

negocios

Tudo numa só ligação | 16.01.2006

Diante de milhares de queixas no Procon, empresas como a Telefônica apostam num novo modelo de atendimento ao consumidor

Por Denise Carvalho

O enredo é conhecido. O consumidor entra em contato com uma central de atendimento telefônico para reclamar de um produto ou serviço. Perde um tempão explicando o problema. A ligação -- "muito importante para nós" -- é transferida. O cliente tem, então, de recomeçar da estaca zero. Se tiver azar, pode ser jogado para um terceiro, quarto ou quinto operador. A novela, ao som de Mozart ou Vivaldi, pode se arrastar por horas. Se a linha não cair, se a paciência não acabar e se a lei das probabilidades deixar de valer por alguns instantes, com sorte alguém vai entender e resolver o problema. No mais das vezes, o resultado do atendimento telefônico será nulo. O principal motivo para isso é uma regra perversa em vigor no mercado -- as empresas de call center costumam receber pela quantidade de chamadas atendidas ou pelo tempo de atendimento, não pelo número de problemas resolvidos. Só agora essa regra começou a ser contestada.

A tentativa de resolver qualquer problema na primeira ligação vem tomando conta das centrais de atendimento no Brasil nos últimos três anos. Bancos e empresas de cartão de crédito foram os primeiros a perceber que precisavam resolver rapidamente as solicitações para aumentar a satisfação dos clientes. Agora, no setor de telecomunicações, Telefônica, Telemar e Brasil Telecom também começam a usar sistemas parecidos. "Esse é o caminho certo", diz Petronio Nogueira, consultor de telecomunicações da Accenture. "Quando o operador é remunerado pelo número de ligações, ele tende a se desfazer rápido dos clientes para atender ao maior número de chamadas." Desde a privatização dos serviços de telefonia no país, em 1998, a qualidade de atendimento arrastou a Telefônica, uma das maiores empresas de telefonia fixa do país, às primeiras posições no ranking de reclamações do Procon de São Paulo. "A Telefônica se vangloria de resolver mais de 90% das reclamações que chegam ao Procon", diz Leila Cordeiro, técnica do órgão. "Mas o bom serviço é aquele que atende à solicitação rapidamente e dispensa o consumidor de recorrer aos órgãos de defesa." O clima de insatisfação chegou a tal ponto que, em 2002, o Ministério Público e a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) determinaram que a empresa abrisse lojas para atender os clientes. Desde então, a operadora foi obrigada a criar mais de 650 postos de atendimento em todo o estado.

Diante da enxurrada de queixas, a Telefônica passou em março a remunerar os atendentes da Atento, companhia que controla as centrais de atendimento da operadora, por problemas resolvidos no primeiro contato dos clientes, e não mais pelo volume de ligações atendidas. Com isso, os bônus distribuídos aos atendentes podem representar até 30% do salário. Os clientes que ainda são transferidos contam agora com um recurso por meio do qual o primeiro atendente acompanha a conversa com outro operador, evitando a necessidade de o usuário repetir sua queixa a cada passo. "Precisávamos acabar com o pingue-pongue na central de atendimento", diz Odimar Almeida Filho, vice-presidente de negócios comerciais e residenciais da Telefônica. "Com esse novo sistema, queremos reverter a imagem ligada ao atendimento ruim." Para colocar esse sistema em funcionamento, mais de 2 400 operadores passaram por um treinamento de 45 dias para obter informações sobre os serviços prestados e a legislação do setor. "Agora eles têm mais autonomia para tomar decisões e resolver as solicitações", diz Nelson Armbrust, vice-presidente de clientes da Atento. Com o novo sistema de atendimento, 89% dos problemas já são resolvidos no primeiro contato -- ante 60% antes da mudança. O volume de ligações mensais que a Telefônica recebia caiu de 5 milhões para 3 milhões, e os custos com o serviço da central de atendimento foram reduzidos em 25%. Por fim, a média mensal de solicitações no Procon caiu

mais de 60%.

