

eBook GRÁTIS

Chatbot:

Como personalizar a experiência do seu cliente

Um guia de como utilizar chatbots para prestar atendimento automatizado com qualidade.



Sumário

>> Clique para navegar entre os assuntos ou leia os capítulos em sequência.

01	Introdução.....	03
02	Possibilidades de uso com um bot de atendimento	06
	Capturar leads 24h por dia	07
	Entregar materiais ricos	08
	Qualificar Leads	08
	Atualizar informações do CRM	09
	Personalizar a experiência do usuário	10
	Automatizar o atendimento ao cliente	11
	Melhorar o tempo de resposta no atendimento	12
	Realizar triagem para priorização de atendimento	12
	Fazer autoatendimento.....	13
	Realizar agendamento de horário	14
	Encaminhar o atendimento para o setor	14
	responsável	
	Efetuar (mais) vendas	15
	Atualizar status de um pedido	16
	Apoiar o setor de logística	16
	Resolver dúvidas frequentes	17
	Realizar pesquisas de satisfação	17
03	Exemplos Práticos	19
04	Conclusão	29



Introdução

As pessoas exigem respostas cada vez mais rápidas, assertivas e inteligentes. Mas o que fazer quando sua empresa não dá conta de atender todos os leads e clientes que chegam através dos canais de atendimento?

E a resposta é: automatize o seu atendimento com um chatbot!

Quem trabalha com atendimento ao cliente sabe a importância em responder com agilidade e prestar um suporte de qualidade. Empresas perdem oportunidades por não conseguir dar conta de altas demandas, e quando trabalham com equipes menores, o desafio fica ainda maior!

O **chatbot**, como o nome já sugere, é um programa que faz uma experiência conversacional durante um

atendimento. Ou seja, **ele é programado para automatizar tarefas e conversações, ajudando a facilitar o contato com leads e clientes.**

Você pode, por exemplo, criar uma experiência de triagem de atendimento, classificando um lead que entra em contato com sua empresa e depois de responder algumas perguntas, é mandado para a área que pode melhor atender a sua necessidade.

De acordo com uma pesquisa feita pela Gartner, até 2022, 70% das interações com clientes envolverão tecnologias de relação com a máquina, como os chatbots. Esse dado mostra a eficiência de utilizar essa estratégia e o quão dispostas as empresas estão em investir na experiência do cliente.

Isto é, se a sua empresa ainda não aderiu a esta estratégia, ela pode ficar para trás!

Segundo a American Express, 90% das pessoas usam o atendimento ao cliente como um fator decisivo ao escolherem fazer negócios com uma empresa.

O chatbot pode trabalhar das mais variadas formas e para os mais diferentes setores para resolver problemas com atendimento e ajudar a agilizar esses pontos em seu negócio. Por ser personalizável e atender às regras criadas pela empresa, as possibilidades são enormes e é isso que vamos mostrar aqui.

É claro que as possibilidades dependem muito dos recursos disponíveis na ferramenta de bot contratada!

Neste eBook, nós consideramos exemplos com o Chat Booster* integrado ao Bitrix24**, trazendo exemplos de aplicação e principais vantagens em utilizar um chatbot na estratégia do seu negócio.

Boa leitura!

*O Chat Booster é um chatbot desenvolvido pela Br24 feito para integrar ao Bitrix24. Com ele, é possível automatizar o atendimento através dos Canais Abertos da plataforma e capturar informações de leads, qualificar e distribuir nas áreas da empresa, entre outras possibilidades. **O Bitrix24 é uma ferramenta *all in one* que possui mais de 9 milhões de usuários no mundo inteiro, e é uma das plataformas mais completas do mercado. Desde CRM, até Projetos e Tarefas, ela abrange todas as áreas de uma empresa.



Possibilidades de uso com um bot de atendimento

Com a **transformação digital**, cada vez mais empresas têm utilizado chatbots para agilizar o atendimento, aproveitando a ferramenta para automatizar processos repetitivos e burocráticos. Assim, seus colaboradores ficam livres para resolver problemas complexos e atuar em outras demandas.

Mas não é só para isso que um bot pode ser útil em sua estratégia.

Por serem programas automatizados, os bots não precisam de acompanhamento humano para iniciar os processos pelo qual foram programados, e sua aplicabilidade é enorme!

Listamos aqui possibilidades de utilização de um chatbot para atender seus clientes, atuando em diversas frentes de contato:

Capturar leads 24h por dia

É quase impossível uma empresa conseguir atender 24h por dia, certo? Porém, as oportunidades podem surgir em qualquer horário, e, para não perdê-las, é possível utilizar bots para captura de contatos.

Com um chatbot preparado para geração de leads, você pode registrar os dados de contato do usuário e pedir permissão para se comunicar com ele no futuro.

Além disso, muitas solicitações que chegam através dos canais de comunicação são dúvidas simples, **e ter um bot disponível para respondê-las 24/7 é uma grande vantagem.**

Através do atendimento programado, seu bot pode fazer perguntas, oferecer materiais ricos de acordo com as respostas e ainda informar o horário de atendimento da empresa. Desse modo, você está captando informações do contato, ao mesmo tempo em que cuida da expectativa do usuário em relação ao atendimento que vai receber da sua empresa.

Um bom exemplo de aplicação de chatbot para captura de leads é a seguinte:

Quando um usuário visita seu site, pode ser que ele esteja interessado em seu produto ou serviço, certo? Principalmente se ele clicar no ícone de chat. É neste momento que o seu bot entra em ação! Você pode cumprimentá-lo e aproveitar para perguntar o seu nome. Ao saber dessa informação, você não só terá

salvo dados do contato, como pode chamá-lo pelo nome, o que garante um atendimento mais humanizado.

2

Entregar materiais ricos

Se a sua empresa trabalha com estratégia de inbound marketing, você pode uni-la ao bot e capturar leads através de materiais ricos. Ao invés de utilizar uma landing page e capturar dados através de um formulário, o seu bot pode pegar os dados do lead e entregar o material ao longo de uma conversa.

Os bots podem entreter os visitantes e oferecer conteúdos para quem está começando a conhecer a sua empresa, interagindo de forma personalizada.

Você ainda pode nutrir seus leads através do envio de mensagem via WhatsApp. Alguns bots permitem que você faça essa conexão com o aplicativo de mensagens e você pode otimizar ainda mais a sua estratégia.

3

Qualificar Leads

Se você pode capturar leads, que tal aproveitar para fazê-los avançar na jornada de compra e ainda qualificá-los?

Bots integrados a canais de comunicação como Facebook Messenger, WhatsApp, CRMs e outros, permitem que você direcione os leads para as próximas etapas do funil de vendas.

Como vimos no item anterior, através do chatbot você pode responder às dúvidas do lead e oferecer conteúdos específicos para a sua necessidade, certo?

Aproveite este momento para estabelecer um diálogo coerente e ofertar conteúdos de qualidade.

Quanto mais interesse o seu contato tiver na conversa com o bot, mais avançado ele está.

Você ainda pode enviar os leads mais preparados para entrar em contato com seu time comercial. Até porque, como sabemos, **leads qualificados são sinônimo de potenciais clientes para fechar negócio.** Ou seja, essa é a oportunidade perfeita para usar esse benefício ao seu favor.

4

Atualizar informações do CRM

Como você já deve ter percebido, bots podem ser uma ótima forma para obter informações de usuários, certo? Quando você utiliza o chatbot integrado a uma ferramenta de CRM, além de cadastrar novos leads, você pode aproveitar as informações de uma conversa para atualizar os dados que estão em sua base.

Além disso, o robô pode organizar as informações, analisando as interações e cruzando com os dados que ele já tem. Dessa forma, pode buscar novos conhecimentos sobre o lead, sem fazer com que o contato responda perguntas feitas anteriormente.

Estudando os dados, a empresa se antecipa na realização de um bom atendimento, prevenindo problemas e vendendo mais.

Personalizar a experiência do usuário

Bots ajudam a eliminar trabalhos manuais e trazem uma porção de benefícios não só para as empresas, como para os usuários.

Quando os visitantes vêm ao seu site, eles geralmente querem respostas sobre seu produto ou serviço. Se não encontram as respostas, é possível que não voltem mais.

Isto é: ajudar os potenciais clientes deve ser uma prioridade! Principalmente se sua empresa não tem uma equipe de atendimento muito grande.

Uma coisa é fato: **consumidores preferem experiências personalizadas**. Para isso, utilize um chatbot para oferecer aos seus leads e clientes um contato mais adaptado.

Faça perguntas, e tente conhecer mais a pessoa que está interessada em sua empresa. Personalize o seu bot para coletar dados do usuário e transformar em uma excelente experiência, enviando para o caminho que esteja de acordo com as suas necessidades.

Automatizar o atendimento ao cliente

Além de cuidar dos seus leads, aproveite o chatbot para atender seus clientes e automatizar processos. Dúvidas simples podem ser resolvidas a qualquer momento e **prestar um atendimento cordial deixará o consumidor ainda mais satisfeito com sua empresa.**

Aproveite para colocar em prática o conceito de *omnichannel*, usando todos os canais disponibilizados pela sua empresa para atendimento.

A pessoa pode iniciar o contato através do Facebook Messenger e ser direcionado diretamente para um bate-papo com um de seus atendentes, dependendo da sua necessidade.

Em casos mais complexos, é de suma importância a presença de um colaborador para fazer o atendimento. Contudo, certamente este funcionário gastará menos tempo, já que grande parte das dúvidas foram respondidas pelo bot.

7

Melhorar o tempo de resposta no atendimento

Ao automatizar tarefas rotineiras de atendimento, as chances de erro diminuem consideravelmente e problemas mais simples podem ser resolvidos de forma ágil.

Ou seja, o cliente não ficará esperando pelo atendente e os colaboradores terão seu tempo otimizado para resolver dúvidas mais complexas. Deixar o contato conversar pelo chatbot antes do contato humano, faz com que ele não se frustrate tendo que esperar muito para ser atendido, principalmente se for algo simples de resolver.

O bot pode fazer isso por você. **Com o atendimento mais ágil, conseqüentemente sua empresa conseguirá atender um volume maior de pessoas, gerando mais chances de conversões** e melhorando a qualidade do atendimento e suporte oferecido pela empresa.

8

Realizar triagem para priorização de atendimento

Os clientes possuem diferentes níveis de urgência quando buscam um atendimento. Através do uso de bots é possível ter um melhor controle dos chamados via chat, realizando triagens de atendimento.

Com a triagem, você pode colocar os atendimentos em ordem de prioridade, principalmente se o seu produto ou serviço exige um suporte.

A triagem pode ser utilizada em empresas de softwares até mesmo atendimentos da área da saúde. As possibilidades são muitas, basta adaptar à realidade do seu negócio.

9

Fazer autoatendimento

Através de uma sequência de perguntas respondidas ao bot, o contato pode fazer seu próprio atendimento, resolvendo sua dúvida/necessidade. Isso agiliza processos e traz retorno mais rápido ao cliente.

Alguns exemplos do que pode ser aplicado aqui: gerar uma segunda via de atendimento, fazer uma triagem médica através de informações de sintomas e até mesmo efetuar a compra de produtos ou serviços.

10

Realizar agendamento de horário

Indiferente de qual o setor de atuação, se o contato precisa fazer um agendamento ou uma reserva, o chatbot pode auxiliar nesta função.

Faça conexão com uma agenda digital para encontrar o melhor horário de atendimento. Nichos que precisam de agilidade como consultórios médicos e odontológicos, reserva de passagens ou hotéis e até mesmo consultorias podem usufruir deste recurso.

11

Encaminhar o atendimento para o setor responsável

Como vimos, a partir do atendimento via chatbot, é possível fazer triagens para verificar a necessidade dos contatos e encaminhar para a sua solução. Este caminho pode ser usado também para levar o cliente ao setor responsável por fazer seu atendimento.

Além disso, você pode fazer mais segmentações e atender outras necessidades. O bot também pode encaminhar o atendimento para um profissional mais adequado.

Por exemplo, enviar o contato a vendedores especializados em determinados nichos, porte de negócios, ou até mesmo outra especialidade dentro da mesma empresa.

Efetuar (mais) vendas

Se podemos qualificar leads e fazer atendimento segmentado, então também é possível vender produtos ou serviços!

Por exemplo: o bot pode guiar um consumidor ao produto correto, através de uma lista de perguntas que podem ser feitas para entender o que ele busca. Ao final, ele pode ser encaminhado à página de checkout. Isso facilita muito a venda e dá autonomia ao cliente.

Além disso, é possível programar o bot para apresentar tendências e promoções, fazendo um contato de pré-venda, com o intuito de despertar o interesse do cliente.

Este tipo de recurso de vendas é mais incisivo e funciona principalmente se a estratégia adotada tiver o poder de convencimento necessário para deixar o lead interessado em comprar o produto/serviço ou, pelo menos, conhecer melhor a empresa.

Atualizar status de um pedido

Quando o cliente faz um pedido, principalmente quando se trata de produto físico, em algum momento após efetuar a compra, vai querer saber como está a situação de seu pedido.

Para agilizar o processo, é possível programar o bot para responder sobre a atualização de cada etapa, fazendo com que o contato tenha uma resposta mais rápida e eficiente, ajudando no alinhamento de expectativas.

Apoiar o setor de logística

Ainda falando em aquisição de produtos, você pode usar o bot para agilizar uma série de ações que fazem parte da logística de uma compra, ajudando a acelerar os processos.

Ações como cancelamento de pedidos, checagem de status, emissão de boleto e notas fiscais, gerar número de protocolos e até mesmo rastreamento de produtos e cálculo de tempo de entrega são itens que o bot pode responder ao cliente de forma automatizada.

Resolver dúvidas frequentes


Quando a empresa tem uma boa base de conhecimento com perguntas frequentes, fica fácil programar o bot para ajudar os contatos que chegam com dúvidas.

Utilizando o bot para responder às perguntas, além de trazer retorno mais rápido, ainda é possível diminuir o volume de atendimento caso as dúvidas não precisem passar para um colaborador, permitindo que eles foquem apenas nos atendimentos mais avançados.

Se sua empresa trabalha com suporte, essa estratégia é muito relevante para ajudar nos chamados abertos pelos clientes, ajudando os colaboradores a automatizar o retorno dos contatos.

Realizar pesquisas de satisfação

Pesquisas de satisfação são muito importantes para entender como está o seu atendimento, bem como avaliar se o seu produto ou serviço é relevante para o seu cliente.



Porém, sabemos que nem todo mundo costuma responder a estas pesquisas. Então, a sugestão é que você aproveite para tornar as análises mais amigáveis!

Substitua os formulários por um bot e colete insights sobre a experiência do usuário, pedindo feedbacks detalhados e que ajudem seu negócio a entender como o cliente enxerga a sua marca.

Agora que vimos as possibilidades de usar um chatbot para atendimento em sua estratégia, vamos ver como os bots podem funcionar na prática.

[VOLTAR AO SUMÁRIO](#) →



Exemplos práticos

Segundo o relatório da **Juniper Research**, em todo o mundo, empresas conseguirão **reduzir custos operacionais em U\$\$ 7,3 bilhões até 2023 utilizando chatbots!**

Os chatbots ajudam a automatizar processos, realizam tarefas em menos tempo, ajudam a atender melhor, podem reduzir custos e ainda impulsionam a captura e qualificação de leads, entre tantas outras possibilidades que a sua estratégia puder criar!

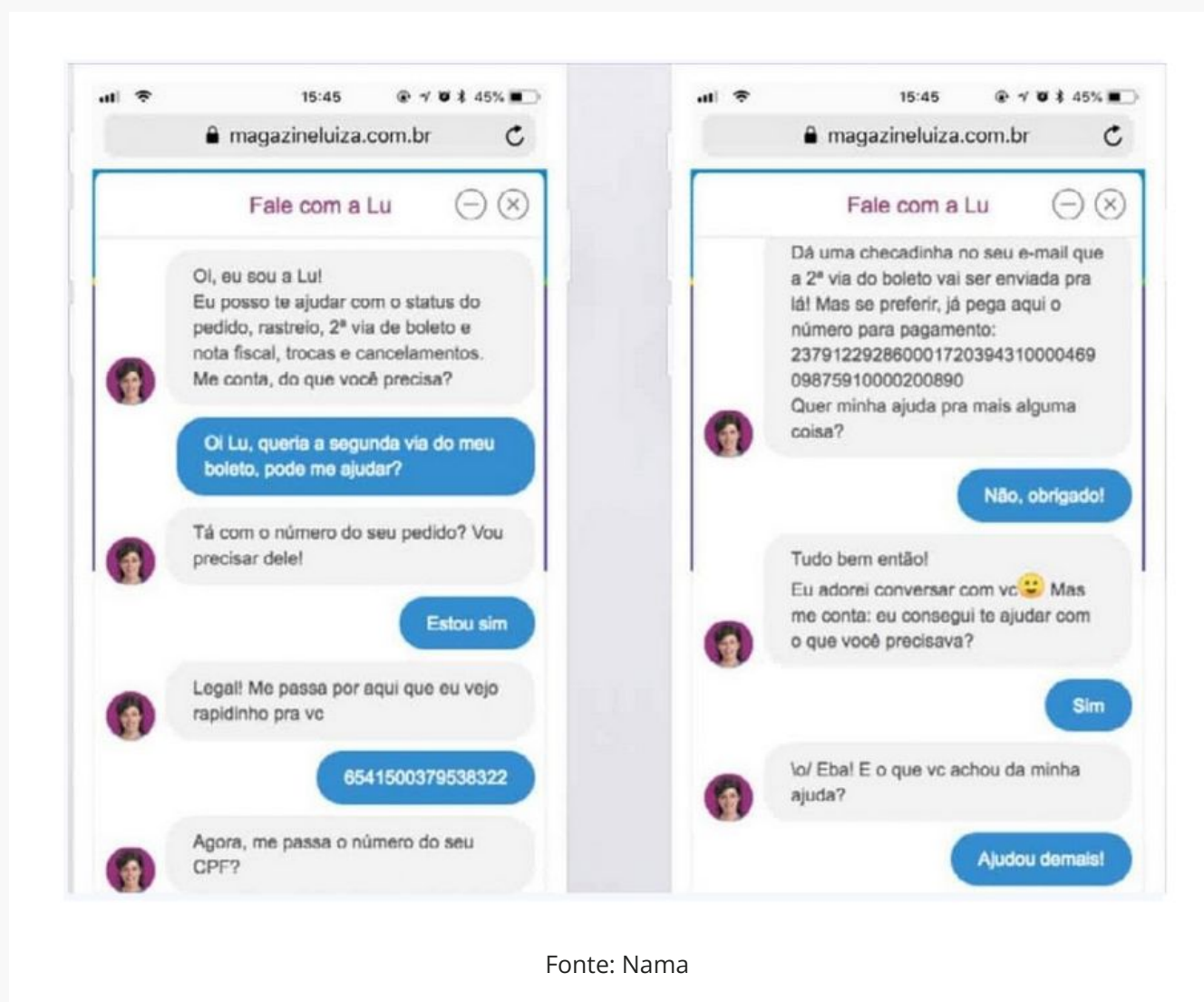
Utilizar um chatbot na estratégia de atendimento pode ser muito útil para ajudar o seu negócio a alcançar os objetivos de forma mais rápida, além de facilitar o dia a dia dos colaboradores.

Com certeza você deve estar se perguntando...mas como tudo isso funciona na prática, certo? Pensando nisso, trouxemos exemplos de bots de atendimento sendo utilizados por empresas de diferentes nichos:

Magazine Luiza

Vamos iniciar por um dos mais conhecidos (e premiados) do Brasil: a Lu, do Magazine Luiza.

O chatbot da Magalu foi criado para ajudar no atendimento ao público e melhorar a agilidade nos processos de pós-venda. Ele foi criado a partir da insatisfação de muitos clientes em esperar por atendimento e resolução de problemas.



Na prática, o contato pode ser feito de forma pró-ativa e receptiva. Ou seja, ela entra em contato com o cliente através do WhatsApp dando informações sobre o pedido e o cliente também pode chamar o bot através do site e pedir informações.

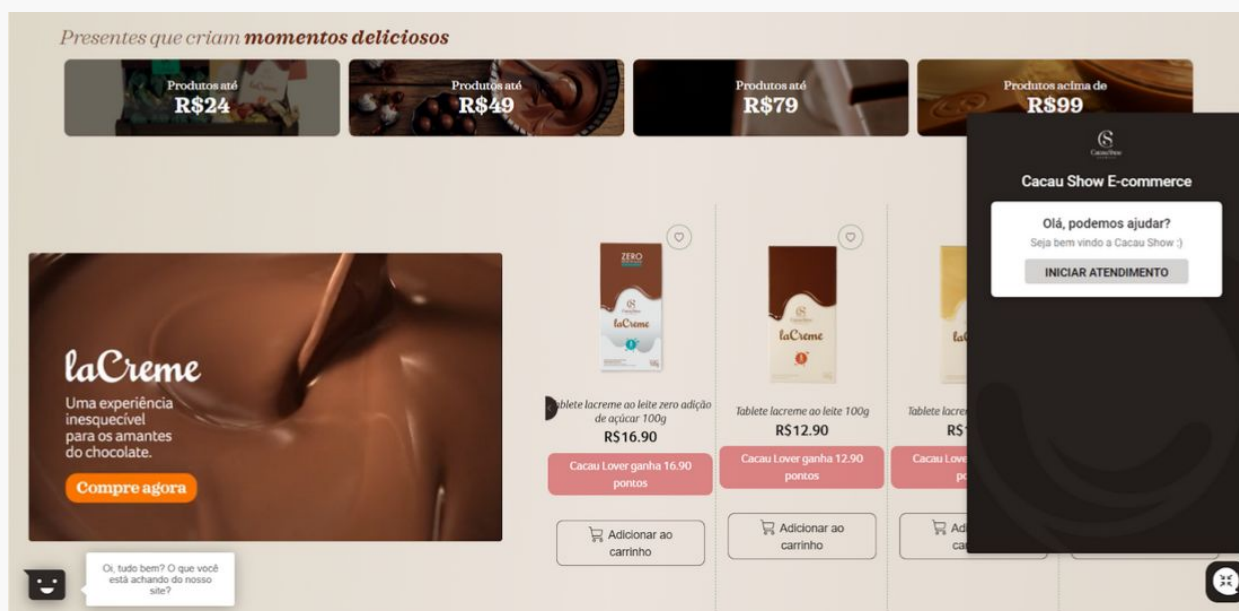
Entre os casos que o bot atende está o rastreamento da entrega, emissão de segunda via de boleto, status do pedido e entrega, além de endereço da loja em que o pedido pode ser retirado.

A utilização dessa estratégia aumentou significativamente o nível de satisfação dos clientes.

Cacau Show

A Cacau Show, empresa brasileira fabricante de chocolates, utiliza o bot para auxiliar nas vendas.

O atendimento por bot da Cacau Show pode ser feito diretamente pelo site, conforme imagem abaixo, ou pelo Facebook Messenger da página da empresa.



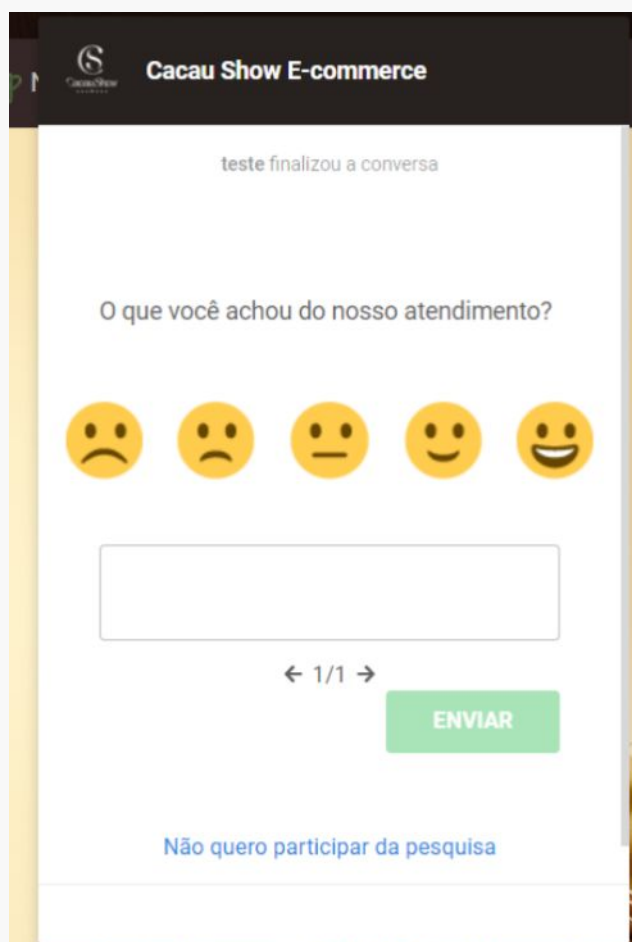
Fonte: Nama

Aqui, o bot dá duas opções: falar com um vendedor para ter ajuda na compra ou atendimento para ser franqueado. Em

ambos os casos, o usuário seleciona a opção desejada e entra para uma fila e é automaticamente direcionado aos vendedores.

“Cá”, como o bot é chamado, se baseia também na geolocalização do cliente, e mostra a loja mais próxima.

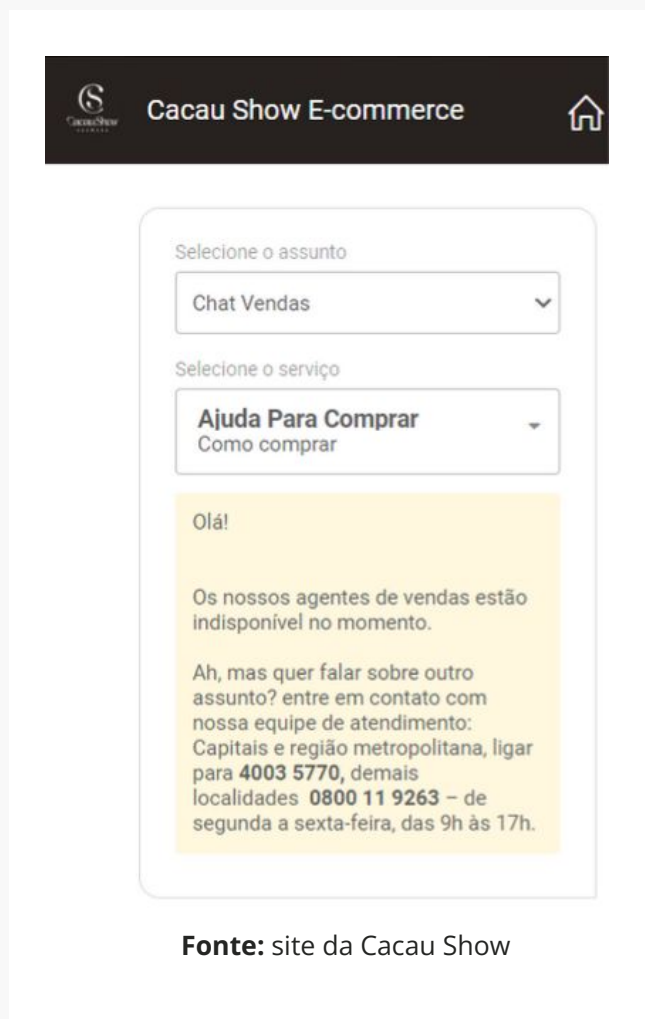
Ao finalizar o chat, o cliente recebe uma pesquisa de satisfação para responder sobre o atendimento recebido:

A screenshot of a mobile application interface for "Cacau Show E-commerce". At the top, there is a black header with the company logo and name. Below the header, the text "teste finalizou a conversa" is displayed. The main question is "O que você achou do nosso atendimento?". Below the question, there are five yellow emoji icons representing different levels of satisfaction: three sad faces and two happy faces. Underneath the emojis is a white text input field. Below the input field, there is a navigation indicator "← 1/1 →" and a green button labeled "ENVIAR". At the bottom of the screen, there is a blue link that says "Não quero participar da pesquisa".

Fonte: site da Cacau Show

Outro ponto interessante é que se a pessoa entrar em contato depois do horário comercial, o bot envia uma mensagem

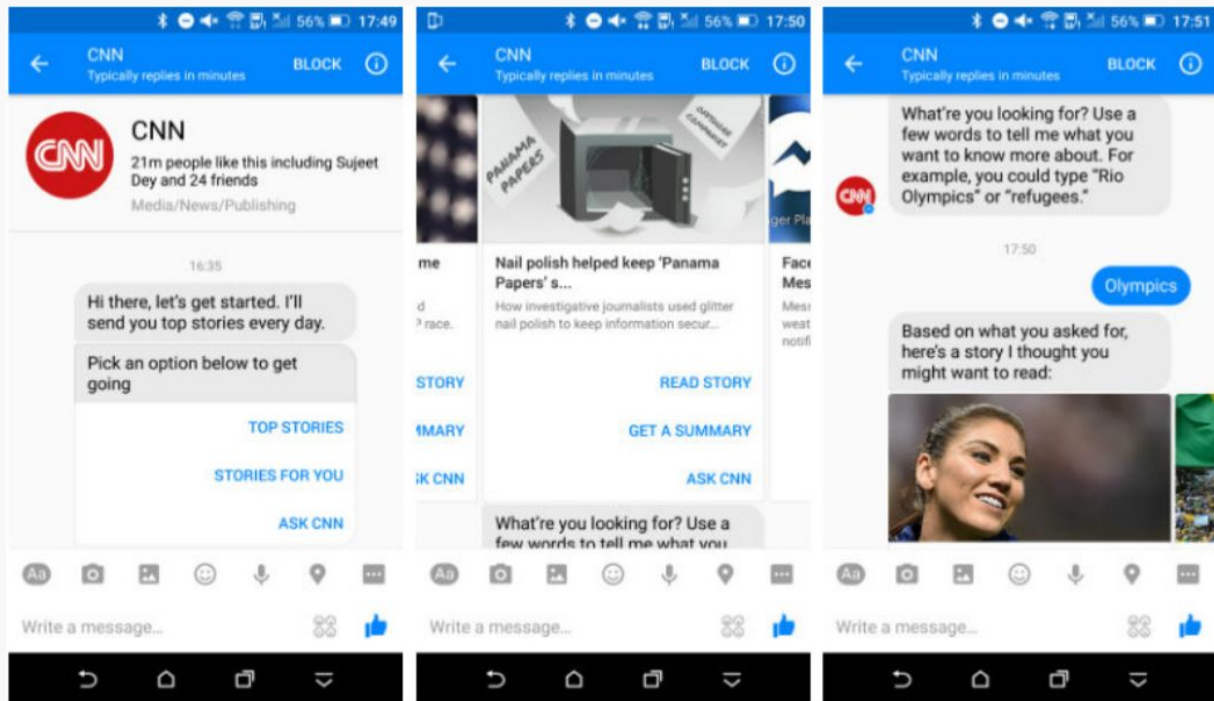
automática informando o horário de atendimento, o que é importante para alinhamento de expectativa do cliente:



Estes exemplos são fáceis de serem aplicados em qualquer negócio e você pode adaptar à realidade da sua empresa.

CNN

A CNN, gigante mundial de notícias, utiliza a estratégia de chatbot para trazer uma experiência melhor aos seus clientes. O bot da CNN envia feeds de notícias personalizadas para os usuários, baseado em uma lista de opções:



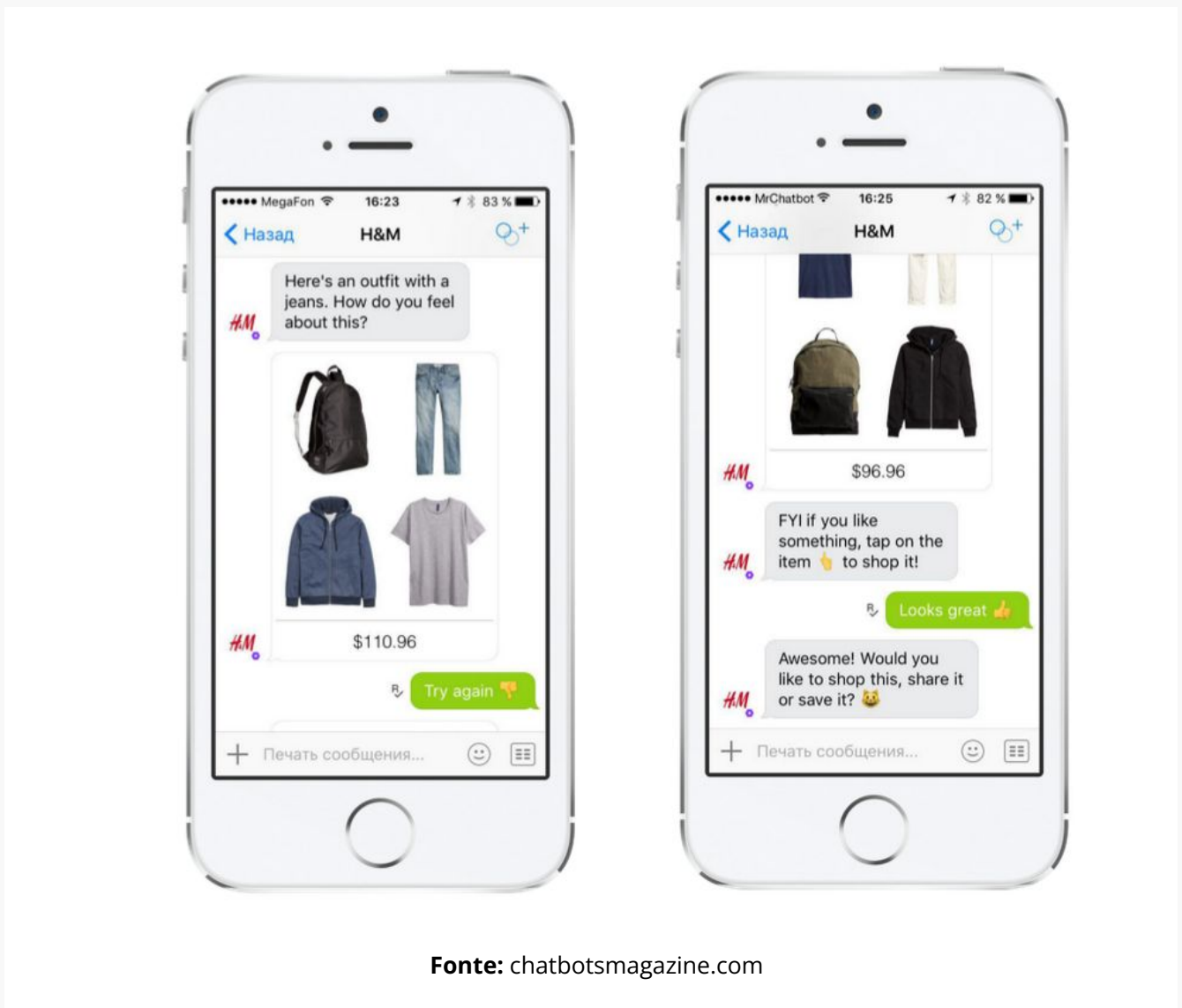
Fonte: Neil Patel

Neste caso, o usuário entra em contato com o bot através do Facebook Messenger da CNN, e responde às perguntas de interesse, para que assim, o robô entenda a preferência da pessoa e possa personalizar o envio de notícias em sua timeline da rede social.

Esta simples ação faz com que o nível de satisfação dos clientes aumente, pois eles acabam tendo uma experiência única e personalizada para o seu interesse.

H&M

A gigante europeia do varejo de moda criou um bot que interage com o consumidor para que ele encontre o produto certo, podendo ir até o checkout da compra diretamente da interface do chat.

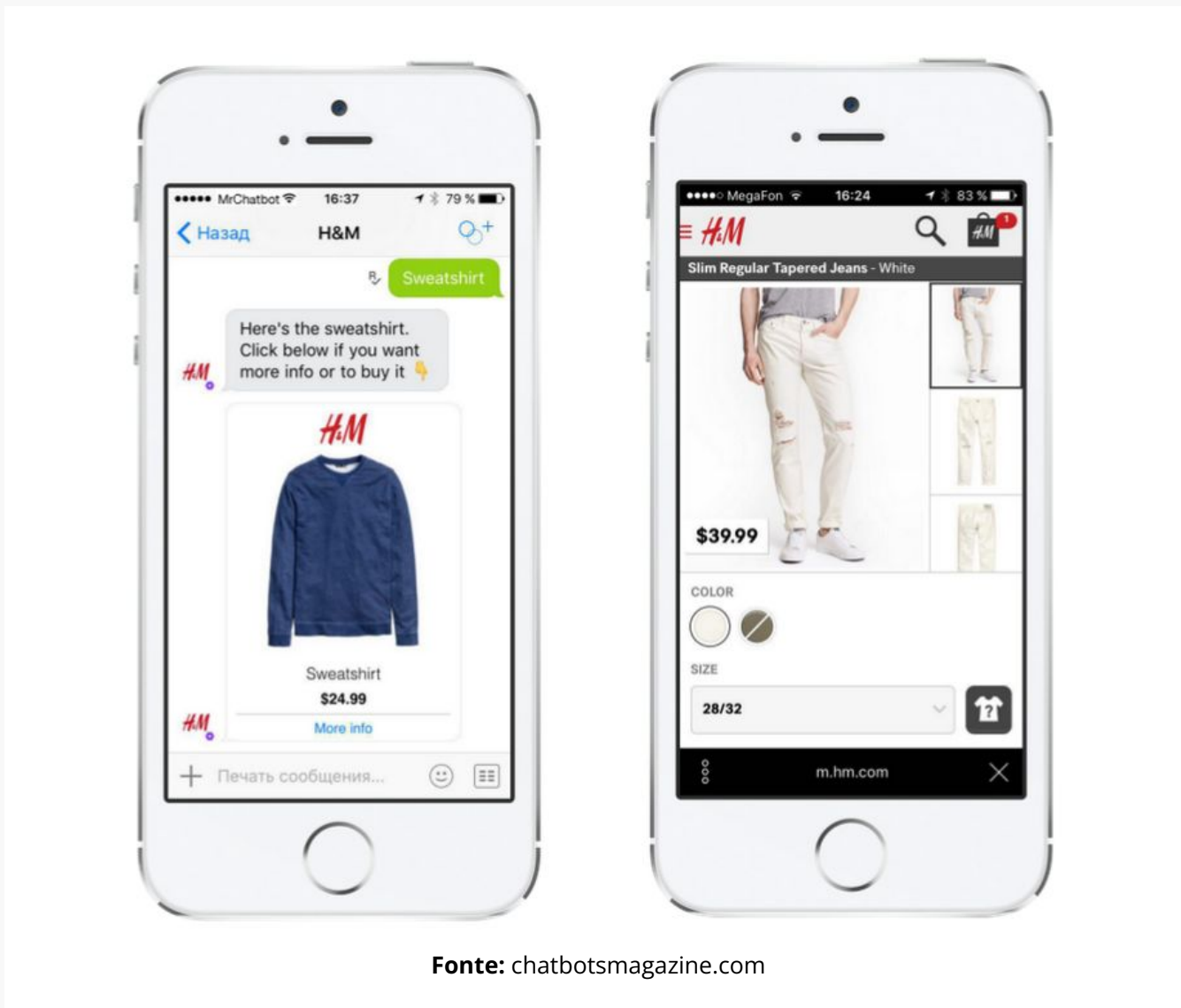


O bot faz perguntas padrão como idade, gênero e preferências de estilo. Porém, tudo isso é feito a partir de um diálogo amigável, fazendo o usuário sentir que está sendo ajudado por um amigo a escolher uma roupa nova.

As interações ocorrem de forma leve e sem o tom de venda. Inclusive, o bot utiliza emojis e palavras do mundo real. Depois de conhecer um pouco mais sobre o usuário, ele oferece dicas de estilo pessoal e mostra combinações de roupas.

Ele exhibe imagens e ao escolher a que mais chama a atenção,

o usuário pode clicar para ver o preço e mais detalhes, além de ter a opção para compartilhar/salvar/comprar.



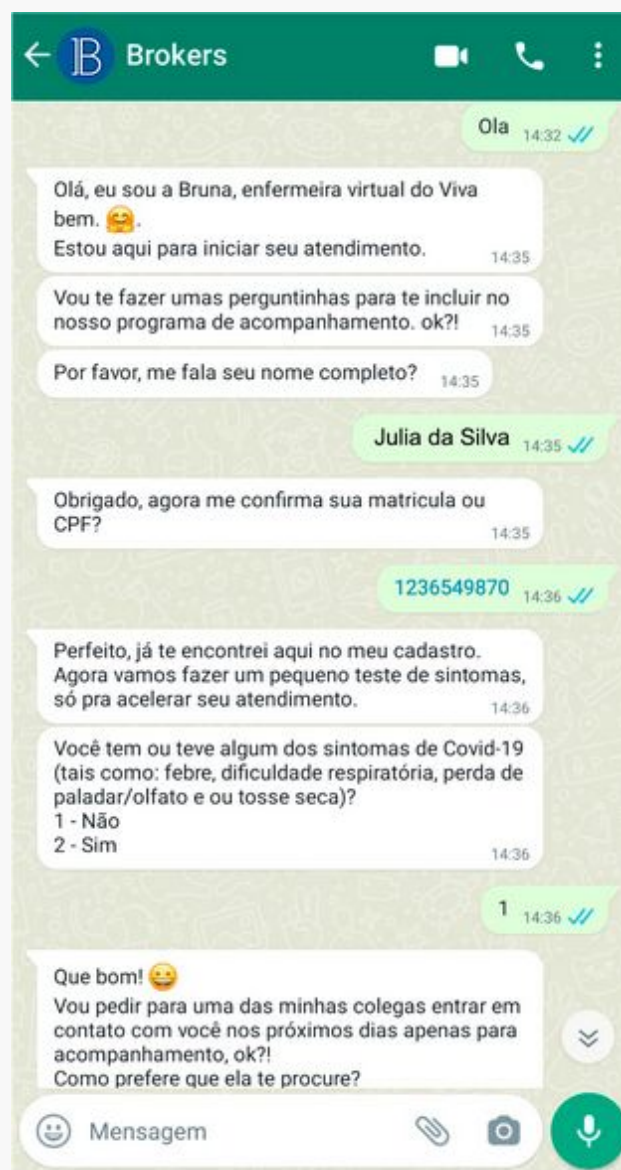
Após encontrar a peça que mais gosta, ele é redirecionado para a página mobile do site, a partir do app Kik. Já na página do e-commerce, ele coloca seus dados de pagamento e pode finalizar a compra.

Simple, rápido e prático! E o melhor: os usuários se guiam sozinhos através do funil de vendas.

Corretora Brokers

A Brokers é uma corretora de seguros brasileira, com um amplo portfólio. A empresa contempla desde planos de saúde empresariais até apólices de automóveis e transporte marítimo.

Com uma estratégia focada em medicina preventiva, juntamente com a tecnologia **Bitrix24** e o chatbot desenvolvido pela Br24, a empresa aplicou o **Chat Booster** em sua estratégia, fazendo com que o bot monitore os sintomas de milhares de associados.



Fonte: Br24

Por meio de um fluxo de troca de mensagens via WhatsApp, a empresa conseguiu criar um sistema de triagem automatizado que aplica um rápido questionário para registro dos sintomas no CRM.

Com base nas respostas, ele direciona para as orientações mais adequadas e prioriza casos mais graves para atendimento imediato dos profissionais da saúde.

Tudo isso com o apoio do chatbot, [integrado ao WhatsApp](#) e o CRM do Bitrix24.

Assim, a empresa faz o pré-atendimento e identificação das necessidades do paciente, tem mais agilidade na resolução de dúvidas e ainda consegue monitorar os sintomas de Covid, fazendo o acompanhamento da evolução da doença.

Neste exemplo, é possível entender como a utilização de um chatbot pode ajudar na melhoria do bem-estar e saúde das pessoas.

Agora que vimos algumas aplicações, vamos ver quais as boas práticas para criar um bot com eficiência.

[VOLTAR AO SUMÁRIO](#) →



Conclusão

O atendimento ao cliente tornou-se um diferencial na hora de passar na frente da concorrência. Em um mercado com tantas opções de produtos e serviços com preços e funcionalidades semelhantes, um ponto extra na hora de se destacar é a experiência do cliente.

E a experiência do cliente está diretamente relacionada ao atendimento que ele recebe!

Como vimos, nós podemos utilizar bots para automatizar grande parte do processo de atendimento, desde a captação de leads, até a venda e o suporte. E isso não significa deixar o processo frio e impessoal.

Deste modo, é muito importante pensar nos usuários em cada passo da estratégia de contato com o chatbot e a sua empresa.

As maiores vantagens em utilizar um chatbot, está na redução de custos e na melhora da qualidade de entrega de tarefas repetitivas.

Além disso, podemos citar:

- 👉 Aumento da satisfação do cliente, devido a praticidade, responsividade e agilidade nos atendimentos;
- 👉 Disponibilidade 24h por dia, 7 dias por semana;
- 👉 Automatização de processos manuais, otimizando o tempo dos colaboradores;
- 👉 Possibilidade de utilização em múltiplos canais de atendimento;
- 👉 Formas automatizadas de contato com leads e oportunidades;
- 👉 Geração de vendas mais escaláveis, ágeis e com redução de Custo de Aquisição por Cliente.

Gostou do que viu até aqui?

Existem inúmeras possibilidades para aplicar e explorar o potencial de um chatbot no seu negócio. O importante é ter bem definido qual o objetivo principal com o uso dessa tecnologia e pensar em qual bot investir.

Aqui na Br24, nós usamos em nosso dia a dia o [Chat Booster](#), o chatbot desenvolvido por nós para ser integrado ao Bitrix24.

Todo o conteúdo desenvolvido neste eBook está relacionado às possibilidades com nosso chatbot integrado à nossa [ferramenta de CRM](#) e você pode utilizá-lo em seu negócio também!

Alerta de spoiler! Em breve lançaremos um novo material para você baixar sobre quais práticas são ideais e quais não são, para você aplicar na construção de um bot em seu atendimento.

Então, já se inscreva em nossa newsletter para receber conteúdos e acompanhar os próximos lançamentos [clikando aqui!](#)

[VOLTAR AO SUMÁRIO](#) →

O chatbot para Bitrix24 pode acelerar a resolução de problemas de seus clientes e ainda escalar seu atendimento! Além de ser uma solução de autoatendimento para empresas de todos os nichos e portes, é ideal para atender pequenos e grandes volumes de conversas todos os dias.

Agora que você sabe como personalizar o seu atendimento utilizando um chatbot, que tal aplicar na sua jornada do cliente?



Acesse o ebook [Jornada do Cliente: Um guia passo a passo para melhorar a experiência do seu cliente e aumentar os lucros da sua empresa.](#)

E descubra como ir muito além da conversão do seu lead!



Se você já tem uma licença paga do Bitrix24, **teste o Chat Booster GRÁTIS por 14 dias [clikando aqui!](#)**

Agora, se você não conhece o **Bitrix24** e tem interesse em saber mais sobre a solução e ver como ela pode te ajudar, [clique aqui](#) para falar com um de nossos especialistas!

NÃO PARE POR AQUI!

Acesse GRÁTIS mais conteúdos estratégicos como este que você acabou de ler!

- 👉 [Ler Artigos no Blog da Br24](#)
- 👉 [Assistir Vídeos no YouTube](#)
- 👉 [Baixar mais conteúdos GRÁTIS](#)

SIGA TAMBÉM A BR24 NAS REDES SOCIAIS





Tenha visibilidade e automatize as etapas de atendimento com os maiores especialistas em Bitrix24 da América Latina.

A equipe da Br24 mergulha nos seus desafios, ajuda você a **desenhar seus processos comerciais e não-comerciais da Jornada, aplica eles na plataforma Bitrix24** e ainda **treina sua equipe** para obter os melhor resultados com a ferramenta utilizando os aplicativos de integração exclusiva. Gostou? Entre em contato com a gente agora mesmo!

[FALAR COM ESPECIALISTA](#)



Bitrix24[®]

Br24