


Case Study

# Chronopost



## Case Study: Chronopost



“A Chronopost International está presente em Portugal desde 1997 e é um parceiro privilegiado do setor empresarial para entregas expresso de mercadorias em todo o território nacional, bem como para mais de 230 países.”

### Desafio


- Profissionalizar o Contact Center com uma solução tecnológica
- Capacitar os agentes com uma aplicação completa e de fácil utilização
- Aumentar o controlo sobre os indicadores do Contact Center
- Fornecer informação relevante e em tempo real aos supervisores
- Otimizar o atendimento e os workflows do Contact Center

### Solução

- Instalação de um IPBX para toda a organização
- Implementação do GoContact em duas localizações
- Fornecimento de voz Inbound e Outbound, Smart Scripting, Tickets e módulo avançado de IVR
- Press to Callback e Press to Voicemail para gerir picos nas chamadas

### Resultados

- Otimização dos fluxos de trabalho com a utilização de mailboxes inteligentes
- Melhoramento da gestão dos estados das encomendas com um “Agente Virtual”
- Conhecimento aprofundado de todas as interações com os clientes, numa visão Omnicanal



**“Assegurar a resposta e a qualidade dos serviços prestados aos clientes são pilares fundamentais para o sucesso da Chronopost.”**

**“A inovação e a liderança tecnológicas são fatores de diferenciação que assumem um papel vital nesta estratégia e na relação de excelência que a Chronopost tem com os seus clientes.”**

Go

## **Transportar melhores experiências de atendimento**

A Chronopost International está presente em Portugal desde 1997 e é um parceiro privilegiado do setor empresarial para entregas expresso de mercadorias em todo o território nacional, bem como para mais de 230 países.

A empresa é uma filial a 100% do Grupo GeoPost, a holding para o mercado CEP (Courier Express Parcels) da La Poste, e a sua estratégia passa pelo reconhecimento da Chronopost como a empresa de referência do transporte expresso até 31,5 kg para Portugal e para a Europa, nos segmentos B2B e B2C. A inovação e a liderança tecnológicas são fatores de diferenciação que assumem um papel vital nesta estratégia e na relação de excelência que a Chronopost tem com os seus clientes.

## **A importância estratégica do Contact Center**

Assegurar a resposta e a qualidade dos serviços prestados aos clientes são pilares fundamentais para o sucesso da Chronopost. Neste contexto, o Contact Center tem um papel muito preponderante e ativo, não só no apoio aos clientes mas na garantia da qualidade e de uma experiência de atendimento positiva e única, fatores que se refletem diretamente na satisfação dos clientes.

Um dos grandes objetivos era por isso a profissionalização do Contact Center com a introdução de tecnologia que permitisse, por um lado, controlar os indicadores fundamentais e, por outro, tomar decisões com base nesses indicadores com vista à melhoria contínua da eficiência e aumento da satisfação dos clientes.

Desta forma, e para garantir uma experiência de atendimento de excelência, era necessário encontrar uma solução moderna e que conseguisse ser flexível e ao mesmo tempo abrangente em termos de funcionalidades. Depois de analisadas as várias alternativas, a Chronopost optou pelos atributos apresentados pela solução da GoContact.

**“Desta forma, a Chronopost consegue obter informação concreta sobre quem liga, o porquê de estar a ligar e o tratamento que é feito a cada interação.”**

## Habilitar o Contact Center com o GoContact

Com a GoContact, a Chronopost conseguiu desenvolver uma estrutura de Contact Center mais adaptada às necessidades do seu negócio. A solução de Contact Center foi implementada em duas localizações, Porto e Lisboa, para linhas Inbound e Outbound. Estes canais são utilizados para gestão de pedidos e encomendas, mas também para um acompanhamento que a Chronopost faz aos seus clientes.

Paralelamente à solução de Contact Center, foi também implementado um IPBX em toda a organização, permitindo desta forma o encaminhamento das chamadas do Contact Center para as extensões do IPBX. Assim, é possível garantir que os clientes falam sempre com a pessoa certa, em qualquer departamento da Chronopost.

Já a implementação da solução de Contact Center permitiu algumas melhorias, ao nível do FrontOffice e do BackOffice, como a tipificação das chamadas, o que veio possibilitar não só a quantificação como a qualificação das mesmas. Desta forma, a Chronopost consegue obter informação concreta sobre quem liga, o porquê de estar a ligar e o tratamento que é feito a cada interação. Toda esta informação é rastreada através de relatórios em tempo real, possibilitando a gestores e supervisores uma gestão do Contact Center e das suas equipas mais fundamentada e apoiada em dados e informação.

Numa perspetiva de melhoria dos workflows e do serviço ao cliente, a implementação de funcionalidades como IVR, smart scripts, click to voicemail e press to callback teve um papel muito relevante. A introdução destas funcionalidades veio não só melhorar o cumprimento dos SLA's da empresa, como a gestão de picos nas chamadas para o Contact Center.

**“Ao facilitar o trabalho dos vários intervenientes do Contact Center, é possível que estes se foquem exclusivamente no atendimento e na resolução das interações.”**

Mais recentemente, foram ainda introduzidas duas funcionalidades, um módulo de Tickets e um “Agente Virtual”. A funcionalidade de Tickets veio agilizar os fluxos de trabalho que passaram de uma ótica de email mais tradicional para a utilização de mailboxes inteligentes, que permitem otimizar significativamente os workflows no Contact Center. Por outro lado, o “Agente Virtual”, é um módulo avançado de IVR que foi desenvolvido e integrado com as aplicações internas da Chronopost, para permitir que os clientes sejam informados sobre o estado das suas encomendas, sem que seja necessário interagir com um agente. São este tipo de soluções que permitem ao Contact Center da Chronopost florescer e melhorar de forma muito significativa as interações com os seus clientes.

## Alavancar recursos e resultados

Para solidificar todo o sucesso que a Chronopost tem tido no mercado português, a inovação e a liderança em termos de tecnologia continuam a ser dois fatores fundamentais na estratégia da empresa.

A GoContact tem vindo a colaborar com a Chronopost em todo este processo, garantindo um conhecimento mais aprofundado do Contact Center, da qualidade dos serviços e dos seus clientes. Estes fatores, juntamente com o refinamento dos fluxos de trabalho, a melhoria da gestão dos recursos e a introdução de novas funcionalidades, permitem alavancar toda a informação recolhida para aperfeiçoar de forma contínua o atendimento e os serviços da Chronopost.

Ao facilitar o trabalho dos vários intervenientes do Contact Center, é possível que estes se foquem exclusivamente no atendimento e na resolução das interações. Isto traduz-se na melhoria da experiência e da satisfação dos clientes mas, não menos importante, também de todos os agentes e intervenientes no Contact Center e na organização.

## Testemunho do Cliente



“Na Chronopost desde 2000 e responsável pelo Serviço a Clientes desde o início de 2015, pude constatar as mudanças provocadas pela introdução da solução de Contact Center da GoContact. Inovadora e versátil esta aplicação permitiu uma gestão completamente diferente dos recursos através da análise sistemática e diária dos resultados e, conseqüentemente, a procura da melhoria da qualidade de serviço prestada aos nossos clientes. Por seu turno a GoContact afirma-se como um verdadeiro parceiro numa área extremamente sensível da empresa pelo seu dinamismo, disponibilidade e entusiasmo colocado na procura de soluções inovadoras. Um parceiro a ter em conta!”

Carlos Pereira,  
Director Nacional de Vendas e Serviço a Clientes da Chronopost



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

