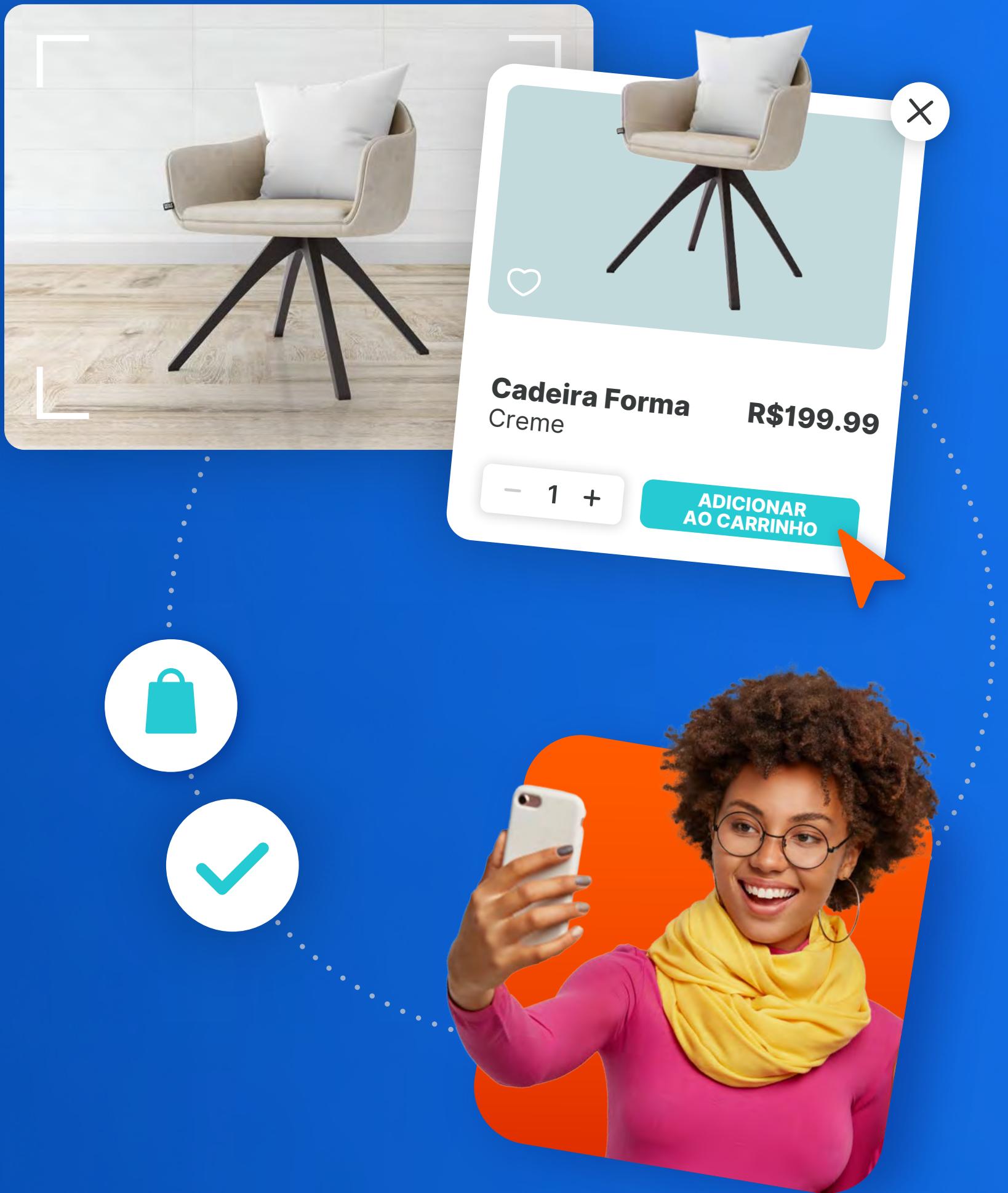




Oito tendências que moldarão as comunicações empresariais em 2022

A comunicação baseada na nuvem está evoluindo rapidamente - descubra o que ainda está por vir, de acordo com especialistas em engajamento do cliente.





Uma mensagem do CEO da Infobip

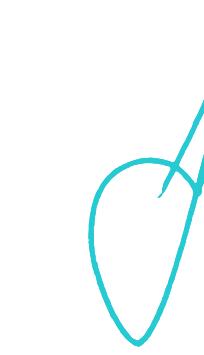
Se já houve um ano em que as empresas precisaram abraçar com ousadia a mudança e aproveitar as oportunidades, esse ano é 2022.

A pandemia forçou as organizações a redefinirem a forma como interagem com os clientes. Muitas dessas mudanças resultaram em formas mais eficientes e eficazes de conduzir relacionamentos – sejam consultas médicas por vídeo, chatbots para transações bancárias ou aplicativos mais centrados no usuário para clientes de varejo.

Eu falo como consumidor, quando digo que as empresas não podem simplesmente voltar às velhas formas de fazer as coisas depois que a pandemia acabar. Precisamos manter o foco em tornar as interações mais eficientes, mais agradáveis e menos demoradas – sejam em um ambiente online, offline ou uma combinação de ambos.

Estamos em uma jornada digital maravilhosa, da qual não podemos mais sair. O ano de 2022 terá mais oportunidades do que nunca: uma chance de redefinir formas de trabalhar de acordo com as necessidades das pessoas que realmente importam - clientes e funcionários.

Com as tecnologias de comunicação em nuvem no centro desta oportunidade, confio que estas tendências para 2022 - apontadas por nossos especialistas aqui da Infobip - se mostrarão interessantes e úteis.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Silvio Kutić".

Silvio Kutić

índice

Introdução: Um novo mundo para navegar	4
Tendência 01: As empresas procuram simplificar as comunicações	5
Tendência 02: Início dos preparativos para o Metaverso	7
Tendência 03: Trabalho híbrido significa reformular a comunicação	9
Tendência 04: Os benefícios do 5G se tornam tangíveis	11
Tendência 05: A Inteligência Artificial torna as interações com os clientes mais humanas	13
Tendência 06: As empresas de plataforma se concentram no crescimento do engajamento	15
Tendência 07: O momento determinante para autenticação e segurança	17
Tendência 08: PMEs se tornando omnicanais	19
Conclusão: Foco nos sentimentos	21

Um novo mundo para navegar

As grandes mudanças pelas quais o mundo está passando com certeza influenciarão significativamente a forma como as empresas conduzem seus relacionamentos com clientes e colaboradores em 2022.

A digitalização das estratégias de comunicação tendem apenas a acelerar - não importa o curso que a pandemia tomar. As expectativas dos clientes em relação à experiência digital que recebem também evoluirão mais rápido do que nunca. Enquanto isso, em meio a problemas contínuos com a disponibilidade de estoque, muitas empresas descobrirão que a CX se torna um diferenciador ainda mais importante.

É claro que os desenvolvedores terão a tarefa de criar novas experiências digitais para clientes e colaboradores - usando várias APIs de comunicação e construindo novas. As soluções já prontas

de engajamento na nuvem também serão ferramentas de negócios cruciais. A boa notícia é que mais pontos de contato digitais darão às organizações uma visão melhor de seus clientes, o que, por sua vez, deve levar a uma experiência do cliente melhor.

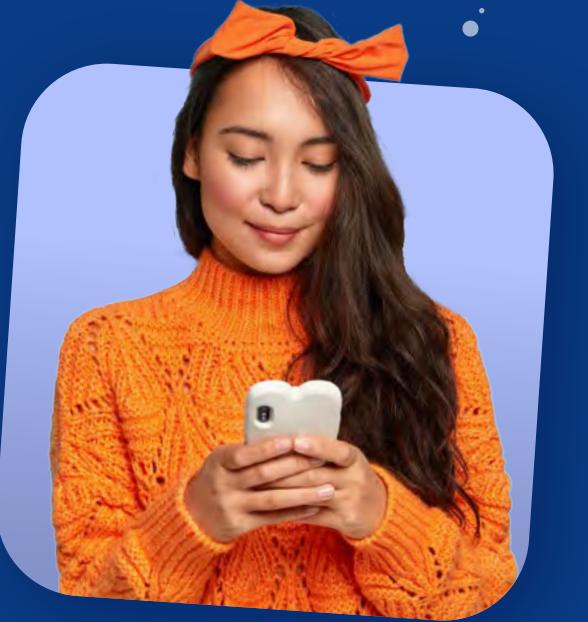
Estas são apenas algumas macrotendências que influenciam as comunicações empresariais. Neste e-book, os especialistas da Infobip se aprofundarão um pouco mais, compartilhando suas perspectivas sobre tendências mais específicas que as empresas com foco em CX precisam saber em 2022.

As empresas procuram simplificar as comunicações



Adrian Benić
Diretor de Produto

Em 2021, empresas do mundo todo começaram a planejar a transformação digital de suas comunicações com seus clientes. Em meio a uma pandemia, elas tiveram que agir rápido.



Elas sabiam que precisavam criar campanhas de comunicação rapidamente - de preferência em vários canais. Sabiam que precisavam tornar essas interações com os clientes o mais simples e sem fricções possível.

Elas também sabiam que precisavam extrair dados e insights dessas interações para continuar melhorando e personalizando a jornada dos clientes. O problema era que muitas não sabiam como prosseguir. É por isso que, em 2022, a simplicidade da comunicação e a racionalização das plataformas surgirão como uma tendência significativa de comunicação na nuvem.

Um desafio demorado

Grande parte da complexidade que as empresas enfrentam é resultado direto do uso de fornecedores distintos para construir seus arsenais de comunicação. Isso pode significar estabelecer configurações diferentes (APIs ou VPNs), integrar múltiplas tecnologias separadas ou atualizar e manter continuamente várias APIs. Depois, há a necessidade de lidar com várias equipes de contas, suporte e jurídicas. Automatizar as interações com o cliente neste ambiente acaba sendo um desafio que toma muito tempo, gerenciamento e recursos.

Combate à complexidade

Muitas empresas simplesmente não têm experiência para navegar neste ambiente tão complexo. Mesmo o SMS - reconhecido como uma das maneiras mais fáceis e eficazes de automatizar as conversas com os clientes - requer bastante conhecimento para a criação de campanhas engajadoras (a menos que um provedor ofereça os serviços e suporte necessários). A compreensão das restrições de conformidade locais e globais para cada canal também é importante.

As empresas estão começando a perceber que a chave para eliminar a complexidade de dados e tecnologia em silos é usar uma única plataforma de comunicação em nuvem que oferece interfaces simples de usar, APIs flexíveis para qualquer canal, bem como opções de SaaS e CPaaS.

Mais canais e formatos

Estamos entrando em uma era que será definida por uma explosão de interações - incluindo máquina para máquina e máquina para humano. Enquanto isso, a variedade de canais e formatos de mensagens usados no mundo tende a aumentar. Ao abraçar a simplicidade, esse universo de possibilidades de comunicação com o cliente pode ser visto como uma oportunidade, ao invés de uma ameaça.

Portanto, 2022 será o ano em que muitas marcas deixarão de tentar fazer malabarismos com vários sistemas em plataformas distintas e optarão por uma abordagem de plataforma única. Estou aguardando para ver essa simplicidade se traduzir em um sucesso mensurável de CX em 2022 e além.

“

“A simplicidade da comunicação e a racionalização das plataformas surgirão como uma tendência significativa de comunicação na nuvem.”

Início dos preparativos para o Metaverso



Silvio Kutić
CEO

Mark Zuckerberg popularizou a ideia do Metaverso. Apenas com o anúncio de mudança de nome no Facebook e a definição de uma visão para o futuro, ele inspirou milhões de pesquisas pelo termo nas semanas seguintes. Durante 2022, uma maior compreensão do conceito do Metaverso obrigará as empresas a considerarem como se irão se preparar para um mundo digital caracterizado por espaços compartilhados de realidade aumentada e virtual.





“

“A preparação para este futuro não se baseia necessariamente na criação de experiências de RA e RV. Trata-se de implementar sistemas que permitam às empresas a comunicação com os clientes no mundo digital do futuro.”

Um mundo digital em 3D

O suposto lançamento de óculos de realidade aumentada por gigantes da tecnologia como a Apple trará ainda mais atenção para esta ideia de um mundo digital 3D que crescerá junto com o mundo físico. Enquanto isso, o mapeamento de cada espaço do mundo irá acelerar, junto com a construção de réplicas de espaços digitais. Em 2022, é crucial que as empresas reconheçam esta realidade e se planejem de forma adequada.

A preparação para este futuro não se baseia necessariamente na criação de experiências de Realidade Aumentada e Realidade Virtual. Trata-se de implementar sistemas que permitam às empresas a comunicação com os clientes no mundo digital do futuro.

Interações de marca

O Metaverso será um lugar onde clientes e empresas se conectam - para comprar, para participar de eventos de marca, para encontros da comunidade, para apoio. As empresas precisam ser relevantes e úteis nesses espaços, talvez construindo ambientes onde os clientes possam aprender e receber a ajuda de que precisam. A solução de problemas é um ótimo exemplo. Guiar os clientes por etapas complexas pode ser um trabalho árduo, mas a Realidade Virtual tornará o processo muito mais fácil para clientes e agentes.

Haverá muitos pontos de entrada para o Metaverso - por meio de sites, canais de mensagens e canais sociais. As empresas precisarão de mecanismos para rastrear essas interações e autenticar identidades. Elas precisarão extrair insights do cliente para que as interações sejam relevantes, úteis, empáticas e personalizadas.

Orquestração inteligente

As empresas precisam construir uma base sobre a qual possam projetar e orquestrar de forma inteligente qualquer tipo de atividade de engajamento na jornada do cliente. Posteriormente, em 2022, a ideia do Metaverso provavelmente funcionará como mais um estímulo para as organizações que ainda não transformaram digitalmente sua comunicação com o cliente.

Trabalho híbrido significa reformular a comunicação



Marin Bezic

Vice-presidente de estratégia e planejamento

Há artigos sobre trabalho híbrido por todo o meu feed do LinkedIn. A maioria está discutindo como alcançar uma melhor interação entre colaboradores e equipes, ou como reter colaboradores durante a escassez de mão de obra sem precedentes que afeta muitos países.



Então, qual é a resposta? Enquanto estamos nos encontrando neste novo cenário, uma coisa é certa: as empresas precisam se comunicar com suas equipes de maneira mais eficaz e nos canais que elas preferirem. Novos canais, políticas e plataformas precisarão ser implementados pelas empresas - especialmente as grandes - para atender às mudanças de expectativas em 2022 e no futuro.

Interações em evolução

Em 2020 e 2021, as organizações passaram a usar mensagens móveis para tudo, desde um chat geral e anúncios de colaboradores a sistemas de acesso e autenticação de identidades por meio de senhas de uso único. Mas em 2022, os líderes de RH e TI estão sob pressão para fornecer estratégias de comunicação mais evoluídas.

O desafio é encontrar a maneira certa de manter as equipes seguras, conectadas e produtivas quando a adequação do canal e da plataforma varia de acordo com o tipo de negócio, equipe e circunstância.

Informação a partir de insights

Algumas empresas podem precisar planejar e reorganizar os turnos imediatamente. Outras precisam incentivar e facilitar a comunicação entre equipes remotas espalhadas pelo mundo. Sugestões, lembretes e alertas podem ser entregues em uma ampla variedade de canais. E todas essas comunicações podem ser rastreadas, informadas e aprimoradas por meio da obtenção de dados e insights.

Além do mais, com o trabalho híbrido, os colaboradores precisam conseguir atender os clientes em qualquer lugar, sob quaisquer circunstância. As equipes de vendas podem usar vídeo para fornecer orientação aos clientes. Os técnicos de TI podem precisar solucionar problemas remotamente. Isso significa que as plataformas de comunicação em nuvem precisam ser bastante ágeis para possibilitar uma força de trabalho híbrida.

Contato remoto do cliente

Vejamos as centrais de atendimento como exemplo. Independentemente da localização, todos os agentes de atendimento precisam das informações em tempo real e ao seu alcance. O trabalho híbrido bem feito gera melhores resultados. Colaboradores mais felizes, confortáveis e conectados produzem um trabalho mais otimizado. O desafio é equilibrar as necessidades dos clientes, dos colaboradores e da empresa.

“

"O trabalho híbrido bem feito gera melhores resultados. Colaboradores mais felizes, confortáveis e conectados produzem um trabalho otimizado. O desafio é equilibrar as necessidades dos clientes, dos colaboradores e da empresa."

Os benefícios do 5G se tornam tangíveis



Nina Knezevic

Diretora de Soluções de Telecom

O 5G está finalmente sendo implementado em ritmo acelerado, tornando 2022 um ano de referência para a conectividade móvel. À medida que os consumidores se acostumam com a velocidade e confiabilidade do 5G, suas expectativas aumentarão. As empresas devem antecipar essa mudança e remodelar suas estratégias de interação de acordo.



Cobertura 5G da T-Mobile nos EUA



“

"Embora possamos imaginar algumas das maneiras pelas quais esse rápido lançamento do 5G vai melhorar a comunicação e o compartilhamento de dados, seu verdadeiro potencial ainda não foi descoberto."

Catalisando inovadores

No final de 2021, a T-Mobile comemorou a disponibilização do 5G para 200 milhões de pessoas nos Estados Unidos. A empresa planeja atingir 250 milhões de pessoas até o final de 2022 e 300 milhões (90% dos americanos) até o final de 2023. O CEO da T-Mobile, Mike Sievert, afirmou: "Estamos catalisando inovadores em todo o país para criar novos aplicativos 5G que mudarão o mundo".

Embora possamos imaginar algumas das maneiras pelas quais esse rápido lançamento do 5G vai melhorar a comunicação e o compartilhamento de dados, seu verdadeiro potencial ainda não foi descoberto. Este é o ano em que os desenvolvedores começarão a trabalhar em uma grande variedade de aplicativos ainda não concebidos.

Velocidade e confiabilidade

É impossível prever todos os aplicativos 5G impulsionará em 2022, e essa é a parte empolgante. Mas sabemos que o 5G trará downloads e velocidades de upload mais rápidos, o que permitirá tudo, desde streaming de vídeos ao vivo em qualquer lugar até chamadas holográficas e experiências de realidade aumentada.

O 5G também oferece baixa latência, o que o torna ideal para tecnologias de resposta em tempo real, como realidade virtual e aumentada. As empresas podem usar a tecnologia para interagir de forma mais criativa com seus clientes e oferecer maneiras mais engajadoras de atendê-los.

Finalmente, o 5G tem capacidade excepcional, mantendo um sinal forte mesmo quando muitas pessoas e dispositivos estão acessando a rede. Essa capacidade aumentará drasticamente os volumes de comunicação e de confiabilidade.

Engajamento mais completo

Com a aceleração do 5G, 2022 provavelmente trará comunicações de mídia muito mais ricas entre empresas e colaboradores. Pense em suporte ao vivo através de vídeos, experiências de interação com produtos usando realidade aumentada ou transações ponta a ponta. Tudo isso pode ser disponibilizado por meio de canais como RCS, Apple Business Chat, Google Chat e outros aplicativos de mensagens. As empresas poderão usar uma plataforma de comunicação em nuvem para conectar todas essas interações.

Durante anos, o SMS possibilitou a comunicação permanente com os clientes. E continuará desta forma nos próximos anos. Mas o 5G contribuirá muito para acelerar a transição para formatos de mensagens mais ricos e interações com clientes mais engajadoras e flexíveis. O 5G permitirá que as empresas se aproximem de seus usuários de muitas maneiras. 2022 marcará o início de uma nova jornada de CX incrível.

A Inteligência Artificial torna as interações com os clientes mais humanas



Adrian Grbavac
Diretor de Clientes

Pode ser paradoxal dizer que a inteligência artificial (IA) será usada para tornar as interações com os clientes mais humanas, mas é exatamente isso o que acontecerá em 2022. Como tal, veremos um entusiasmo crescente pela automação de IA - pois ela potencializa as experiências instantâneas e empáticas que os clientes amam.



Um serviço combinado

Também podemos ver o fim dos debates sobre se a IA deve substituir o suporte humano. Os consumidores agora estão mais do que confortáveis com interações totalmente automatizadas. Sabemos que o suporte humano continuará sendo a melhor opção apenas em uma minoria de casos. Especialmente porque os consumidores estão cansados de esperar em longas filas para falar com alguém. Eles percebem que um serviço combinado, que une pessoas reais à automação inteligente baseada em IA, é a melhor e mais completa solução.

Na verdade, a maioria dos consumidores não quer ligar para uma central de atendimento para resolver uma tarefa simples, como verificar quando um pedido será entregue, descobrir se um item está em estoque ou marcar uma consulta. Muitas vezes, é preferível se comunicar com um chatbot incorporado em um canal de mensagens - como RCS, SMS ou um aplicativo de mensagens como o WhatsApp.

Os chatbots amadureceram

Os bots podem usar processamento de linguagem natural para entender a intenção do usuário, proporcionando uma experiência comparável à conversação humana. Eles serão cada vez mais familiares em 2022, à medida que as empresas os colocarem para trabalhar de forma mais ampla. Isso permitirá um suporte 24 horas por dia, resolução instantânea de consultas, transações com autoatendimento - e, em geral, aumentará a satisfação dos clientes.

Os chatbots também proporcionarão um grande impulso à produtividade das centrais de atendimento em 2022. Eles podem

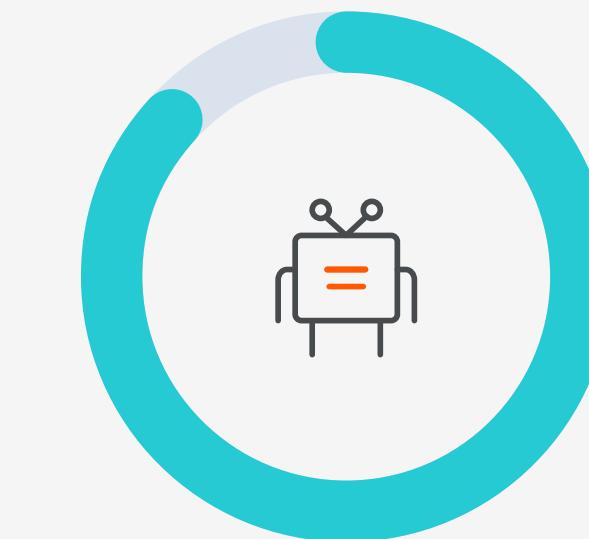
lidar com consultas ou transações de alto volume e passar as interações para agentes ativos quando necessário. Isso aliviará a carga dos agentes e permitirá que eles se concentrem em questões mais complexas.

A parte empolgante é que é preciso de um investimento relativamente modesto para trazer consultores especializados que podem treinar chatbots com IA para aprender sobre todo tipo de interação que um cliente provavelmente terá com uma empresa.

As outras faces da Inteligência Artificial

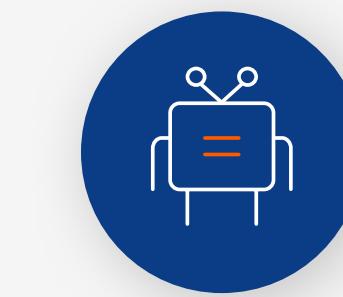
Os chatbots são apenas uma das maneiras pelas quais as empresas usarão a IA para melhorar as interações com seus clientes este ano. A IA usada junto com a resposta de voz interativa (IVR ou URA) para encaminhar de maneira inteligente as chamadas recebidas para o melhor atendente ou departamento, ou mesmo para resolver a dúvida de um cliente que liga, está melhorando rapidamente. A IA também está sendo usada para analisar várias fontes de dados do cliente em tempo real, para tornar as interações as mais relevantes possíveis. Como parte de uma boa plataforma de comunicação em nuvem, a IA pode ser usada para analisar o histórico de engajamento anterior e enviar mensagens por meio dos canais preferidos dos clientes para casos de uso específicos.

À medida que as máquinas assumem características mais humanas, 2022 será um ano empolgante para as experiências dos clientes equipadas com IA.



78% dos consumidores dizem que a tecnologia combinada com as interações humanas oferece uma experiência melhor do que as interações exclusivamente humanas.

Estudo da Verizon: The Human Connection



Em 2022, a IA será usada para...

Automatizar as interações por meio de chatbots inteligentes

Rotear chamadas de forma inteligente por meio de IVR

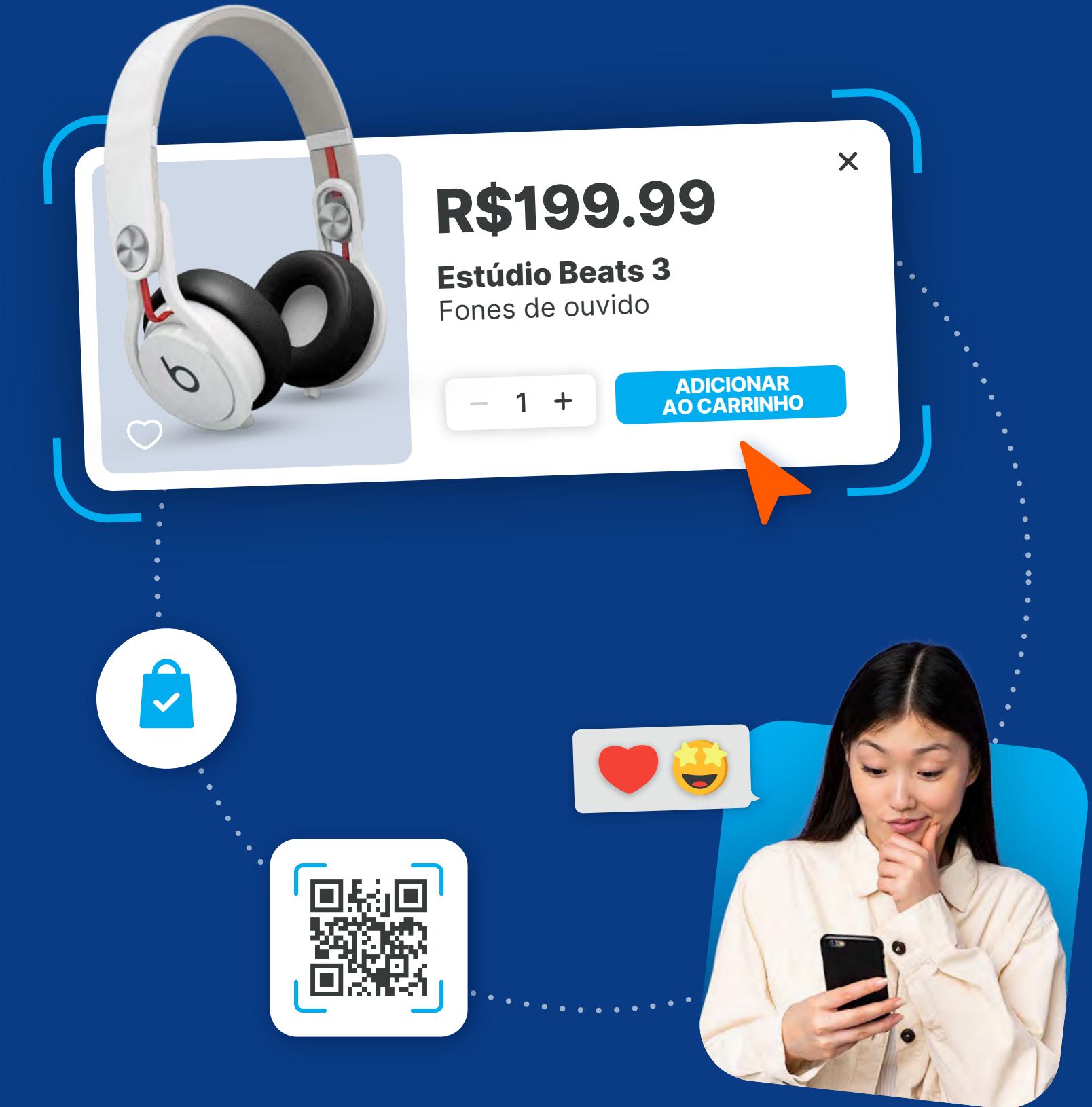
Personalizar o CX por meio de análise inteligente de dados

As empresas de plataforma se concentram no crescimento do engajamento



Tamara Rajić
Chefe de Plataformas

As plataformas são um dos modelos de negócios mais importantes do século XXI. De startups a empresas lineares que estão mudando para uma abordagem de plataforma, seu desafio normalmente é escalar as interações com rapidez suficiente para atingir os efeitos de rede que podem ajudá-los a concretizar seu potencial de hiper Crescimento.



Em 2022, acredito que as plataformas em nuvem de todos os tamanhos e em todos os estágios de crescimento se concentrarão em sua capacidade de aumentar o engajamento - para executar interações seguras, rápidas e eficientes em escala. Isso é essencial para sua sobrevivência e sucesso.

Escala digital

Pode-se definir uma plataforma como uma empresa que facilita o intercâmbio entre diferentes grupos. Elas estão longe de ser um fenômeno novo - afinal, os mercados antigos eram empresas de plataforma. Mas as plataformas de hoje são suportadas por infraestruturas de tecnologia digital global, o que significa que podem escalar a participação e a colaboração mais rápido do que qualquer outro tipo de negócio na história.

Efeitos de rede

As plataformas que têm a capacidade de integrar os clientes rápido e envolver todos os usuários de maneira inteligente, em qualquer combinação de canais, podem experimentar uma espécie de efeito de rede de engajamento. Ou seja, quanto mais interações eficientes, rápidas, seguras e bem-sucedidas uma plataforma puder lidar (em todas as etapas das jornadas de compra e ciclos de vida de engajamento dos usuários), mais clientes satisfeitos essas empresas terão. Tal fato impulsionará o crescimento da plataforma, a geração de insights e a melhoria do serviço, um verdadeiro círculo virtuoso.

Um efeito de rede de engajamento desencadeia inúmeros ciclos de feedback positivo para uma plataforma. Em qualquer negócio onde a escala é importante, poder reagir e se adaptar com rapidez é tudo.

Criando oportunidades

O desafio das plataformas em 2022 é conectar-se de forma eficaz, sob demanda e em escala. Uma solução de comunicação em nuvem centralizada é a melhor aposta para criar essa oportunidade. O provedor certo ajudará as empresas a lidar com cada interação com os clientes, oferecer suporte aos usuários em cada ponto de seu ciclo de vida com a plataforma e reduzir a complexidade de sua estratégia geral de engajamento. Tenho certeza de que esse será um grande foco para empresas de plataforma em 2022.

“

“Um efeito de rede de engajamento desencadeia inúmeros ciclos de feedback positivo para uma plataforma. Em qualquer negócio onde a escala é importante, poder reagir e se adaptar com rapidez é tudo.”

Um momento determinante para autenticação e segurança



Andro Galinovic

Diretor de Segurança da Informação

A autenticação de dois fatores (2FA) é um método crucial de segurança online. Usar algo que um usuário conhece (uma senha) e algo que ele possui (um dispositivo móvel) oferece uma proteção forte. No entanto, um grande número de pessoas e empresas ainda usam senhas simples para proteger seus sistemas ou para entrar em contas importantes. Eu vejo mudanças ocorrendo em 2022 nesse sentido.



Fluxo, não atrito

A relutância em relação à 2FA vem tanto das empresas quanto dos usuários. As empresas temem que isso possa atrapalhar a jornada do cliente, aumentando as desistências durante a integração ou o abandono do carrinho de compra. Ao mesmo tempo, os usuários finais costumam ter a opção de configurar a 2FA para proteger suas contas, mas simplesmente não aceitam.

A boa notícia é que as soluções de identidade móvel que complementam a 2FA estão finalmente começando a se estabelecer no mercado de comunicação. Em 2022, nós veremos essas soluções reduzirem o atrito nas interações com os clientes e melhorarem as experiências.

Verificação móvel silenciosa

A verificação móvel silenciosa usa informações mantidas por uma operadora de rede móvel - com o consentimento do usuário - para autenticar sua identidade em questão de segundos. A autenticação ocorre em segundo plano, sem esforço do usuário, para fornecer uma experiência simplificada e conveniente.

A verificação móvel silenciosa pode ocorrer em vários pontos da jornada do cliente, como no momento de cadastro ou de pagamento. Como nenhum PIN é enviado ao usuário, ele elimina o elo mais fraco no processo de autenticação, além de remover o atrito.

Autenticação biométrica

A autenticação biométrica também será mais acessível em 2022. Com reconhecimento facial e digitalização de impressão digital nativa para a maioria dos smartphones, agora essa é uma opção viável para verificações sem atrito. A biometria pode ser usada para substituir o elemento de senha única (OTP, one-time-pin) da 2FA e agilizar o processo. Como alternativa, ele pode ser usado para autenticação de três fatores (3FA), que usa três camadas separadas de verificação e oferece um nível ainda mais alto de segurança.

As soluções de segurança podem ser usadas juntas em camadas para maximizar a segurança. A 2FA pode ser usada como um failover, por exemplo, quando a falta de conexão de dados móveis impede a verificação móvel silenciosa. E enquanto a verificação de plano de fundo será usada para fornecer uma experiência perfeita, a 2FA ou mesmo a 3FA serão usadas como autenticação visível em situações em que os usuários precisam ter certeza de que estão protegidos.

Este ano, as empresas aprenderão a aumentar a segurança para criar interações seguras, melhorar a experiência do usuário e aprimorar sua reputação por meio da proteção ao cliente.

Principais conclusões:

- ✓ A verificação móvel silenciosa removerá o atrito da jornada dos clientes
- ✓ A biometria será usada no lugar ou em conjunto com PINs de uso único
- ✓ As empresas criarão camadas visíveis e invisíveis de autenticação

PMEs se tornando omnicanais



Harsha Solanki
MD Índia

Não muito tempo atrás, apenas um pequeno número entre as maiores empresas do mundo poderia oferecer experiências omnicanais realmente personalizadas e contextualizadas. Mas agora as plataformas em nuvem podem dar a qualquer empresa o poder de fornecer experiências de interação suaves e seguras aos clientes nos canais de sua preferência. É por isso que nossas equipes de vendas encontram cada vez mais PMEs procurando desenvolver seus recursos omnicanais.



2022 está começando a parecer o ano em que a comunicação em nuvem será verdadeiramente democratizada – com as PMEs aproveitando os benefícios de mudança de negócios que uma estratégia de comunicação em nuvem unificada e orientada por dados oferece.

“

“Há poucas dúvidas de que o modelo de negócios de comunicação em nuvem é adequado às PMEs, em grande parte porque não há necessidade de investimento de capital substancial para hardware no local.”

Suporte em tempo real

Assim como as empresas, as PMEs querem estar presentes para atender às necessidades dos clientes nos canais que eles utilizam. Eles querem oferecer suporte em tempo real em todas as fases da jornada do cliente. Algumas PMEs integrarão canais de comunicação na web, desktop, software móvel e outros fluxos de trabalho de negócios usando múltiplas API programáveis. Outras irão orquestrar todas as atividades de engajamento por meio de uma plataforma de comunicação SaaS full-stack.

Uma abordagem de plataforma única

No entanto, há a tendência de haver um cuidado natural e compreensível no momento em que as PMEs aumentam as interações. O medo da complexidade é grande. É por isso que as PMEs que buscam aproveitar as oportunidades atuais baseadas em dados estão tão interessadas em explorar uma abordagem de comunicação em nuvem através de uma plataforma única. Elas também tendem a buscar bons níveis de suporte dos provedores – tanto para seus desenvolvedores quanto para seus usuários comerciais.

O modelo de nuvem funciona para PMEs

Há poucas dúvidas de que o modelo de negócios de comunicação em nuvem é adequado às PMEs, em grande parte porque não há necessidade de investimento de capital substancial para hardware no local. Os recursos de nível empresarial podem ser obtidos por meio de modelos de pagamento que oferecem flexibilidade e escalabilidade. Como um bônus adicional, as PMEs ganham uma capacidade transformada de oferecer suporte a colaboradores remotos e móveis, que podem acessar a central de atendimento de sua empresa e outras comunicações de qualquer lugar com uma conexão com a internet.

Em 2022, haverá uma onda de PMEs em busca de um único provedor de comunicação em nuvem. A pandemia e a mudança para o digital obviamente foram um fator motivador para isso. Mas, além disso, as PMEs – assim como as empresas maiores – sabem que os clientes agora exigem um padrão melhor de CX automatizado.

Foco nos sentimentos

O poder da experiência do cliente não pode ser subestimado nesta era digital pós-pandemia e de evolução do 5G e da inteligência artificial. Pode-se argumentar que a maneira como suas interações deixam o cliente se sentindo é tão importante quanto o produto ou serviço específico que ele recebe de você.

Este "sentimento" que o cliente obtém não será o resultado de apenas uma interação específica. Será a soma total de uma cadeia de interações durante a jornada ou ciclo de vida do cliente com a sua empresa. Dentro dessa jornada ou ciclo de vida, **cada interação** cria uma lembrança importante. Portanto, talvez este seja um dos focos de 2022 mais importantes para as empresas que planejam suas estratégias de comunicação em nuvem:

Trate a experiência do cliente como se ela tivesse um faturamento igual ao de seu produto ou serviço. Faça com que cada interação, em todos os canais e pontos de contato, seja útil, empática e o mais simples e agradável possível. Então, em um plano ideal, o resto de sua estratégia de comunicação em nuvem se resolverá.

[Fale com um especialista](#)



A Vantagem Infobip



Alcance global e presença local

- ⦿ Mais de 700 conexões diretas com operadoras
- ⦿ Conecte-se com mais de 7 bilhões de pessoas e dispositivos
- ⦿ Forte base de clientes empresariais
- ⦿ Mais de 70 escritórios em 6 continentes

Nossa presença local nos permite reagir mais rápido e ter interações diárias com nossos clientes, fornecendo soluções alinhadas com suas necessidades, requisitos locais e com base nas melhores práticas globais comprovadas.

Soluções escaláveis, rápidas e flexíveis

- ⦿ Melhores taxas de entrega da categoria
- ⦿ Alta velocidade e confiabilidade
- ⦿ Baixa latência
- ⦿ Plataforma desenvolvida internamente

Nossas soluções são criadas para se adaptar às tendências de mercado e comunicação que estão em constante mudança, com velocidades e níveis de precisão e personalização que apenas uma solução interna pode oferecer.

Experiência inesquecível para o cliente

- ⦿ Conhecimento técnico
- ⦿ Consultoria de soluções
- ⦿ Gestão de sucesso do cliente
- ⦿ Suporte e monitoramento de rede 24/7

Vamos ajudá-lo a começar a trabalhar de maneira ágil, seja ajudando com integrações, melhores práticas em mensageria ou com uma consultoria de soluções.

Infraestrutura própria

- ⦿ Serviços com disponibilidade local
- ⦿ Conformidade com os regulamentos locais
- ⦿ 40 datacenters em todo o mundo

Nossa infraestrutura mundial é de fácil dimensionamento horizontal, aproveitando o modelo de nuvem híbrida para nunca ficar sem recursos. Nossa mecanismo de conformidade global integrado é constantemente atualizado com os últimos regulamentos e requisitos das operadoras dos países em que atuamos.



PLATINUM WINNER AS THE BEST CPAAS PROVIDER IN 2021
PLATINUM WINNER AS THE BEST RCS PROVIDER IN 2021
PLATINUM AWARD AS THE GLOBAL CPAAS PROVIDER IN 2020
PLATINUM AWARD AS THE EMEA CPAAS PROVIDER IN THE 2020
PLATINUM AWARD AS THE BEST RCS PROVIDER IN 2020
GOLD AWARD AS THE BEST DIGITAL IDENTITY SOLUTION IN 2020



BEST A2P SMS VENDOR AS RATED BY MNO'S 2017, 2018, 2019, & 2020
BEST A2P SMS VENDOR AS RATED BY ENTERPRISES 2019, 2020
TIER 1 SMS FIREWALL VENDOR 2017, 2018, 2020 & 2021
TOP 10 INNOVATOR OF 2020



WINNER -
COVID-19 FAQ
CHATBOT OVER
WHATSAPP



BEST GLOBAL SMS
SERVICE PROVIDER
- WHOLESALE
SOLUTION 2020



BEST OTT
PARTNERSHIP 2019
BEST MESSAGING
INNOVATION - BEST
RCS IMPLEMENTATION
2019



www.infobip.com