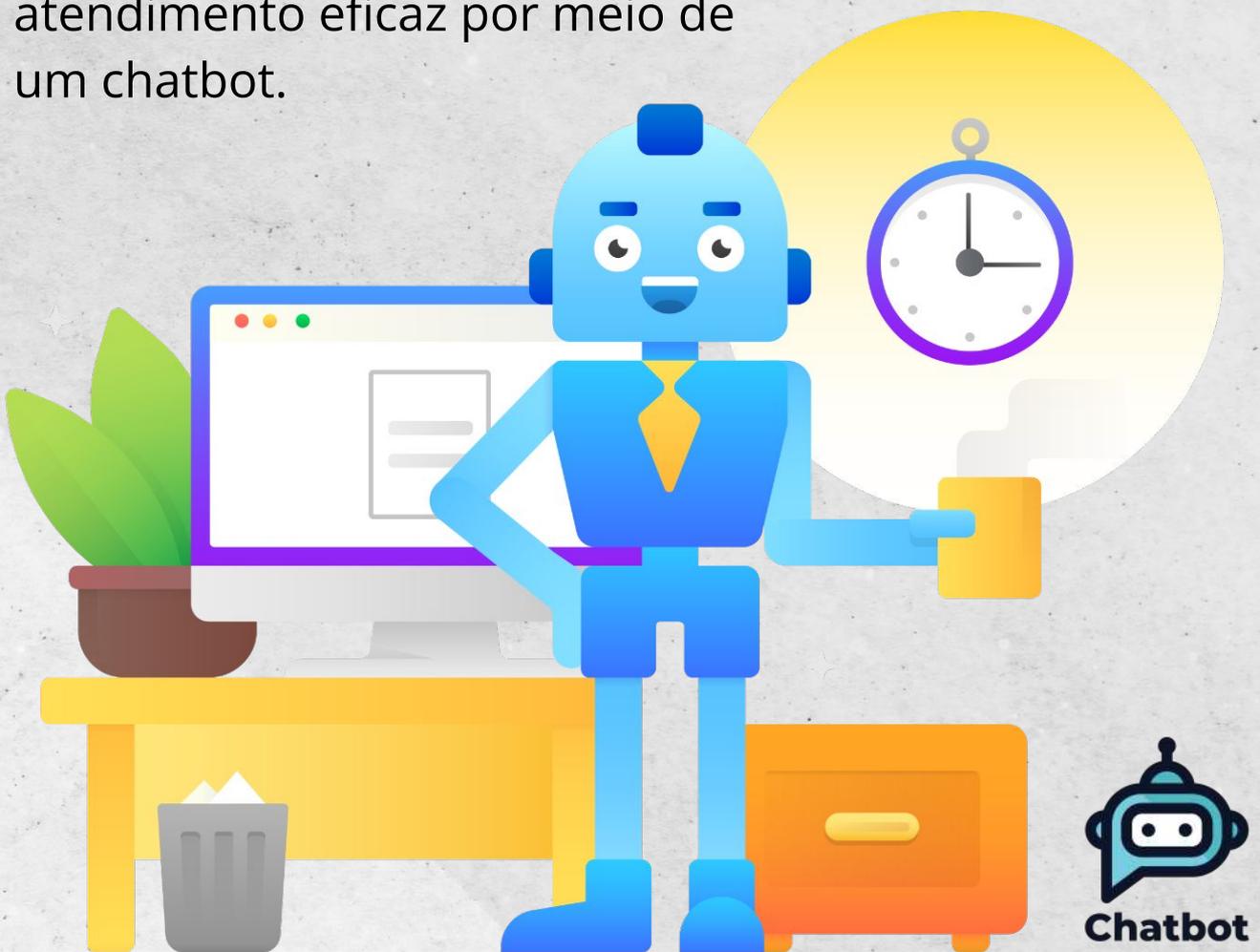


**eBook GRÁTIS**

Chatbot:

Um Guia de boas práticas para você aplicar no seu negócio

Depois do sucesso de **“Chatbot: Como personalizar a experiência do seu cliente”** agora é hora de colocar a mão na massa e aprender como construir um atendimento eficaz por meio de um chatbot.



Sumário

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

| | | |
|----|---|-----------|
| 01 | Introdução..... | 03 |
| 02 | Foco na experiência do cliente..... | 04 |
| | Organização do tempo | 05 |
| | Escolha da plataforma | 05 |
| | Acompanhe a evolução do mercado | 06 |
| 03 | Nem tudo pode ser resolvido com um bot | 07 |
| 04 | O que fazer..... | 09 |
| | Escolha "ONDE" | 09 |
| | Defina "ATÉ ONDE" | 10 |
| | Determine "COMO" | 10 |
| | Dicas importantes de como fazer | 11 |
| 05 | O que não fazer..... | 16 |
| 06 | Conclusão..... | 20 |



Introdução

No eBook anterior (**Como utilizar um chatbot para prestar um atendimento de qualidade**)

vimos que o potencial de utilizar um chatbot vai muito além do atendimento ao cliente, ele também apresenta uma grande oportunidade para vendas e marketing. Isto quer dizer que as vantagens são enormes!

No entanto, quando programado de forma incorreta e com muitas falhas no fluxo de mensagens, a tecnologia pode mais atrapalhar do que ajudar, entregando uma experiência ruim.

Por isso, antes de adotar essa estratégia em um negócio, a empresa precisa mapear as ações que serão feitas. Para te ajudar com isso, trouxemos exemplos de boas práticas com dicas especiais!



Foco na experiência do cliente

Antes de iniciar o trabalho com o bot, reflita: como os usuários (contatos, leads, clientes...) vão se beneficiar com essa solução? Pense na dor deles e faça uma conexão com a dor do seu negócio.

Se você tem problemas no seu atendimento, demora em passar retorno ou outro ponto que pode melhorar, pense em como pode ser resolvido pelo chatbot. O mais importante aqui é pensar na experiência que o seu cliente vai ter ao acessá-lo e como o bot pode ajudar a otimizar esse contato.

Dentro de um negócio os desafios podem ser muitos! Nossa sugestão é que você faça uma lista de pontos de melhoria e pense nas ações que podem ser feitas para resolvê-los.

Uma boa prática é fazer entrevistas com os seus clientes, tentando entender o que sua empresa pode fazer para melhorar o relacionamento.

Veja algumas dicas que tem foco na experiência do cliente:

Otimização do tempo:

Esse com certeza é um dos melhores pontos no uso de chatbots para atendimento...otimizar tempo! Seja tanto do cliente quanto da empresa.

Enquanto as empresas que realizam um atendimento somente com funcionários se deparam em vários momentos com congestionamento de seus canais, as que optam pelo uso de chatbots podem atender um número quase ilimitado de pessoas.

Nesse caso, ao criar a jornada do bot com o usuário, pense em caminhos rápidos para solucionar suas dúvidas.

Escolha da plataforma:

O chatbot tem foco em comunicar-se com o público. Por isso, ele não está preso a uma plataforma específica de publicação, podendo ser aplicado em diversas plataformas.

Isto é, se o seu cliente está no Facebook, foque no Facebook Messenger. Se os maiores acessos são pelo seu site ou pelo WhatsApp da empresa, aplique o bot nesses canais.

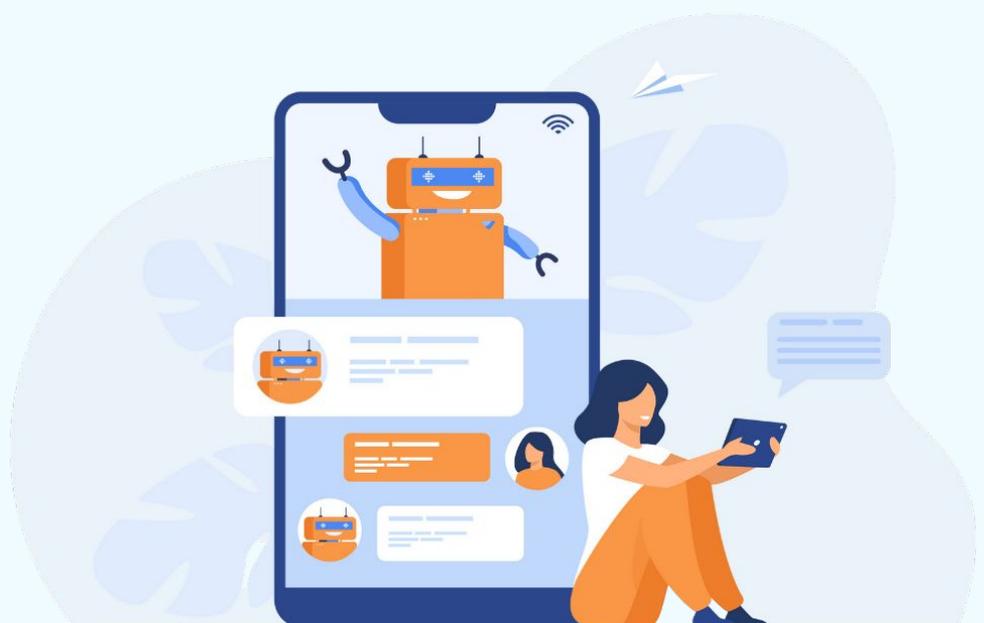
A ideia aqui é que você pense em todos os pontos de contato do cliente com sua empresa e facilite o atendimento, indiferente do canal.

Acompanhe a evolução do mercado

Os clientes estão cada vez mais exigentes! Por isso, busque compreender a evolução do seu setor de atuação antes de implementar bots.

Faça pesquisas para ver a melhor solução para você e seu cliente.

Lembrando que a experiência do cliente é muito importante, pois é ele quem vai utilizar o chatbot na prática.





Nem tudo pode ser resolvido com um bot

Antes de iniciar o trabalho com um bot, lembre-se: nem tudo pode ser resolvido por ele! Isto é, ele não vai resolver todas as solicitações do cliente. Até porque, quem faz tudo, não faz nada bem.

O chatbot precisa ser especialista em sua funcionalidade.

Não faz sentido pensar que bots vão substituir o atendimento humano. Na realidade, quando os softwares não conseguem solucionar uma demanda, o melhor a fazer é transferir o atendimento a um colaborador qualificado.

Outro ponto importante:
problemas internos da empresa, como insatisfações com produtos ou serviços, atendimento humano sem empatia e outros problemas que seu negócio pode estar enfrentando não podem ser resolvidos com automatização de processos e sim com ações internas.

Deste modo, antes de iniciar o uso de um chatbot, foque em arrumar “a casa”!



O que fazer

Vamos começar do início! Depois de fazer uma reflexão dos pontos de contato e quais soluções o bot pode trazer para o seu atendimento, planeje os 3 pontos a seguir:

Escolha “ONDE”:

Defina onde o chatbot será utilizado. **Vai ser nas redes sociais? WhatsApp, site, área logada...?** A sua resposta deve se adaptar às perspectivas dos usuários.

Defina “ATÉ ONDE”:

Quais são as ações que devem ser conduzidas pelo chatbot? Ele deve sugerir respostas ou também envolver o cliente e realizar ações simples? É necessário enviar para um atendimento humano?

Determine “COMO”:

Aqui, é importante definir o idioma do chatbot, como ele será personalizado, como acessá-lo, quais as plataformas escolhidas, diferenças entre as respostas de acordo com o usuário que está acessando e qual a jornada que ele deverá seguir.

Esses aspectos vão determinar a precisão das interações e a base de conhecimento que você precisará disponibilizar para alimentá-lo.



DICAS IMPORTANTES DO QUE FAZER

Concentre-se em criar interações de qualidade. Assim, as pessoas vão responder e darão uma ótima oportunidade para conhecer melhor as necessidades delas.

Veja uma lista completa com os principais itens que você deve avaliar na hora de criar um chatbot:

✓ **Personalize o atendimento:** personalizar o atendimento é uma boa prática para uma comunicação mais ágil e com grandes chances de interação dos usuários. Para isso, utilize uma comunicação que seja parecida com o formato que seus colaboradores conversam com os clientes.

✓ **Salve o histórico da conversa:** tão importante quanto coletar os dados e ajudar os clientes, é necessário salvar todas as informações transmitidas! Assim, além de você utilizá-las para otimizar cada vez mais as suas ações, você também evita pedir dados solicitados anteriormente.

✓ **Redação eficaz:** nós geramos conexão através da linguagem, por isso, é muito importante que o bot se comunique de forma pessoal nas mensagens que serão enviadas. O contato deve ser uma conversa agradável! Se fizer sentido na sua estratégia, você pode inclusive usar emojis, para dar um tom mais informal.

✓ **Humanize o bot:** na hora de criar o bot, lembre-se de fazer com que ele soe humano. Escreva perguntas e mensagens em suas próprias palavras e verifique se elas estão alinhadas com a sua marca. Se o contato com o chatbot for muito robótica, a probabilidade de interação é menor.

✓ **Dê personalidade ao bot:** o bot precisa ter uma personalidade própria! Dê um nome, faça ele se apresentar ao usuário, use uma imagem para representá-lo. Lembre-se também de que o bot deve tratar o usuário com educação e gentileza. Tudo isso contribui para o atendimento virtual parecer mais próximo.

✓ **Tenha um bom repertório de respostas:** seria estranho se você perguntasse a alguém frases diferentes e a pessoa respondesse sempre com as mesmas palavras, certo? O mesmo acontece com o bot! Para que a comunicação seja mais natural, é preciso ter um acervo com diferentes formas de responder um determinado questionamento.

✓ **Coloque atitude e sempre dê retorno:** deixe o bot o mais sincero possível! Se ele não souber responder, diga que não sabe. Nesse momento, além de reconhecer o problema, ele deve ser programado para saber como agir, tendo em vista que o atendimento deve ser concluído de alguma forma. Aqui, recomendamos que o usuário seja convidado a fazer uma ação, como aguardar um atendente humano, clicando em um menu de opções. O bot deve ser configurado para sugerir próximos passos, o que demonstra proatividade e colaboração.

✓ **Deixe claro que as pessoas estão**

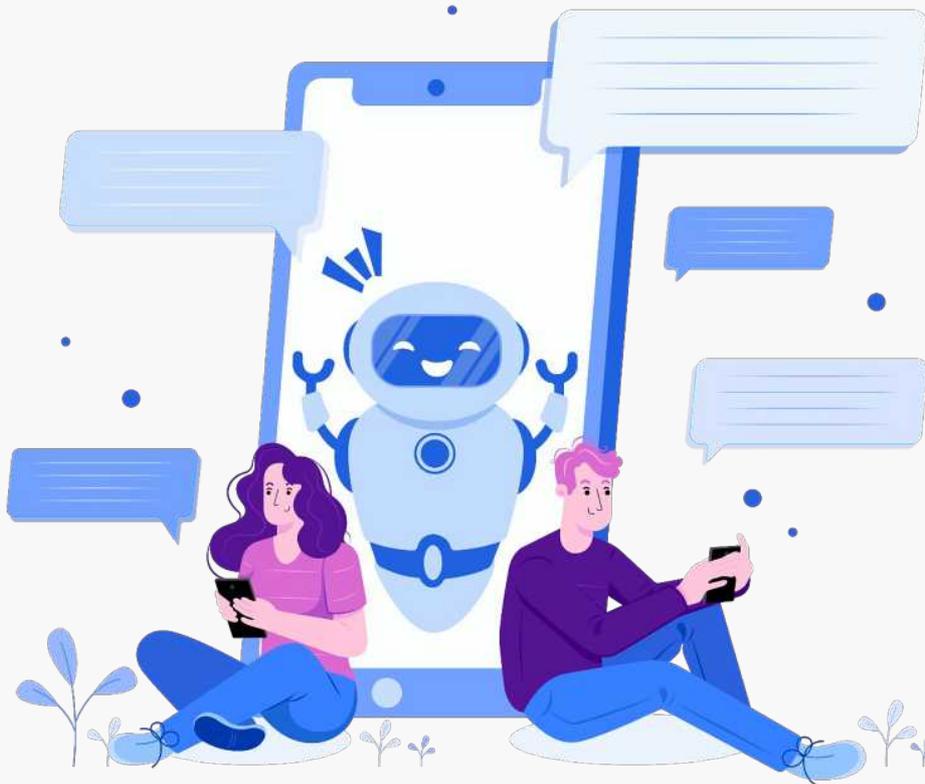
conversando com um bot: uma coisa é fato: nem todo mundo gosta de conversar com robôs! Em alguns casos, sugerimos que você avise, de forma natural, que o cliente está sendo atendido por um robô. Veja o exemplo que utilizamos aqui na Br24: *“Oi! Aqui é a Beatrix, robozinha da Br24. Conta pra mim: Você já é nosso cliente?”*

✓ **Sempre dê a opção de falar com um humano:**

como vimos anteriormente, nem todos os problemas podem ser resolvidos por um chatbot! Não é todo mundo que quer ser atendido por uma automação e muitas ações só podem ser feitas por pessoas. Por isso, em algum momento do fluxo com o chatbot, disponibilize a opção para conversar com um atendente, mesmo que não tenha ninguém disponível para isso no momento.

Exemplo: *“Quer conversar com um atendente? >> Tudo bem, mas talvez você tenha que esperar alguns minutos na fila, tudo bem?”*

✓ **Integre seu chatbot a um CRM:** se você trabalha com um CRM, faça a integração do chatbot com ele. Os dados que ele captar durante a conversa são muito importantes para que a empresa possa ter seus indicadores em dia. Com estas informações, você pode criar estratégias de comunicação e criar campanhas de marketing, além de conseguir ajudar o time comercial a fechar novas vendas.



[VOLTAR AO SUMÁRIO →](#)



O que não fazer

Tão importante quanto conhecer as boas práticas, é ter plena consciência do que não deve ser feito. Veja abaixo as ações que indicamos que você evite:

✘ Não ter claro qual o objetivo do chatbot: não realizar um estudo estratégico sobre os objetivos com o chatbot é um fator que pode prejudicar a experiência do usuário e fazer você perder tempo. Entender o motivo pelo qual o usuário entrará em contato com a empresa, além dos objetivos internos, deve ser um estudo de base que guiará toda a estruturação de inteligência do bot.

✘ Pedir dados irrelevantes ao usuário: ao solicitar uma informação ao cliente, garanta que a comunicação esteja concisa, para que o usuário seja guiado para uma resposta direta. Quando pedir informações ao cliente, só peça dados que sejam úteis para a sua estratégia, principalmente se forem dados sensíveis. Cuidado também para não repetir as mesmas perguntas! Por isso, ressaltamos a importância de ter um banco de dados com informações armazenadas.

✘ Não deixar claro quanto a ação e opções que o cliente deve escolher: este é um erro muito comum e que dificulta (e muito!) a utilização do chatbot pelo usuário. As opções e ações que o cliente deve tomar precisam estar claras. De preferência, apresente uma lista com opções, assim facilita inclusive para a sua estratégia. Deste modo, ele passará com mais facilidade pela jornada até a solução do que está buscando com a sua empresa.

✘ Utilizar frases muito longas: uma conversa com chatbot deve ser fluida e direta. Cuidado ao utilizar frases muito longas, tente ser o mais sucinto possível e comunicar de forma direta o que você quer dizer e quais as ações você espera que o usuário faça.

✘ Não informar que o usuário está em contato com um chatbot: falamos sobre isso nas boas práticas, e aqui nesta lista indicamos que você realmente não deixe de informar que a pessoa está conversando com um bot. Isso se dá principalmente quando o robô está personalizado e humanizado. Ao informar o usuário, conseguimos alinhar expectativas em relação ao contato que está sendo feito. Outro ponto importante é a passagem de bastão para o atendimento humano, o bot deve deixar claro que essa ação está sendo feita.

✘ Não deixar claro ao atendente humano o que fazer: essa é uma péssima prática! De nada adianta direcionar o usuário a um atendente se ele precisar informar todos os dados fornecidos ao bot anteriormente. Isso causa uma péssima impressão e passa a mesma sensação de quando estamos horas aguardando em uma linha telefônica.

✘ Não criar relatórios para medir

desempenho: é importante estarmos em constante melhoria, sempre! E para que isso ocorra, é necessário mapear e identificar os pontos de aprimoramento no contato inteligente. Ou seja, não basta criar um fluxo e esquecê-lo, é importante realizar a manutenção e análise do mesmo. Lembre-se: quem comprova a qualidade do seu chatbot é o usuário!

✘ Substituir o contato humano: por último e não menos importante...é preciso lembrar que nada substitui o contato humano! Por isso, indicamos que em algum momento do fluxo, esteja claro ao usuário que em qualquer momento, ele pode ter o contato com um colaborador da empresa.



Conclusão

Como você viu, a experiência do cliente está diretamente relacionada ao atendimento que ele recebe, ou seja, com o relacionamento criado junto a ele.

Com um chatbot, existem inúmeras maneiras de construir um atendimento humanizado e que proporcione maior aproximação com o seu cliente e ainda, de forma humanizada.

O conteúdo deste eBook, foi elaborado justamente pensando nas práticas ideias para a criação de um chatbot em empresas dos mais variados segmentos e tamanhos e aplicado à nossa [ferramenta de CRM Bitrix24](#), a qual você pode utilizar na sua empresa também!

Como citamos no eBook anterior, as maiores vantagens em utilizar um chatbot, estão:

- ➡ Na redução de custos e na melhora da qualidade de entrega de tarefas repetitivas;
- ➡ No aumento da satisfação do cliente, devido a praticidade, responsividade e agilidade nos atendimentos;
- ➡ Na disponibilidade 24h por dia, 7 dias por semana;
- ➡ Na automatização de processos manuais, otimizando o tempo dos colaboradores;
- ➡ Na possibilidade de utilização em múltiplos canais de atendimento;
- ➡ Nas formas automatizadas de contato com leads e oportunidades;
- ➡ E na geração de vendas mais escaláveis, ágeis e com redução de Custo de Aquisição por Cliente.

Gostou do que viu até aqui?

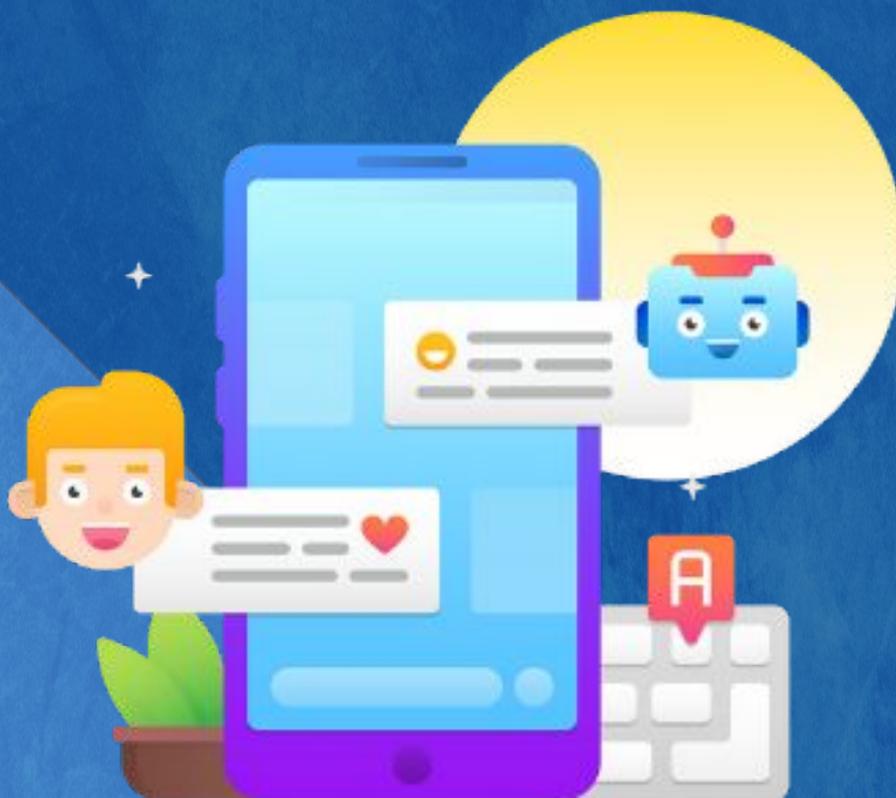
Então, se inscreva em nossa newsletter para receber conteúdos e acompanhar os próximos lançamentos Br24 [clikando aqui!](#)

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



Acesse o ebook [Chatbot: Como personalizar a experiência do seu cliente](#)

E veja como empresas de sucesso como Magazine Luiza, CNN e Cacau Show utilizam na prática o chatbot em seus atendimentos.



Chatbooster

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.

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

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