Inovação móvel: transformando as expectativas do cliente

O atendimento ao cliente não é mais suficiente. O novo parâmetro de comparação é a *experiência* proporcionada ao cliente.

Gerenciar a jornada do cliente de ponta a ponta é essencial no ambiente móvel atual, sempre conectado. Segundo o artigo "The Truth About Customer Experience", publicado em setembro de 2013 no *Harvard Business Review*, o aprimoramento de um único ponto de contato, como o atendimento ao cliente, não gera mais o mesmo aumento de valor comercial observado nos anos anteriores. Em vez disso, a experiência do cliente, definida como suas "experiências cumulativas em vários pontos de contato e canais ao longo do tempo", é a nova maneira de avaliar a satisfação e aumentar as receitas.

Esse movimento da experiência do cliente está acontecendo neste exato momento e manifesta-se rapidamente em diferentes setores. Equipes de vendas conectadas estão saindo de trás dos balcões para atrair possíveis clientes de maneiras novas e personalizadas. Os representantes de serviços ao cliente dependem de soluções de mobilidade para acessar novas informações e responder às perguntas em tempo real por meio de recursos de telefonia, texto, e-mail e videoconferência. Profissionais de saúde estão utilizando as novas soluções de mobilidade para obter as informações certas no momento em que são necessárias, o que promove a eficiência desde o balcão de admissão até o centro cirúrgico.

É evidente que, agora mais do que nunca, as conexões estão aproximando pessoas, processos, dados e coisas para influenciar a transformação empresarial.

Desenvolvido para o sucesso
A disponibilização de Wi-Fi aos clientes é uma extensão da marca da empresa. Portanto, é essencial criar uma experiência impecável. Uma solução de mobilidade voltada ao cliente deve levar em conta os seguintes aspectos:

- Provavelmente haverá mais clientes por access point (especialmente durante as temporadas de maior movimento). Portanto, capacidade e desempenho são importantes.
- Como os clientes serão mais móveis enquanto se deslocam pelo local, a solução de mobilidade deve incluir uma maior densidade de access points e roaming rápido (transição transparente de um access point para outro).
- A solução de mobilidade deve ser capaz de localizar e corrigir problemas como interferência de radiofrequência com a maior rapidez possível.
- A experiência móvel deve ser envolvente, e, portanto, deve ser otimizada para vídeo, mídia avançada e interatividade.

A próxima onda de mobilidade
As empresas já dependem de redes sem fio (Wi-Fi e celular) para conectar funcionários e dispositivos. Cada vez mais, os clientes nas instalações da empresa também esperam dispor de conectividade segura – seja para examinar seu feed de notícias do LinkedIn, verificar seu e-mail, procurar informações na Web ou usar um aplicativo. As empresas agora podem usar a conectividade sem fio dos clientes para obter informações sobre sua localização e seu comportamento em tempo real – informações essas que podem ser usadas de maneiras eficientes.

Cisco © 2013 Cisco e/ou suas afiliadas. Todos os direitos reservados.

Em vez da mera disponibilização de uma conexão à Internet, a próxima onda de mobilidade exigirá que as empresas usem uma infraestrutura inteligente para criar experiências personalizadas e abrangentes. Com serviços baseados na localização, o potencial das empresas de se aproximar dos clientes, estimular o envolvimento, desenvolver a fidelidade à marca e criar novos fluxos de receita em um ambiente seguro e gerenciado é ilimitado. Por exemplo, as empresas podem:

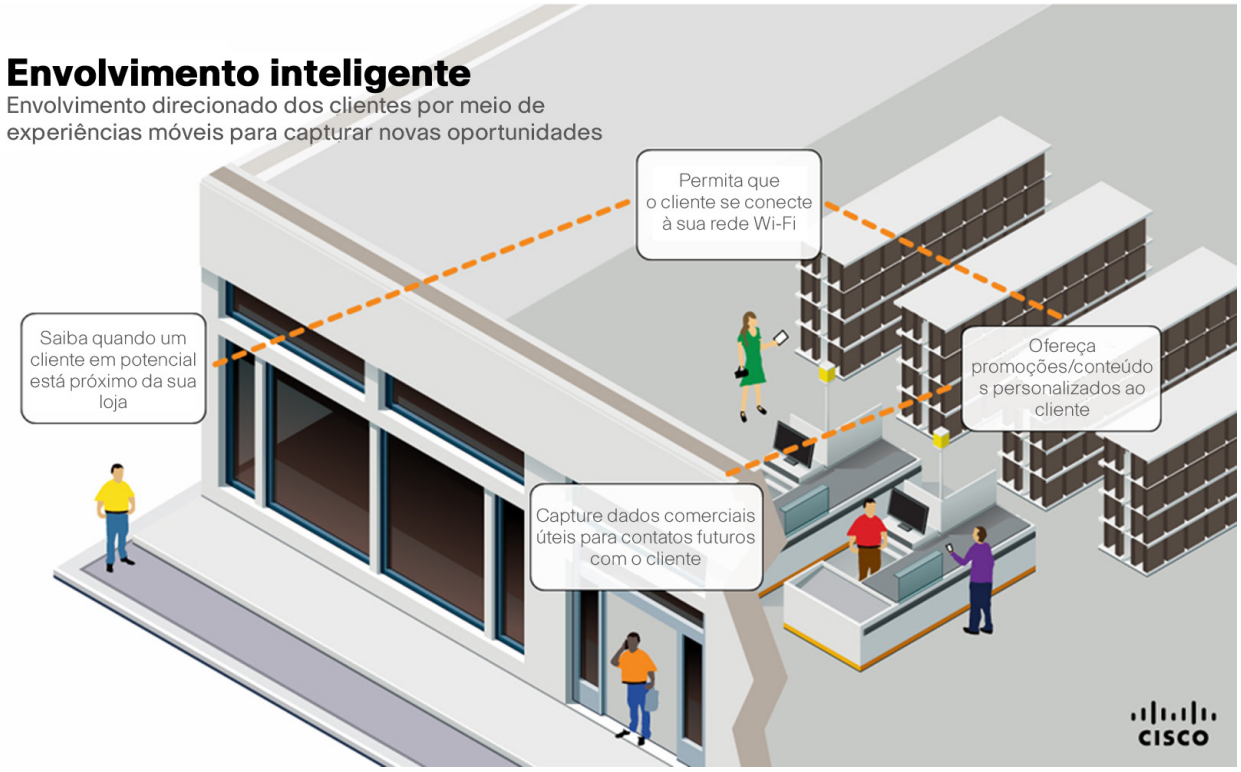
- **Oferecer conteúdo contextual e baseado na localização –** As empresas usarão aplicativos de "geodelimitação" (geofencing) para os clientes que estão conectados à sua rede sem fio. Esses aplicativos rastreiam o deslocamento dos clientes e desencadeiam o envio de conteúdos e ofertas de produtos conforme eles passam por zonas ou locais específicos. Por exemplo, um varejista pode identificar os clientes próximos a um departamento ou mostruário específico e enviar ofertas promocionais para o navegador da Web, aplicativo ou mesmo SMS do cliente. Essas informações personalizadas podem ser armazenadas para promoções futuras ou para quando o cliente voltar à loja.

- **Acessar análises avançadas de localização baseadas em Wi-Fi –** Transformar dados brutos de localização em análises eficientes para estimar melhor os padrões de movimento quando os clientes estão em um edifício específico ou dentro da faixa de alcance dos recursos de Wi-Fi. Por exemplo, para aeroportos que precisem diferenciar os passageiros que chegam dos que partem, essa informação pode ser deduzida com base na compreensão da ordem de movimento dentre as áreas do lado aéreo e do lado terrestre do terminal. Muitos outros desses rótulos lógicos podem ser atribuídos para proporcionar uma maneira segura e controlada de monitorar os caminhos mais comuns percorridos pelos viajantes e até mesmo prever o comportamento de movimento em caso de atraso ou cancelamento dos voos, otimizando a eficiência e evitando congestionamentos.

- **Despertar o interesse dos clientes com programas de fidelidade em tempo real –** Reduzir as falhas entre o mundo online, caracterizado por análises detalhadas descrevendo as preferências e tendências dos clientes e a experiência no mundo real. Por exemplo, um hotel pode oferecer a seus hóspedes preços especiais ou promoções, de acordo com o perfil e o histórico individual, quando eles estiverem usando o aplicativo do hotel durante sua estadia. As possibilidades não param por aí. As preferências do hóspede, da temperatura ambiente preferida às suas refeições favoritas no quarto, podem ser salvas e usadas para melhorar estadias futuras.

Cisco © 2013 Cisco e/ou suas afiliadas. Todos os direitos reservados.

- **Intensificar a experiência no local –** Uma infraestrutura sem fio pode melhorar a experiência física do cliente ou usuário final. Por exemplo, aplicativos opcionais de localização podem fornecer mapas interativos para ajudar clientes e visitantes a encontrar mais rapidamente o que estão procurando e acessar mais informações e serviços relevantes para um local específico. Um museu pode oferecer nos smartphones dos visitantes um mapa interativo das exposições, com a capacidade de acessar informações e itens de multimídia sobre exposições específicas conforme eles passem por elas. Além disso, a mobilidade com reconhecimento de foco, que combina a geolocalização típica de um GPS com dados sobre a direção em que os usuários móveis estão apontando seus smartphones, também influenciará à próxima evolução da experiência do cliente com a disponibilização de recursos de compartilhamento dentro do local e baseados na localização para múltiplos usuários. Salas de concertos ou estádios esportivos poderão disponibilizar a visualização simultânea e o compartilhamento social de um evento de cliente para cliente. As empresas, por sua vez, poderão avaliar as reações e o comportamento do público em tempo real.



Cisco © 2013 Cisco e/ou suas afiliadas. Todos os direitos reservados.

Esses recursos móveis emergentes poderão ser usados em uma ampla gama de setores para detectar, conectar e despertar o interesse dos clientes, como é ilustrado na Tabela 1.

Tabela 1. Uso da mobilidade em diferentes setores

Setor	Detectar	Conexão	Envolver
Varejo	Saber quantas pessoas estão em sua loja em diferentes horários, o que ajuda no planejamento do pessoal e dos horários de trabalho para evitar o desperdício de recursos caros.	Os compradores são estimulados a fazer login na rede Wi-Fi usando portais espalhados pela loja que lhes proporcionam uma maneira melhor de determinar o que está disponível em cada andar.	Oferecer conteúdos específicos aos dispositivos dos usuários com base na localização, para melhorar a experiência do usuário ou oferecer promoções personalizadas.
Transportes	Viabilizar a otimização do tráfego nas redes ferroviárias, metroviárias, aeroportuárias ou de ônibus urbanos e guiar os passageiros para que evitem congestionamentos.	Os viajantes podem fazer check-in no Facebook e receber uma conexão Wi-Fi para visualizar os horários de transporte em tempo real.	Informações de navegação durante o percurso informam os passageiros sobre suas próximas conexões ou mostram como se deslocar entre os terminais para embarcar no próximo voo.
Educação	• Descobrir onde os alunos tendem a se reunir e quando os locais ficam lotados. • Serviços baseados em localização permitem gerar alertas quando ocorrem situações de possível congestionamento.	Os alunos podem se conectar à rede Wi-Fi de qualquer lugar do campus para consultar um mapa da universidade e outras informações essenciais.	Tours personalizados pelo campus, com informações baseadas na localização e dicas aos alunos e visitantes sobre principais pontos de interesse, fatos pouco conhecidos e outros detalhes.
Hospitalidade	Saber onde as pessoas tendem a se reunir para evitar congestionamentos e direcioná-las para os pontos de venda (por exemplo, restaurantes, bares, etc.).	Os hóspedes podem se conectar à rede Wi-Fi usando portais espalhados pelas instalações para ver os restaurantes próximos, horários de ônibus, centros de compras, etc.	Ofereça informações (por exemplo, os horários de uma conferência) ou promoções direcionadas aos hóspedes por meio de um dispositivo móvel.
Cidades	Otimizar os serviços locais e enviar alertas sobre congestionamentos de tráfego ou acidentes para as autoridades.	Os cidadãos podem se conectar à rede Wi-Fi local através dos canais sociais para compreender melhor o que está disponível em sua área.	Serviços baseados em localização fornecem aos membros da comunidade navegação em tempo real até pontos de interesse e outros locais.

Uma abordagem inteligente das experiências móveis conectadas

Conforme as empresas buscam atender novas demandas de experiência do usuário e o número de dispositivos móveis cresce proporcionalmente à população mundial, cabe às empresas criar uma experiência inteligente que abranja redes com fio, Wi-Fi e de celular sem comprometer o desempenho dessas redes. Isso pode ser feito valendo-se dos recursos de Experiências móveis conectadas (CMX) e Small cells para comportar uma arquitetura desenvolvida para conectar os clientes de maneira segura e eficiente. As duas soluções podem funcionar juntas ou separadamente a fim de disponibilizar a solução personalizada que melhor atenda às necessidades comerciais.

Cisco © 2013 Cisco e/ou suas afiliadas. Todos os direitos reservados.

Na MGM Resorts, essa abordagem holística gerou uma experiência mais imersiva e pessoal para cada hóspede. O aplicativo MGM Resorts Bellagio usa uma rede Wi-Fi Cisco® e a solução CMX para permitir que os hóspedes pesquisem as conveniências da propriedade – alimentação, compras e entretenimento – e utilizem os serviços de localização para serem guiados, passo a passo, até os pontos de interesse locais.

Além disso, a Cisco trabalhou conjuntamente com o provedor de serviços da MGM Resorts, Mobilitie, e com um parceiro de desenvolvimento de aplicativos para interligar o aplicativo móvel, os serviços de localização com reconhecimento de contexto e a experiência de conectividade sem fio a fim de aumentar a satisfação dos hóspedes, atender às necessidades dos clientes do centro de convenções e produzir novas oportunidades de geração de receita.

Esse conjunto de ferramentas e serviços é essencial em um momento em que as empresas preparam-se para o futuro da mobilidade. Segundo Paul Mankiewich, Diretor Executivo de Tecnologia (CTO) do Cisco Mobile Internet Technology Group e um Big Thinker da tecnologia Small Cell, "A experiência do usuário deve ser impecável, de modo que ele não saiba se está em uma rede Wi-Fi, uma Small Cell licenciada, uma Macro Cell ou em algum tipo de conexão Bluetooth futurista." Uma solução de rede personalizada como o Cisco Connected Mobile Experiences (CMX) pode disponibilizar a melhor experiência de usuário possível.

O futuro da mobilidade

Com a rápida expansão da mobilidade, a abordagem atual deve ser mais abrangente do que no passado. As empresas devem encontrar maneiras de fazer mais por seus clientes para tirar proveito dessa progressão maciça da mobilidade, recorrendo a soluções de alto desempenho e alta inteligência que propiciem novos modelos de negócios e criem experiências melhores.

O futuro da mobilidade estará muito além dos telefones e tablets. Qualquer coisa que se mova será um ponto de conexão – carros, ônibus, trens, aviões – e bens de consumo individuais que fazem parte de uma carga maior deslocando-se pelo país em um caminhão. O advento da tecnologia fácil de usar também está mudando a forma como pensamos na mobilidade. Relógios inteligentes, óculos conectados e tatuagens eletrônicas são apenas algumas das inovações recentes que estão redefinindo o significado de "conectado".

Connected Mobile Experiences (CMX) para Wi-Fi do Facebook

Forneça aos clientes uma maneira simples e rápida de acessar uma rede Wi-Fi gratuita conectando-se ao Facebook. Essa solução usa rede sem fio da Cisco, análise baseada em localização e demografia do Facebook para ajudar as empresas a entender melhor os seus clientes.

Como os recursos de logon social das redes sem fio podem transformar a experiência do usuário? Por exemplo:

- Um restaurante pode determinar as preferências culinárias do cliente de acordo com a seção "Sobre" ou em outras páginas com "curti" no Facebook.
- Uma loja de varejo pode verificar se seus clientes "curtem" as páginas dos concorrentes no Facebook e ajustar seu conteúdo promocional de acordo com a resposta.
- Um hotel pode oferecer campanhas de marketing personalizadas recorrendo às informações baseadas em localização que os hóspedes compartilham online.

Cisco © 2013 Cisco e/ou suas afiliadas. Todos os direitos reservados.

Em resposta a esses novos objetos conectados, o chefe futurista da Cisco, Dave Evans, afirmou que "Não são realmente as "coisas" que criam valor, mas as *conexões* entre pessoas, processos, dados *e* coisas – ou a Internet de Todas as Coisas." Embora seja certo que novos dispositivos e objetos se tornarão mais conectados, o valor está em fazer essas conexões funcionarem juntas. Como as empresas usarão essas novas conexões para criar uma melhor experiência de usuário?

No futuro, talvez possamos ver dispositivos fáceis de usar dotados de recursos de mobilidade conectando pacientes a serviços médicos para salvar vidas. Ou então poderemos ver educadores trazendo mais dispositivos móveis para a sala de aula para mesclar com facilidade experiências pedagógicas presenciais e online.

Conclusão

Como é possível promover uma experiência de usuário imersiva por meio da mobilidade?

A chave para transformar o futuro em realidade é desenvolver uma estratégia móvel abrangente. Essa é uma abordagem que requer mais do que simplesmente continuar fazendo as coisas da maneira convencional. Do uso de serviços habilitados para mobilidade e baseados na localização ao emprego de uma força de trabalho móvel, a estratégia correta pode gerar bons resultados por anos a fio.

Para obter mais informações

Para obter mais informações sobre a solução de mobilidade da Cisco, acesse http://www.cisco.com/go/mobility.

Sede - América
Cisco Systems. Inc
San Jose. CA

Sede - Ásia e Pacífico
Cisco Systems (USA) Pad Ltd.
Cingapura

Sede - Europa
Cisco Systems International BV Amsterdam,
Países Baixos

A Cisco possui mais de 200 escritórios no mundo todo. Os endereços, números de telefones e fax estão disponíveis no site **www.cisco.com/go/offices**.

Cisco e o logotipo da Cisco são marcas comerciais ou marcas comerciais registradas da Cisco e/ou de suas afiliadas nos EUA e em outros países. Para ver uma lista de marcas comerciais da Cisco, acesse: www.cisco.com/go/trademarks. Todas as marcas de terceiros citadas pertencem a seus respectivos proprietários. O uso do termo "parceiro" não implica uma relação de sociedade entre a Cisco e qualquer outra empresa. (1110R)