



APCC - Associação Portuguesa de
Contact Center

WED, 05 JUL 2023

Table of Contents

HEADLINE	OUTLET	PUBLISHED AT
WhatsApp passa estar incluído no Service Cloud da Salesforce para personalizar conversas com consumidores	Computerworld	Wed, 21 Jun 2023
Salesforce inclui Whatsapp no Service Cloud para personalizar conversas com consumidores – InforGames	InforGames	Tue, 20 Jun 2023
Organização, velocidade e confiança. Quais são as “chaves” para tirar maior partido dos dados?	Sapo - Tek	Fri, 16 Jun 2023
Ikea. Trabalhadores do call center estão a tornar-se “designers” de interiores	Jornal Económico	Tue, 13 Jun 2023
ChatGPT diz que empregos dos operários fabris ou contabilistas estão em risco no futuro - Felgueiras Magazine	Felgueiras Magazine	Fri, 09 Jun 2023

KPI Summary



5

Articles



17.49k

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.

COMPUTERWORLD 

Wed, 21 Jun 2023

WhatsApp passa estar incluído no Service Cloud da Salesforce para personalizar conversas com consumidores

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 119	IMPRESSIONS	378
MUV	15,120				
TAGS	Contact Centers				

Segundo a Gartner 80% as empresas de serviço ao cliente que vão abandonar aplicações móveis nativas, substituindo-as por serviços de mensagem, até 2025.

O Whatsapp no Service Cloud, será uma ferramenta preciosa para que as empresas possam conectar-se com os seus clientes de forma eficiente, com recurso a dados e a Inteligência Artificial (IA).

Segundo a Gartner, 80% das empresas de serviço ao cliente vão abandonar aplicações móveis nativas, substituindo-as por serviços de mensagem, até 2025. Com mais de dois mil milhões de utilizadores, o Whatsapp é a plataforma preferencial de contacto com amigos, familiares e, a partir de agora, com empresas. Aliás, 66% dos consumidores online indicam que o serviço de mensagens é a forma preferencial de contacto com uma empresa.

Por outro lado, 83% dos consumidores afirmam serem mais leais a empresas que fornecem experiências consistentes entre departamentos. Com a integração do Whatsapp no Salesforce Customer 360, as empresas podem agora fornecer essas experiências em escala e de forma eficiente através de qualquer serviço ou touchpoint de marketing.

> “Com o Whatsapp for Service, Marketing e, em breve, Commerce, combinado com as capacidades de IA, Dados e CRM da Salesforce, as empresas podem construir perfis de clientes mais fortes e com informações mais fidedignas, permitindo interações

personalizadas e eficientes em qualquer canal ou porta de entrada, seja através de bots inteligentes do Einstein, ou de agentes com respostas generativas a partir do Einstein GPT.” explica Ryan Nichols, Vice-Presidente sénior e Diretor Geral de Contact Center na Salesforce Service Cloud.

Com a integração do Whatsapp no Service Cloud, as empresas têm a possibilidade de :

- * Personalizar todas as conversas com IA e com base em dados: ao unificar os dados de todos os canais e sistemas, as empresas podem personalizar as interações na plataforma de negócios do WhatsApp, com insights e recomendações inteligentes.
- * Escalar a automação do atendimento self-service 24 horas por dia, sete dias por semana: ao integrar chatbots com inteligência artificial no WhatsApp, as equipas de atendimento podem aumentar o desvio de casos bem-sucedidos e simplificar as resoluções, automatizando tudo, desde perguntas simples e repetitivas como “Onde está meu pedido?” a processos complexos de várias etapas, como a substituição de um item perdido.

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.

INFORGAMES 

Tue, 20 Jun 2023

Salesforce inclui Whatsapp no Service Cloud para personalizar conversas com consumidores – InforGames

FREQUENCY	N/A	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 51	IMPRESSIONS	162
MUV	6,480				
TAGS	Contact Centers				

A Salesforce, empresa tecnológica multinacional líder em Customer Relationship Management (CRM), acaba de anunciar que vai disponibilizar o Whatsapp no Service Cloud, para que as empresas possam conectar-se com os seus clientes de forma eficiente, com recurso a dados e a Inteligência Artificial (IA).

Segundo a consultora Gartner, 80% das empresas de serviço ao cliente vão abandonar aplicações móveis nativas, substituindo-as por serviços de mensagem, até 2025. Com mais de dois mil milhões de utilizadores, o Whatsapp é a plataforma preferencial de contacto com amigos, familiares e, a partir de agora, com empresas. Aliás, 66% dos consumidores online indicam que o serviço de mensagens é a forma preferencial de contacto com uma empresa.

Por outro lado, 83% dos consumidores afirmam serem mais leais a empresas que fornecem experiências consistentes entre departamentos. Com a integração do Whatsapp no Salesforce Customer 360, as empresas podem agora fornecer essas experiências em escala e de forma eficiente através de qualquer serviço ou touchpoint de marketing.

Com a integração do Whatsapp no Service Cloud, as empresas podem:

* Personalizar todas as conversas com IA e com base em dados: ao unificar os dados de todos os canais e sistemas, as empresas podem personalizar as interações na plataforma de negócios do WhatsApp, com insights e recomendações inteligentes.

* Escalar a automação do atendimento self-service 24 horas por dia, sete dias por semana: ao integrar chatbots com inteligência artificial no WhatsApp, as equipas de atendimento podem aumentar o desvio de casos bem-sucedidos e simplificar as resoluções, automatizando tudo, desde perguntas simples e repetitivas como “Onde está meu pedido?” a processos complexos de várias etapas, como a substituição de um item perdido.

> “Com o Whatsapp for Service, Marketing e, em breve, Commerce, combinado com as capacidades de IA, Dados e CRM da Salesforce, as empresas podem construir perfis de clientes mais fortes e com informações mais fidedignas, permitindo interações personalizadas e eficientes em qualquer canal ou porta de entrada, seja através de bots inteligentes do Einstein, ou de agentes com respostas generativas a partir do Einstein GPT.” explica Ryan Nichols, Vice-Presidente sénior e Diretor Geral de Contact Center na Salesforce Service Cloud.

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.

SAPO - TEK 

Fri, 16 Jun 2023

Organização, velocidade e confiança. Quais são as “chaves” para tirar maior partido dos dados?

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 2,706	IMPRESSIONS	8,604
MUV	344,160				
TAGS	Contact Centers				

Ao SAPO TEK, Andrew Donaher, Vice President, Consulting, AI, Data & Digital, da CGI, realça como uma abordagem “Speed to Trusted Action” assume um papel cada vez mais relevante, permitindo às organizações tirar mais partido dos dados para tomarem decisões informadas.

À medida que as empresas avançam no seu processo de transformação digital, há um crescente volume de dados com que têm de lidar. Mas como explica Andrew Donaher, Vice President, Consulting, AI, Data & Digital, da CGI, em entrevista ao SAPO TEK, “o que é mais importante para as organizações não é necessariamente a quantidade de dados, mas sim a capacidade que têm para utilizá-los”.

Para o responsável, que esteve em Portugal ainda no mês passado para a conferência Future of Innovation da IDC, onde fez parte de um painel centrado em torno da tema “Speed to Trusted Action”, a capacidade de utilização de dados tem de ser um “ponto-chave” para as organizações líderes.

“O que estamos a ver é que as organizações líderes não são concebidas para tirar partido do volume de dados, mas sim para tirarem o maior partido das capacidades de engenharia e gestão de dados”, de modo a executarem análises eficientes e para “levarem os dados para os sítios certos”, realça Andrew Donaher.

Neste contexto, a abordagem “Speed to Trusted Action” assume um papel relevante e, como detalha, é cada vez mais o foco de muitos líderes de organizações na área da inteligência artificial, mas também de Analytics . “Os líderes das organizações querem saber se podem confiar nos dados que têm à sua frente e se podem confiar nas respostas dadas pela análise da informação de modo a fazerem ajustes e a tomarem as medidas necessárias”, explica.

Todos os segundos contam e, neste mundo, as equipas centradas na análise e engenharia de dados precisam de “estar preparadas para dar respostas de forma eficiente e eficaz” . Já do lado dos líderes das organizações, perceber como estas equipas estão organizadas “é importante para assegurar que operam de forma eficiente e eficaz” no desenvolvimento e distribuição de modelos.

Mas como é que esta abordagem pode ser posta em prática? O responsável deixa dois casos de implementação bem-sucedida. No primeiro dos casos, Andrew Donaher recorda que durante a pandemia de COVID-19, o Centro para o Controlo de Doenças da província da Colúmbia Britânica (BCCDC), no Canadá, estava a ser “inundado” por pedidos de informação, dos call centers às caixas de correio eletrónico, passando por pesquisas no website.

Uma das equipas do CGI estava a apoiar o BCCDC e, para ajudar as pessoas a chegar à informação que precisavam, optou-se pela implementação de um chatbot com IA . O projeto permitiu não só cumprir esse objetivo, mas também dar à equipa a possibilidade de perceber quais eram os tópicos em que as pessoas tinham mais interesse, ajudando a tomar decisões mais rapidamente .

O segundo caso, também passado no Canadá, relaciona-se com um outro projeto do CGI com a BC Cancer Society. O objetivo passou por ajudar as pessoas a encontrar a informação que precisavam, através de um chatbot, apoiando os profissionais de saúde a lidar com o alto volume de pedidos que estavam a receber por parte do público.

À semelhança do caso anterior, o objetivo foi cumprido e permitiu que a equipa chegasse a uma conclusão interessante. “Uma das coisas que percebemos durante esta iniciativa foi que as pessoas nem sempre queriam falar com outras sobre determinadas condições de saúde” , conta Andrew Donaher.

“As pessoas queriam primeiro pesquisar, recorrendo a chatbots, para aprender alguma informação sobre processos e condições antes de falarem pessoalmente com um profissional de saúde”, detalha. “É interessante, porque partimos sempre do princípio que o público vai querer sempre falar com uma pessoa”.

Embora admita que estas “ferramentas não são desenhadas para serem uma solução para

tudo e todos” podem ser uma útil ferramenta para as organizações em determinados casos e “quando usadas de modo adequado”, permitindo seguir uma abordagem “speed to trusted action”. “Conseguimos aceder a informação que é exata e em que podemos confiar para tomarmos decisões informadas rapidamente”, realça,

É certo que existem desafios, em particular no que toca em “ter pessoas suficientes com as competências certas”, tendo em conta questões como “a atual mudança demográfica da força laboral” e a escassez de talento, à semelhança do que se está a passar em outros setores.

Além de colaboradores com competências para a área de análise e engenharia de dados, Andrew Donaher afirma que são também necessárias pessoas que saibam “estabelecer as regras, diretrizes e processos de governance em torno da ética da IA”.

Com a crescente popularização de soluções baseadas em IA, o responsável enfatiza que as possibilidades das organizações vão hoje “muito além do que eram há uma década”. Atualmente “é muito difícil de ignorar o impacto dos modelos de linguagem de grande escala” para o sector dos dados, digital e Analytics.

Andrew Donaher acredita que, nos próximos cinco anos, a tecnologia vai tornar-se ainda mais ubíqua, acompanhada por avanços no que respeita “à ética e às diretrizes para ajudar as organizações a compreender onde e quando utilizar estas soluções”, destacando o progresso feito, por exemplo, na União Europeia em relação à proposta do AI Act. ✱

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.

JORNAL ECONÓMICO 

Tue, 13 Jun 2023

Ikea. Trabalhadores do call center estão a tornar-se “designers” de interiores

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 2,586	IMPRESSIONS	8,221
MUV	328,840				
TAGS	Contact Centers				

A Ikea tem estado a formar os seus trabalhadores dos call centers para serem também consultores de design de interiores, no âmbito do alargamento de serviços disponibilizados pelo grupo sueco do mobiliário e decoração. Nos últimos dois anos, cerca de 8.500 funcionários fizeram esse curso especializado.

Os números foram avançados esta terça-feira pela agência “Reuters”, que revelou ainda que o bot baseado em Inteligência Artificial (IA) – a “Billie”, como a gama de estantes – tratou de quase metade (47%) das chamadas dos clientes para os centros de contacto desde 2021.

“Estamos empenhados em fortalecer a empregabilidade dos colegas de trabalho na Ingka, através de aprendizagem, desenvolvimento e requalificação ao longo da vida, e acelerar a criação de novos empregos”, afirmou Ulrika Biesert, manager global de Pessoas e Cultura da Ingka.

Questionada pela Reuters sobre se acha que o aumento da utilização de IA levará a um corte no número de trabalhadores da empresa, a gestora neerlandesa declarou: “Não é isso que estamos a ver agora”.

Em meados do passado mês de abril, a Ikea expandiu o leque de serviços oferecidos para passar a ter design de interiores em mercados como o Reino Unido e os Estados Unidos. Em Portugal, os clientes pagam 25 euros por hora para consultoria online e a partir de 199 euros para receberem uma proposta de projeto de design de interiores para uma divisão de casa com imagens 3D, segundo o preçário consultado pelo Jornal Económico.

No ano fiscal de 2022, as vendas de produtos e serviços de design de interiores da Ingka através de telefone ou videochamada representaram 1,3 mil milhões de euros, o que representa 3,3% do total das receitas. À agência, o grupo Ingka adiantou que pretende aumentar essa percentagem para 10% até 2028. *

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.

FELGUEIRAS MAGAZINE 

Fri, 09 Jun 2023

ChatGPT diz que empregos dos operários fabris ou contabilistas estão em risco no futuro - Felgueiras Magazine

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

No futuro, várias profissões podem estar em risco devido ao avanço da automação, inteligência artificial e outras tecnologias disruptivas. Embora seja difícil prever exatamente quais profissões serão afetadas, existem algumas áreas que enfrentam maiores desafios. Aqui estão algumas delas:

1. Trabalhadores da indústria manufatureira: Com a automação e a robótica a avançar na indústria, muitos empregos de linha de produção e tarefas repetitivas na manufatura podem ser substituídos por máquinas. Isso pode afetar a procura por operários e trabalhadores de montagem.
2. Motoristas de camião e estafetas: Com o desenvolvimento dos veículos autónomos e o crescimento do comércio eletrónico, a procura por motoristas de camião e estafetas pode diminuir. À medida que a tecnologia avança, é possível que esses empregos sejam automatizados.
3. Caixas de supermercado e operadores de call center: Com o aumento das compras online e a automação de tarefas de atendimento ao cliente, profissões como caixas de supermercado e operadores de call center podem ser substituídas por sistemas automatizados e chatbots.
4. Trabalhadores de escritório em funções administrativas: Com o avanço da inteligência artificial e da automação de tarefas de rotina, algumas funções administrativas em escritórios, como processamento de dados, preparação de relatórios e gestão de documentos, podem ser automatizadas.

5. Profissões relacionadas com contabilidade e finanças: Com o desenvolvimento de softwares de contabilidade e soluções automatizadas, algumas tarefas contábeis e financeiras podem ser automatizadas, reduzindo a necessidade de profissionais nesses campos.

6. Profissões ligadas à construção civil: Com o avanço da construção modular e da robótica na construção, algumas tarefas de construção civil, como alvenaria e montagem de estruturas, podem ser automatizadas, reduzindo a demanda por trabalhadores nessas áreas.

É importante destacar que a automação também pode criar novas oportunidades de emprego em setores emergentes, como inteligência artificial, ciência de dados, tecnologia da informação e desenvolvimento de software. Além disso, habilidades humanas únicas, como criatividade, empatia, pensamento crítico e tomada de decisões complexas, continuarão a ser valorizadas no mercado de trabalho. Portanto, é provável que ocorra uma reestruturação do mercado de trabalho em Portugal, com algumas profissões sendo substituídas e outras evoluindo para se adaptar às mudanças tecnológicas.