONS	24,592
MUV	983,680				
TAGS	Contact Centers				

Multinacional focada em melhorar o atendimento ao cliente tem suscitado o interesse da indústria e até já fechou parceria com a TAP.

A Teleperformance continua empenhada em elevar o setor turístico em Portugal. Através do departamento de Travel & Tourism, criado há cerca de 15 anos, a multinacional francesa tem-se dedicado ao desenvolvimento de soluções que visam melhorar o serviço ao cliente, por meio da combinação do contacto humano e novas tecnologias, sendo cada vez mais as empresas da indústria que recorrem aos seus serviços.

Apesar de o turismo ter estado no "olho do furacão" quando a pandemia surgiu, desde o início de 2022 que a área de negócio tem conseguido recuperar, diz João Taborda, vice-presidente do departamento, em entrevista ao Dinheiro Vivo. Aliás, segundo o mesmo, este é um dos verticais que mais contribuem atualmente para que a empresa continue a apresentar uma taxa de crescimento global de 15%.

Desde a gestão de redes sociais, em colaboração com programas de vendas, ao atendimento ao cliente omnicanal, que vai da fase de informação à reserva, a missão da Teleperformance passa por oferecer aos seus parceiros um serviço completo, capaz de acompanhar toda a jornada dos turistas. O pós-reserva também não fica de fora, ocupando-se de questões como reembolsos, reemissões, gestão de programas de fidelização e serviços de backoffice.

"Garantimos rigor operacional, através de metodologias robustas, aplicação das melhores práticas observadas a nível global e sistemas de controlo e monitorização das operações em

tempo real", explica o responsável. Os benefícios vão da otimização de processos à redução dos custos de exploração, em resultado não só da extinção do desperdício operacional, como também da automação e digitalização.

O Cloud Campus Beyond Borders, em concreto, é uma das soluções que tem melhorado o desempenho do negócio de Travel & Tourism. Este sistema inclui um centro de comando que permite aos clientes coordenarem a atividade nas localizações por si escolhidas, servindo de ponto de contacto para as equipas. Já do lado da transformação digital, milhares de especialistas estão encarregues de identificar oportunidades de melhoria nas operações, como, por exemplo, a migração para sistemas telefónicos mais eficientes.

Em território nacional, onde está presente desde 1994, a Teleperformance já conta com nove escritórios, dos quais seis em Lisboa, e uma equipa de 14 mil colaboradores, de mais de 110 nacionalidades. O objetivo até 2026 é atingir os 18 mil trabalhadores, sendo a intenção contratar três mil até ao final deste ano. Entre clientes nacionais e internacionais, já são cerca de 89 os que compõem a carteira da multinacional no país.

Na lista, inclui-se a TAP. A companhia aérea fechou acordo para, nos próximos três anos, ser a Teleperformance a comandar o seu atendimento ao cliente à escala global nas áreas de help desk, contact center, Miles&Go e, de futuro, redes sociais. A parceria, que tem como principal objetivo reduzir o tempo de resposta e a melhoria da qualidade do serviço ao cliente, terá permitido uma "expansão significativa" do portefólio de clientes e envolvido um reforço de 700 colaboradores dedicados exclusivamente ao setor do turístico.

Quanto aos resultados iniciais, indica o vice-presidente, "têm sido bastante promissores". ❁