



Case Study

# Worten

**“Worten sempre”  
e através de qualquer canal**



**worten**

“Worten é uma empresa portuguesa, líder do mercado nacional nas áreas dos eletrodomésticos, da eletrónica de consumo e do entretenimento.”

## Case Study: Worten

### Desafio

Encontrar uma solução que permitisse uma gestão mais eficaz no tratamento das interações nos vários canais, reduzindo custos e otimizando a performance.

### Solução

Implementação do GoContact em parceria com a ManpowerGroup Solutions, prestador de serviço que faz a gestão de toda a operação de Contact Center da Worten. Disponibilização de uma visão omnicanal e integração, num único interface, de todas as interações nos vários canais, complementados com estatísticas integradas e reporting em tempo real para controlo da performance do Contact Center.

### Resultados

Redução de custos, otimização da performance e melhoria na gestão das atividades do Contact Center, com acesso ao histórico de todas as interações, em tempo real, o que permitiu personalizar o atendimento e garantir uma melhor resposta às necessidades de cada cliente.



**“A capacidade de interagir com os clientes, nos vários canais, permite oferecer um serviço mais personalizado e criar pontes entre os diferentes meios de comunicação.”**

“Para ir ao encontro das expectativas do consumidor a Worten tem vindo a destacar-se, nos últimos anos, pela sua estratégia omnicanal.”

## “Worten sempre” e através de qualquer Canal

A Worten é uma empresa portuguesa, líder do mercado nacional nas áreas dos eletrodomésticos, da eletrónica de consumo e do entretenimento. Possui mais de 180 Lojas em Portugal Continental e Ilhas e mais de 40 Lojas em Espanha, bem como 2 Lojas Online para Portugal e Espanha. Pertence ao grupo SONAE, um dos maiores grupos privados em Portugal, com cerca de 40.000 colaboradores e um valor de mercado de mais de 2 mil milhões de euros.

É considerada uma “Marca de Confiança” dos portugueses e apresenta, desde 2016, uma nova identidade, traduzida num novo logótipo e na introdução de um ícone de marca. Também o slogan “Worten sempre”, ganhou um novo significado. Nas palavras da empresa: “Não queremos ser apenas a sua Worten hoje, queremos ser a sua Worten sempre.” Esta assinatura pretende levar a insígnia para um novo patamar relacional e assumir a ambição de estar com os portugueses nos próximos 20 anos, tal como esteve nos últimos 20.

## A Importância do Contact Center para a Worten

Para ir ao encontro das expectativas do consumidor a Worten tem vindo a destacar-se, nos últimos anos, pela sua estratégia omnicanal. Existe também uma preocupação de integrar o mundo físico com o mundo digital, dotando as plataformas digitais e as lojas físicas de um atendimento personalizado e serviços mais especializados, potenciando uma experiência de compra única e diferenciadora.

O Contact Center surge, por isso, como uma solução preferencial para a Worten, tendo em conta os vários projetos e desafios que a empresa tem em pipeline. A capacidade de interagir com os clientes, nos vários canais, permite oferecer um serviço mais personalizado e criar pontes entre os diferentes meios de comunicação. Através do Contact Center da Worten, é possível ao consumidor, bem como a todas as áreas de negócio terem acesso a um elevado número de canais para comunicar, como telefone, e-mail, webchat, redes sociais e SMS.

**“A implementação do GoContact na operação da ManpowerGroup Solutions, que faz a gestão do Contact Center da Worten, veio dar resposta a várias questões, nomeadamente a necessidade de uma visão omnicanal.”**

# Potenciar o Contact Center com o GoContact



Antes de implementar o GoContact, os principais desafios do Contact Center prendiam-se com a ausência de uma visão multicanal da comunicação, o que retirava agilidade à Worten no acesso à informação.

A Worten realizou uma mudança de prestador de serviço do Contact Center, que passou a ser gerido pela ManpowerGroup Solutions, num processo que, com a consultoria da GoContact, durou cerca de 7 semanas e registou downtimes de 0% ao longo de todo o período. Estes desenvolvimentos e parametrizações permitiram otimizar o trabalho das equipas de operações e IT da ManpowerGroup Solutions, garantindo, desta forma, uma actuação em tempo útil e em sintonia com as necessidades de negócio da Worten.

A implementação do GoContact na operação da ManpowerGroup Solutions, que passou a fazer a gestão do Contact Center da Worten, veio dar resposta a várias questões, nomeadamente a necessidade de uma visão omnicanal.

Foram integradas todas as funcionalidades e canais de comunicação do Contact Center da Worten (voz, tickets e redes sociais), sem a necessidade de associar ou recorrer a outras plataformas. Isto permitiu melhorar e personalizar a experiência de atendimento dos clientes que interagem com o Contact Center. Foram configurados IVR multi-nível, o que veio permitir aos clientes serem atendidos pelo agente mais indicado e também a funcionalidade de callback e voicemail para que os clientes possam deixar o seu contacto e receber uma chamada posteriormente. Para garantir a interação com os clientes no mercado espanhol, foi ainda realizada uma integração com o SIP Trunk, que permite que as chamadas sejam efetuadas como numeração espanhola nativa.

## Impacto para os agentes

Na componente operacional, o GoContact veio permitir aos agentes uma visão do histórico de clientes, controlo da respetiva performance e o acesso a um sistema inteligente de gestão de pausas. A vertente Omnicanal, para o agente, veio potenciar a qualidade das interações e mel-

**“...traduziu-se num aumento da eficácia na gestão e tratamento de todas as actividades do Contact Center da Worten, o que permitiu reduzir custos e otimizar significativamente a performance.”**

horar a experiência de atendimento.

### **Impacto para os supervisores**

No mesmo sentido, para os Supervisores, o GoContact veio permitir uma análise em tempo real, de fácil acesso e num interface único, o que melhorou significativamente a gestão das actividades e respetivos níveis de serviço.

## **O Impacto de uma Presença mais Próxima dos Clientes**

A implementação do GoContact, em parceria com a ManpowerGroup Solutions, teve um impacto muito significativo no Contact Center da Worten, o que permitiu aproximar a empresa dos clientes e ir de encontro às suas necessidades e expectativas.

A integração de todos os canais num único interface, com acesso ao histórico das interações do cliente, independentemente do canal, em tempo real, permitiu personalizar a experiência de atendimento e garantir a melhor solução para cada cliente.

A entrega de todas as interações (voz, tickets e redes sociais), de forma inteligente e em sintonia com o skill set dos agentes, permitiu melhorar a gestão e aumentar o foco nas prioridades do negócio, tendo em vista a obtenção dos SLA's desejados. Os automatismos implementados resultaram na diminuição do erro humano, bem como a redução do tempo de ócio nos processos existentes.

A implementação desta solução integrada traduziu-se num aumento da eficácia na gestão e tratamento de todas as actividades do Contact Center da Worten, o que permitiu reduzir custos e otimizar significativamente a performance.

## Testemunho do Cliente



“Destaco, paralelamente ao conceito de omnichannel, o facto de a GoContact ter uma solução “à medida” que, por via do dinamismo no desenvolvimento, permite tratamento das actividades de forma customizada e de acordo com as necessidades e desafios do Contact Center Worten.”

Luis Ferreira  
Customer & Service Center Manager



[www.gocontact.com](http://www.gocontact.com)

