PRÊMIOS ABRAREC 2025

TRANSFORMANDO O MERCADO
DE ATENDIMENTO E OUVIDORIA

abrarec

SOMOS A ABRAREC

A maior associação de networking para empresas que buscam transformar a experiência do consumidor e o mercado de relacionamento.

A **abrarec** foi fundada há mais de 20 anos, no dia 15 de março de 2003, em celebração ao Dia do Consumidor, com a missão de fortalecer o relacionamento entre empresas e consumidores.

Idealizada por especialistas de referência em Relacionamento com Clientes, Ouvidoria, Marketing, Relações Institucionais, Jurídico, CRM e Vendas, a organização rapidamente se consolidou como um espaço de networking para líderes do setor, impulsionando debates, boas práticas e avanços que impactam positivamente o mercado.

Em 2025, a **abrarec** reafirma seu compromisso com a excelência ao realizar duas premiações de grande relevância:

Prêmio Atendimento ABRAREC CX 2025 – Reconhecendo a inovação e a alta performance no atendimento ao consumidor.

Prêmio Ouvidorias Brasil 2024 – Valorizando as melhores práticas e profissionais que fortalecem o instituto das Ouvidorias/ Ombudsman no Brasil e no mundo.

Convidamos você a conhecer os finalistas e inspirar-se com os cases que estão transformando a experiência do consumidor!

abrarec

NOSSOS AGRADECIMENTOS

Agradecemos a todas as instituições, ouvidores e demais profissionais de customer experience que, com seu compromisso e dedicação, contribuem para fortalecer e expandir as melhores práticas.

Gostaríamos de agradecer também aos nossos associados, parceiros, apoiadores e todos os stakeholders das iniciativas da **abrarec**, como o Prêmio Atendimento ABRAREC CX 2025 e o Prêmio Ouvidorias Brasil 2024.

Estamos construindo um legado de excelência e inovação em Atendimento e Ouvidoria e vocês fazem parte disso tudo!

abrarec

Prezados profissionais de Atendimento, Ouvidores e demais membros do nosso ecossistema de Customer Experience

Estamos celebrando mais uma edição do Prêmio Atendimento ABRAREC CX e do Prêmio Ouvidorias Brasil!

Essas iniciativas representam o compromisso contínuo da **abrarec** em reconhecer e valorizar as melhores práticas em atendimento ao consumidor e ouvidorias/ombudsman.

Cada finalista demonstra, por meio de seus cases, a dedicação e a busca incessante por excelência, inovação e aprimoramento das relações entre empresas, consumidores e demais stakeholders. Suas iniciativas refletem o esforço para fortalecer a construção de relações mais sustentáveis e confiáveis no mercado.

Agradecemos a todos os participantes que compartilharam suas experiências e contribuíram para enriquecer o conhecimento e a evolução do setor. Que este reconhecimento, entre finalistas e premiados, sirva como inspiração para novas soluções e para a contínua melhoria dos serviços prestados à sociedade.

Seguimos juntos na construção de um ecossistema mais colaborativo e eficiente para todos.

Parabéns aos envolvidos!

Vitor Morais de Andrade
Presidente Executivo da ABRAREC

PRÊMIOS ABRAREC 2025

abrarec

PRÊMIO ATENDIMENTO ABRAREC CX 2025

CASES TOP30

PATROCÍNIO

projuris

REALIZAÇÃO

abrarec

SOBRE O
PRÊMIO ATENDIMENTO ABRAREC CX 2025

Divulgar, Premiar e Compartilhar para Inspirar - Esta é a proposta da abrarec com o Prêmio Atendimento ABRAREC CX.

Buscamos os cases mais originais, cuja eficiência e resolutividade encantaram os clientes e proporcionaram uma experiência de satisfação, empatia e eficiência. Não importa o canal do atendimento, o que importa é resolver a demanda do cliente - É o que vamos reconhecer como os melhores cases do mercado que, com isso, promovam o alto nível de preparo das equipes e o valor que a marca dedica a causa do bom atendimento.

Esperamos que os cases comprovem a satisfação dos clientes no atendimento oferecido pelo canal e os vencedores possam servir como exemplo de inspiração em customer experience.

abrarec

TOP30
MELHORES CASES
PRÊMIO ATENDIMENTO ABRAREC CX 2025

Conheças as empresas e os cases que são os TOP30 do Prêmio Atendimento ABRAREC CX 2025

Amvox
Assaí
Banco Bmg
Banco do Brasil
Banco Itaú
Banco PAN
Banco Safra
Bradesco Seguros
Brasilprev
BV
Carrefour
Casas Bahia
Claro
CNP Seguros Holding Brasil
Comgás
Digio
Mercado Livre Brasil
Mercado Pago Brasil
Oi
Omni
Sky Brasil
Suzuki
Ultragaz
Unimed Campinas
Unimed Vales do Taquari e Rio Pardo
Whirlpool Corporation
Zurich Santander

PRÊMIO ATENDIMENTO ABRAREC CX 2025

abrarec

CASE TOP30

Amvox

Olhos de Águia

Os clientes sentiam falta de informações sobre o status dos produtos em conserto, e isso sobrecarregava o atendimento. Assim nasceu o 'Projeto Olhos de Águia', uma inovação que trouxe mais agilidade e transparência ao pós-venda.

Originalidade

Integração de tecnologia e comunicação em tempo real para transformar a experiência do cliente no pós-venda. Ao automatizar o acompanhamento do trajeto dos produtos em assistência técnica via WhatsApp, a Amvox inovou ao proporcionar transparência, agilidade e confiabilidade, algo ainda pouco explorado no setor de pós venda, pois esse processo era somente utilizado para fins comerciais.

Criticidadade

O projeto impacta diretamente a experiência do cliente e a eficiência operacional do atendimento pós-venda.
A rastreabilidade em tempo real dos produtos em assistência técnica reduz incertezas, minimiza reclamações e melhora a comunicação, fatores essenciais para a satisfação do cliente e a credibilidade da marca. Além disso, qualquer falha na implementação ou no funcionamento do sistema pode comprometer a transparência e gerar impactos negativos na relação com o consumidor.

Coerência

A utilização da tecnologia destaca-se como ferramenta para otimizar o atendimento pós-venda, proporcionando um serviço mais ágil e confiável. A implementação do rastreamento em tempo real dos produtos enviados à assistência técnica não apenas melhora a experiência do cliente, mas também fortalece a imagem da Amvox como uma empresa inovadora e comprometida com a excelência operacional.

Inovação

A adoção de um sistema automatizado de notificações via WhatsApp reduz a sobrecarga do atendimento, minimiza dúvidas e oferece informações instantâneas, promovendo um serviço mais eficiente, moderno e alinhado às expectativas do consumidor digital, tendo em vista que 81% dos contatos realizados pelo pós vendas são através do canal de whatsapp.

Eficiência

A automatização do envio de mensagens via WhatsApp reduziu significativamente a necessidade de contatos manuais, diminuindo o tempo de resposta e aumentando a transparência com o cliente. Além disso, o projeto melhorou a organização interna, minimizou retrabalho e reduziu dúvidas, resultando em um serviço mais ágil, confiável e alinhado às expectativas do consumidor moderno.

Impacto em Sustentabilidade

O Projeto Olhos de Águia apresenta um significativo impacto positivo em sustentabilidade, ao adotar a comunicação digital, reduzindo o uso de recursos físicos e impactando diretamente na diminuição da pegada de carbono da empresa. A automatização também otimiza o processo de atendimento, garantindo mais eficiência e contribuindo para práticas empresariais mais sustentáveis, alinhadas aos princípios ESG.

abrarec

CASE TOP30

Melhorando a Estutura da Loja para Garantir Indepedência ao Cliente Cadeirante da Loja Assaí Atacadista Indaiatuba

O compromisso com a diversidade e inclusão do Assaí Atacadista se reflete na experiência dos clientes. O relato de uma mãe sobre as dificuldades do filho cadeirante para acessar a loja, recebeu rápida atuação para adaptar a entrada, garantindo sua autonomia e dignidade. Acessibilidade não é um diferencial, é um direito, e devemos seguir firmes nesse propósito.

Originalidade
As barras de contenção são uma obrigatoriedade na entrada de pedestres das lojas e não podem ser removidas. No entanto, o time de atendimento e obras verificou uma alternativa para garantir a acessibilidade desse e outros cadeirantes e, ainda assim, manter a normativa de obras da loja. Ambas as partes ficam assistidas com essas modificações, a loja não teve qualquer prejuízo e nosso cliente ficou satisfeito por ter sido ouvido e prontamente termos atendido sua solicitação.

Criticidadade
O Assaí é uma empresa diversa para clientes e colaboradores. Com mais de 85 mil colaboradores, 5,3% são PCDs (acima da cota legal). Garantir que qualquer cliente consiga acessar as lojas com dignidade, segurança e ter independência é a maior motivação.

Coerência
A empresa participa anualmente do Teleton AACD e são patrocinadores master do programa. Por meio do lucro líquido da venda das sacolas plásticas, são destinados valores às diversas instituições. No DNA, a diversidade é presente para colaboradores e ações como essa. Deixar de cuidar ou prestar atenção à necessidade de um único cliente não seria o caso. Cuidando de um, cuidamos de todos e garantimos a acessibilidade e a independência de mobilidade nesse público.

Inovação
De forma inédita, o Assaí alterou a estrutura de sua loja para atender um cliente em específico. As lojas estão preparadas para atender clientes PCDs, com rampas de acessibilidade, placas e atendimento à lei. Mas quando foi necessário fazer "algo a mais", prontamente o espaço do cliente mobilizou áreas para atender esse cliente e garantir que a loja é um lugar seguro para ele comprar com tranquilidade e independência.

Eficiência
A mãe do cliente cadeirante entrou em contato com o Espaço do Cliente Assaí e teve sua demanda atendida. Mesmo sendo um pedido relativamente complexo e que envolvia outras áreas e obras, nada disso foi impedimento para o atendimento da solicitação. Atualmente, seu filho pode ir à loja sozinho, passar pela passagem de pedestres com segurança, tranquilidade e dignidade, e não precisa mais passar por situações dificultosas para acessar a unidade.

Impacto em Sustentabilidade
O Assaí mostrou, dentro e fora do palco do Teleton, que participa desde 2012, que é capaz de cuidar de qualquer cliente PCD que frequenta as lojas. Outro fato foi que quem atendeu a mãe do cliente também foi um cadeirante aqui no Espaço do Cliente, que entendeu a necessidade do relato e, prontamente, envolveu sua liderança e demais áreas. Com cadeirantes em ambos os lados, a empatia foi o elo principal para a solução dessa questão.

CASE TOP30

Bmg - Excelência no Atendimento com a MOL

"É com grande satisfação que compartilho os resultados alcançados pela nossa Ouvidoria em parceria com a MOL. Através das implementações e melhorias processuais, aumentamos nossa capacidade de ouvir e atender os nossos clientes. Os resultados refletem nosso compromisso com a excelência, tornando a Ouvidoria do Bmg um modelo de inovação e eficiência dentro da organização."

Lilian da C. O. Bombinho - Gerente Executiva de Ouvidoria Banco Bmg

Originalidade

A forma como a automação foi aplicada para integrar múltiplos canais críticos de atendimento (Consumidor.gov, PROCONs e Bacen) ao CRM existente. A solução não só atendeu a um problema crescente de volume de reclamações, mas também manteve a qualidade e eficiência do atendimento ao cliente, algo inovador em termos de gestão de atendimento em grande escala. A combinação de automação, redução de prazos e aumento na satisfação do cliente evidencia uma abordagem diferenciada no mercado financeiro.

Criticidadade

O Banco Bmg enfrentava sérios desafios em seus canais de atendimento e o aumento das reclamações e os prazos de resposta comprometidos impactavam diretamente a experiência e a satisfação dos clientes, além de afetar a reputação da empresa.

Coerência

Desde os desafios iniciais até os resultados obtidos, houve uma clara conexão entre os objetivos propostos e as soluções implementadas. A automação dos canais de atendimento e a integração ao CRM foram exatamente as ações necessárias para enfrentar o aumento das reclamações, reduzindo prazos de resposta e melhorando a satisfação do cliente. Os resultados atingidos refletem diretamente as metas estabelecidas, evidenciando a consistência entre o planejamento e a execução.

Inovação

A integração automatizada trouxe maior agilidade e eficiência no tratamento de reclamações, algo inovador em um ambiente com alto volume de interações. A utilização de tecnologia avançada para reduzir prazos de resposta e aumentar a satisfação dos clientes demonstra uma abordagem pioneira na gestão de atendimento ao cliente dentro do setor financeiro.

Eficiência

Resultou em melhorias mensuráveis, como o aumento de 9% no índice de solução e 27% na satisfação do cliente, além da redução de 7% no prazo médio de resposta. Esses resultados comprovam que a solução da MOL não só atingiu os objetivos propostos, mas também otimizou significativamente os processos internos, reduzindo esforços manuais e garantindo a excelência no atendimento em um cenário de alta demanda.

Impacto em Sustentabilidade

A automação dos processos reduz o consumo de recursos físicos, como papel, e minimiza o esforço humano em tarefas repetitivas, promovendo uma operação mais sustentável. Além disso, ao melhorar a experiência dos clientes e fortalecer a reputação do banco, o case contribui indiretamente para o pilar social do ESG, reforçando o compromisso com práticas éticas e responsáveis no atendimento ao consumidor.

CASE TOP30

Ouvidoria BB:
Agradeço de todo o Coração

Durante as enchentes no RS, a Ouvidoria do BB, através de Lígia, resolveu o caso de Maria Sônia, agilizando a devolução de R$ 182,40. A ação rápida e empática aliviou as preocupações da cliente, que expressou gratidão. O case destaca a importância do atendimento humanizado em crises.

Originalidade
O case combina empatia, agilidade e solidariedade em um atendimento de ouvidoria. A capacidade de adaptar processos para atender a uma necessidade urgente e específica, especialmente em um contexto de calamidade, demonstra inovação e um compromisso genuíno com o cliente.

Criticidadade
Envolve a resolução de um problema financeiro em um contexto de calamidade natural. A rápida resposta da Ouvidoria foi crucial para aliviar as dificuldades de uma cliente idosa, destacando a importância de um atendimento eficiente e humanizado em situações de emergência.

Coerência
Todas as ações descritas estão alinhadas e coerentes com os valores e práticas de um atendimento humanizado e eficiente. A resposta rápida e empática da Ouvidoria, especialmente em um momento de crise, materializa a estratégia corporativa do BB, e reflete a missão do banco de apoiar seus clientes de maneira integral e solidária.

Inovação
A capacidade da Ouvidoria BB de adaptar processos internos para atender rapidamente a uma necessidade urgente e específica. A solução encontrada por Lígia, que permitiu a devolução imediata do valor pendente, demonstra uma abordagem inovadora e flexível, essencial para proporcionar um atendimento diferenciado e eficaz em situações de crise.

Eficiência
Destaca-se que a Ouvidoria conseguiu resolver rapidamente a questão financeira de Maria Sônia, mesmo em um contexto de calamidade. A ação imediata de Lígia, ao creditar o valor pendente na conta da cliente, exemplifica a capacidade do banco de oferecer soluções rápidas e eficazes, atendendo às necessidades urgentes dos clientes de maneira exemplar.

Impacto em Sustentabilidade
Pode-se destacar a responsabilidade social do BB ao oferecer suporte imediato a uma cliente em situação de vulnerabilidade. A ação de Lígia não só aliviou as dificuldades financeiras da cliente, mas também reforçou o compromisso do banco com a comunidade afetada pelas enchentes, demonstrando uma abordagem ética e solidária em suas operações

CASE TOP30

Somos Empatia e Dedicação: A Solução da Soraia pro Ricardo e pra todo cliente Ourocard

"Ricardo acionou a Ouvidoria BB, onde o atendimento da Soraia fez a diferença! Ele comprou aparelhos de ar-condicionado, mas não recebeu. Com apoio para reunir a documentação necessária, obteve estorno após arbitragem pela bandeira do cartão. A partir daí, com melhorias implementadas pelo BB nesse atendimento, as reclamações reduziram 50% em 2024."

Bruno Madalosso Caporalini - Ouvidoria BB

Originalidade

Combina empatia, dedicação e inovação no atendimento ao cliente. A abordagem personalizada de Soraia e as melhorias implementadas no processo de contestação refletem um compromisso genuíno com a satisfação do cliente.

Criticidadade

O BB realizou um crédito em confiança na fatura, de modo que, durante a análise pela bandeira do cartão, ele teve o estorno da parcela já paga e não foi cobrado nas faturas subsequentes. Isso foi crucial para garantir que Ricardo não fosse prejudicado financeiramente, destacando a importância de um atendimento eficiente e humanizado.

Coerência

Todas as ações descritas estão alinhadas e coerentes com os valores estabelecidos na ECBB – Estratégia Corporativa do BB.
A dedicação e o suporte contínuo ao cliente refletem a missão do banco de oferecer um atendimento humanizado e eficiente, sobretudo de "Estar presente em todos os momentos da vida de nossos clientes".

Inovação

No aspecto da inovação, o case destaca a capacidade da Ouvidoria de adaptar e melhorar processos internos. A criação de um GT - Grupo de Trabalho multidisciplinar para revisar o processo de contestação demonstra uma abordagem inovadora e proativa para melhorar a experiência do cliente.

Eficiência

Além de resolver rapidamente o problema de Ricardo, a Ouvidoria se mostrou altamente eficiente no momento em que buscou a solução na causa raiz do problema implementando melhorias no processo de contestação. Esta ação proativa, reunindo os gestores de outras áreas envolvidos e engajados em prol de melhorias estruturantes, garantiu não só que Ricardo não fosse cobrado indevidamente, mas ajudando diversos outros casos que viessem a surgir posteriormente.

Impacto em Sustentabilidade

Pode-se destacar a responsabilidade social do BB ao oferecer um suporte personalizado, próximo, humanizado e eficiente. A dedicação de Soraia não só resolveu o problema de Ricardo, mas também gerou melhorias que beneficiaram outros clientes, reforçando o compromisso do BB com a ética e a satisfação do cliente.

CASE TOP30

Ponto BB: Uma Jornada que Converge o Físico e o Digital em um Espaço para Todos

"O Ponto BB, da Diretoria de Clientes, inaugurado em março de 2024 em Recife, oferece uma experiência figital inovadora, combinando o melhor do digital com a interação humana. Mais de 65.000 visitantes já exploraram as inovações tecnológicas e soluções bancárias, com atendimento além do convencional. É o Banco do Brasil ressignificando o ambiente bancário e gerando novos negócios e resultados."

Aglaiton Quixada Timbo Soares - Gerente Executivo da Diretoria de Clientes

Originalidade

Há movimentos semelhantes no exterior e no Brasil. Alguns players financeiros possuem iniciativas em formatos de parcerias e que agregam experiências aos seus clientes. O Banco do Brasil destaca-se por reunir soluções beyond banking em um só espaço, abrangendo diversos aspectos como: cultura, esporte, educação, atendimento personalizado, shopping entre outros. Nesse sentido, a plataforma não se resume à reunião de funcionalidades e serviços, mas viabiliza essa conexão entre usuários e a troca de valor e feedback.

Criticidadade

Trata-se de um projeto inovador, com o desafio de integrar o digital com o físico em um ambiente bancário, altamente regulado pelo Banco Central, o que limita o uso de soluções e experiências tecnológicas.

Coerência

O case converge às tendências do mercado nacional e internacional, que vem evoluindo para o avanço dos canais digitais e para o crescimento de fintechs que atuando no mercado financeiro, promovendo mudanças no comportamento de consumo de produtos e serviços financeiros, e também nas expectativas dos clientes que buscam atendimento bancário. Cita-se como exemplo a redução de 5bi para 4bi o número de transações bancárias entre 2019 e 2023.

Inovação

A estratégia Ponto BB está diretamente ligada à necessidade de ressignificação de nossos espaços, tornando agências do Banco em verdadeiros hubs da comunidade local, criando e fortalecendo parcerias, aprimorando a experiência de clientes e visitantes, bem como gerando diversificadas fontes receita. O case tem como base a inovação da atuação do serviço bancário. O Ponto BB é um local onde podem ser testadas diversas ações que potencializem o Banco como plataforma, possibilitando novas fontes de receitas e negócios além do core business.

Eficiência

Em 8 meses de atuação protagonista no Brasil uma agência bancária comum foi transformada em um local de encontro, aprendizados, cultura, tecnologia e engajamento do Recife Antigo. Ao promover a experimentação, palestras, workshops, shows, oficinas e eventos de cunho didático e social;as funções de uma simples agência bancária para um espaço que contêm diversas relevâncias para diversos públicos foi ressignificada. Foram mais de 30 eventos e palestras desde a inauguração, sempre prestigiados pelos recifenses e inclusive por turistas.

Impacto em Sustentabilidade

O Ponto BB conta com a Arena BB, um espaço interativo para palestras, cursos e treinamentos, além de ativações culturais e esportivas.

PRÊMIO ATENDIMENTO ABRAREC CX 2025

abrarec

CASE TOP30

SAC BB:
Escutar, Entender, Resolver e Encantar

"O SAC BB se destaca pelo seu atendimento de excelência. Priorizando a empatia e a resolutividade, busca um ambiente inclusivo e acolhedor, transformando a experiência de clientes e consumidores. O case: "SAC BB - Escutar, Entender, Resolver e Encantar" retrata o foco das equipes de atendimento do SAC BB na escuta ativa, promovendo gestos únicos, surpreendentes e encantadores a todos aqueles que o procuram."

Fátima Rodrigues - Encantadora de Clientes

Originalidade
O Banco do Brasil é feito por pessoas, com toda a sua diversidade de raça, gênero, origem social e regional. O SAC BB incentiva que a originalidade faça parte do dia a dia dos atendimentos e apoia todas as ações de inclusão, com foco em melhorias para os processos internos, experiência dos clientes e responsabilidade social. Neste case, a empatia com a criança, que não era público-alvo da campanha, foi fundamental.

Criticidadade
Dante não fazia parte do público-alvo do BBCash, mas isso não foi obstáculo para o time de Mídias Sociais buscar uma solução para atender o desejo da mãe: presentear a criança que demonstra interesse especial por bonecos. Levando em consideração que, ao lado de cada criança autista existem um pai e uma mãe que também precisam se sentir compreendidos e acolhidos, sem dúvida, este atendimento pedia uma dose extra de empatia e sentimento de pertencimento.

Coerência
Os colaboradores Sheila Trovo e Frediano Kotsugai, que também têm filhos, praticaram a escuta e a observação atenciosas e foram em busca de uma solução de acolhimento e empatia para atender ao pedido da mãe de envio do personagem, independentemente da abertura da conta.

Inovação
Este case parte de uma demanda que, a princípio, não poderia ser atendida, a resposta negativa seria simples e estaria de acordo com as regras da campanha. Porém, para a equipe que trabalha diariamente com escuta ativa e afetiva, ali estava uma oportunidade de inovar, buscar alternativas e transpor as barreiras das normas e procedimentos. Uma oportunidade de surpreender, encantar e gerar sentimentos de acolhimento e valorização.

Eficiência
A eficiência deste case é baseada em dois pilares: 1. Na visão humanizada dos colaboradores, que viram na solicitação da mãe a oportunidade para Escutar, Entender, Resolver e Encantar, colocando o pequeno Dante no centro das decisões; 2. Pela manifestação da mãe nas redes sociais

Impacto em Sustentabilidade
A inclusão diz respeito à maneira como as pessoas são tratadas, sentindo-se acolhidas e valorizadas por suas individualidades. O sentimento de pertencimento surge do tratamento justo, da sensação de acolhimento, da igualdade de oportunidades e da representatividade que refletem a identidade da empresa.

CASE TOP30

O Atendimento do Futuro Hoje: Por um Digital Mais Humano e um Humano Mais Digital

O Itaú evoluiu seu Atendimento com soluções rápidas e excelência em todos os canais. A digitalização e a voz do cliente guiaram a revolução, resultando em +7pp share digital, +126% em interações proativas e +5 pontos no NPS. Houve redução do custo unitário em 55% e o impacto ao cliente diminuiu de 3,9% para 0,9%, coroando com prêmios em 2023.

Originalidade

Surge da construção de jornadas digitais e humanas, combinando análises de dados do atendimento e falhas para diminuir impactos de forma proativa. O Itaú constrói um atendimento digital mais humano e um atendimento humano mais digital, levando a cultura de centralidade do cliente para todas as jornadas e parceiros. Provando que o poder dessa combinação aumenta a satisfação de clientes, eleva a eficiência operacional e nos ajuda a buscar a liderança na experiência de atendimento.

Criticidadade

A iniciativa se mostrou crucial para manter a competitividade do Itaú frente à nova concorrência, que vêm, ano após ano, se destacando por suas soluções rápidas e de baixo esforço. A mobilização de diversos times e parceiros e a utilização intensa de dados para guiar nossa estratégia demostram a complexidade e a seriedade envolvida no projeto.

Coerência

A iniciativa aborda de maneira clara e objetiva os desafios enfrentados pelo banco frente à nova concorrência, e a necessidade de evoluir a experiência de atendimento do cliente, afim de atender suas necessidades, superar suas expectativas e retomarmos nossa posição de destaque.

Inovação

A iniciativa demostra uma abordagem híbrida e inovadora ao integrar, de forma harmoniosa, jornadas digitais e humanas, utilizando intensivamente dados e modelos preditivos para antecipar comportamentos e necessidades dos clientes de forma pioneira, em alto volume e com enorme impacto.

Eficiência

A iniciativa conseguiu aumentar significativamente o share de atendimentos digitais, interações proativas e NPS, além de promover uma redução substancial nos custos unitários. A conquista de prêmios importantes e a mitigação de riscos operacionais, reputacionais e regulatórios reforçam a eficácia e a inovação do projeto.

Impacto em Sustentabilidade

A iniciativa promove a digitalização e eficiência no atendimento, reduzindo o custo unitário em 55%, e diminuindo os contatos necessários por meio de mais de 90MM comunicações proativas no mês. Através de um atendimento mais humano e digital, a empresa não só melhora a experiência do cliente, mas também contribui para a sustentabilidade ao otimizar recursos e reduzir a necessidade de interações físicas, alinhando-se aos princípios ESG.

CASE TOP30

itaú

Atendimento em Libras: Acessibilidade para todos

A empresa criou a primeira central de atendimento 100% em Libras, sem intermediários, para clientes com deficiência auditiva. O atendimento por vídeo-chamada conecta o cliente diretamente a um profissional surdo. Visando acessibilidade para 10MM de pessoas surdas no Brasil, o canal oferece autonomia para dúvidas, suporte e bloqueios de emergência. Com 31 mil atendimentos e NPS 89, garante autonomia e excelência.

Originalidade

Ao entrar em contato com o atendimento por meio dos nossos aplicativos ou site, o cliente conversa com um atendente que, assim como ele, também é deficiente auditivo, e por isso, está completamente inserido na comunidade surda, gerando um enorme senso de pertencimento e acolhimento. A união do cuidado com a seleção das pessoas e o treinamento adequado dos times resultou em um atendimento acessível de verdade, dado comprovado pelo NPS que se mantém na zona de excelência desde o lançamento da solução.

Criticidadade

A acessibilidade é uma urgência. No Brasil, 5% da população apresenta surdez (10.7MM de pessoas), e, 2.7MM apresentam surdez severa, e nesse cenário nem todas as pessoas surdas são oralizadas ou sabem a língua portuguesa, sendo que 2 em cada 3 brasileiros surdos relataram enfrentar dificuldades nas atividades do cotidiano.

Coerência

Em um cenário onde pessoas surdas não eram bancarizadas por falta de acessibilidade e muitas vezes dependida de um terceiro para realizar tarefas simples, a implantação da central de atendimento dedicado em Libras se mostrou mais um movimento em direção a um cenário onde, cada vez mais, seja possível dar uma experiência de qualidade e autonomia ao cliente, permitindo-o não só suprir suas necessidades, mas também criar uma relação com o banco.

Inovação

A iniciativa é a primeira a, de fato, oferecer um atendimento de surdos para surdos, sem intermediários e sem atrito. A conversa não só ocorre entre duas pessoas surdas como pode ser acessada de maneira imediata, sem robôs, avatares, FAQs. Basta poucos cliques ou toques nos aplicativos ou site, ou ir até uma agência para começar a resolver as necessidades por meio das soluções digitais ou contato com o gerente.

Eficiência

Após 2 anos no ar e mais de 31 mil interações realizadas, o atendimento que resolve dúvidas sobre conta, produtos, presta suporte em rotas para autosserviço e realiza bloqueios de emergência para todos os clientes, mantendo uma média de 89 no NPS, uma nota na zona de excelência.

Impacto em Sustentabilidade

A iniciativa promove a autonomia de pessoas que antes não a possuíam, e que por isso, afastavam-se da bancarização e das oportunidades que ela oferece à vida financeira e social, e também dá autonomia das pessoas que, mesmo bancarizadas, precisavam estar acompanhadas de terceiros para que pudessem suprir suas necessidades. Esse é um case de inclusão de alto impacto real e com um enorme potencial de expansão.

abrarec

CASE TOP30

BANCO PAN

Gestão com Automatização na Ouvidoria do Banco PAN: Aperfeiçoando a Gestão e os Resultados com Eficiência

"Em 2024, a Ouvidoria do Banco PAN implantou a ferramenta Gestão com Automação de Protocolos visando automatizar a captura, carteirizar demandas e trazer eficiência com maior qualidade ao criar um cockpit inteligente para os analistas. Essa iniciativa gerou impacto relevante e positivo em múltiplos indicadores da Ouvidoria, com destaque para o índice BACEN."

Diego Mendes Alvim
Gerente Performance, Processos & Analytics - Customer Experience

Originalidade

Foi estruturado um processo de qualidade voltado para a identificação e mitigação de erros, foram realizados estudos de produtividade e entrevistas com os times para entendimento de dores e oportunidades. Como resultado desse trabalho, surgiu a idealização da Gestão com Automação de Protocolos com desenvolvimento interno utilizando uma plataforma, também interna, de automação, ou seja, sem a utilização de soluções de mercado prontas.

Criticidadade

A Gestão com Automação de Protocolos possui três grandes: A funcionalidade de distribuição automática dos protocolos; A centralização e gestão dos protocolos em uma única plataforma; e o cockpit com informações relevantes reduz o tempo de análise de cada caso ao tirar a necessidade do Ouvidor acessar diversos sistemas e telas, eliminando tarefas repetidas, táticas e não relacionadas ao cuidado com a tratativa dos casos dos clientes.

Coerência

A coerência do projeto está diretamente relacionada à alocação de tempo produtivo: faz mais sentido dar foco em solução de causa raiz, utilizando o conhecimento técnico, factual e regulatório dos Ouvidores do Banco PAN junto às áreas de operações, negócios e experiência do cliente, assim como retornar as demandas dos nossos clientes com mais qualidade e velocidade.

Inovação

O projeto integrou ferramentas de Cloud AWS, Tableau, Phyton e soluções de automação dentro dos processos da Ouvidoria do Banco PAN para reduzir o tempo improdutivo e ajudar os analistas a atacar a estratégia de redução de reclamações, além de aumentar o nível de qualidade e assertividade nas respostas. Pensando em evoluções futuras, a plataforma foi construída já preparada para integrar com sistemas de IA Generativa.

Eficiência

A Gestão com Automação de Protocolos foi responsável por gerar mais de 3.700 documentos e insumos de respostas com informações que servem de base para o Ouvidor solucionar a demanda do cliente, gerando um aumento de produtividade de 44% no canal BACEN e de 32% no canal PROCON. O tempo em minutos utilizado na confecção das respostas reduziu de 64% a 72%, a depender do motivo e da complexidade da reclamação, o que economizou cerca de 450 horas / mês dos analistas.

Impacto em Sustentabilidade

A eficiência operacional contribuiu para redução de horas extras, mais qualidade de vida e satisfação dos colaboradores, promovendo um ambiente de trabalho saudável e sustentável, enquanto os clientes reconhecem a melhora na qualidade das respostas.

PRÊMIO ATENDIMENTO ABRAREC CX 2025

abrarec

CASE TOP30

Safra

Workflow Front Único

"O Workflow - Front Único trouxe inovação ao fluxo de atendimento, implementando um sistema de gerenciamento de tarefas eficiente, alinhado às diretrizes da empresa e às regulamentações externas. Garantindo uma execução precisa, minimizando riscos de não conformidades e gerando impactos positivos na experiência dos nossos clientes a cada jornada."

Beatriz Dias Surano - Superintendente de Ouvidoria e Qualidade

Originalidade

O case permite a visão 360º da jornada do cliente para todas as áreas da instituição, consolidando na mesma ferramenta o histórico do atendimento prestado, além de unificar diversos sistemas legados em apenas uma tela, evidenciando a originalidade do projeto.

Criticidadade

A proposta foi essencial para a empresa, visto que reflete diretamente na experiência do cliente, gerando celeridade em toda jornada do atendimento. O projeto foi robusto, exigindo constante monitoramento para evitar falhas e garantir a eficiência de todo processo.

Coerência

O Workflow – Front Único é bem estruturado, alinhado com as normas, diretrizes da empresa e regulamentações externas, garantindo uma execução precisa e minimizando riscos de não conformidades, segue um processo claro, transparente e cumpre a função de acordo com as expectativas.

Inovação

O Workflow – Front Único trouxe inovação ao fluxo de atendimento, incorporando um sistema de gerenciamento de tarefas, tornando-o mais eficiente, centralizando o controle e facilitando o monitoramento das etapas, otimizando o processo. Além disso, eventuais ajustes podem ser feitos para garantir que esteja sempre atualizado.

Eficiência

A ferramenta é altamente eficiente, pois permite automações como o preenchimento automático de dados cadastrais do cliente, registros de passagens prévias, interação com o consumidor pela própria ferramenta e diversas sinalizações, regulatórias (SARB 23/2020, SARB 24/2021, prazos de respostas), e de controles internos (retorno em tempo real das áreas de apoio), atuando também como apoio preditivo.

Impacto em Sustentabilidade

O Workflow – Front Único contribui significativamente para as práticas ESG através de processos e automações, promovendo sustentabilidade, reduzindo o número de máquinas ativas diminuindo o consumo de energia. Garante que os processos sigam regulamentações legais e éticas, minimizando o risco de não conformidades em auditorias e monitoramento de riscos. Consolida dados e gera relatórios automáticos permitindo que a liderança se baseie em informações concretas e atualizadas, evitando decisões subjetivas.

CASE TOP30

bradesco seguros

Centricity: O Cliente no Centro da Estratégia de Inovação

O Grupo Bradesco Seguros transformou a Central de Relacionamento Previdência, focando em experiência e redução de esforço do cliente. Com análise de dados e filosofia KAIZEN, melhorou o app Bradesco Banco e migrou para canais digitais. O NPS subiu de 56 para 74 e chamadas caíram 59%, otimizando a produtividade.

Originalidade

Integra metodologias que fazem a transição entre teoria e prática. As descobertas realizadas pela área de Experiência do Cliente (CX) da Central de Relacionamento reforçam de forma prática o conceito de "clientecentrismo". A adoção de customer centricity permitiu à equipe adotar uma abordagem genuinamente focada na experiência do cliente, o que exigiu uma análise crítica dos processos internos e a realização de feedbacks construtivos às áreas responsáveis.

Criticidadade

Os problemas identificados na jornada do cliente evidenciaram gargalos que impactam tanto a satisfação quanto a fidelização, representando um risco à reputação da marca e aos seus resultados financeiros. O diagnóstico preciso desses pontos críticos não apenas destaca as fragilidades, mas também oferece soluções viáveis para mitigar os impactos negativos.

Coerência

O problema identificado – o elevado volume de chamadas para informações simples na Central de Relacionamento Previdência – foi abordado por meio de intervenções específicas, como a automação de processos e a priorização dos canais digitais.

Inovação

A combinação de mapeamento da jornada do cliente, análise detalhada de dados e ferramentas como a Matriz GUT e a filosofia KAIZEN permitiu identificar e eliminar pontos críticos de dor, promovendo uma transformação digital eficaz. A introdução de funcionalidades inovadoras no aplicativo reduziu em 59% o volume de ligações e aumentou a produtividade da equipe em 100%.

Eficiência

A implementação de canais digitais, como o WhatsApp, não só acelerou o atendimento, como também duplicou a produtividade dos atendentes. A priorização de demandas através da Matriz GUT garantiu uma alocação estratégica dos recursos, enquanto o uso da metodologia Kaizen possibilitou uma melhoria contínua e precisa dos processos.

Impacto em Sustentabilidade

A priorização de canais digitais reduz significativamente o uso de recursos físicos, diminuindo a pegada de carbono da empresa. Além disso, ao otimizar processos e reduzir o volume de ligações, houve menor tráfego de chamadas, resultando em economia de energia nos centros de atendimento. Socialmente, o atendimento tornou-se mais ágil, acessível e centrado nas necessidades do cliente, promovendo inclusão digital. Na governança, a cultura de melhoria contínua assegurou maior transparência e feedback constante dos clientes, além de otimizar processos internos de forma sustentável.

CASE TOP30

BRASILPREV

Ouvindo os Mais Vividos: Juntos para a Inclusão dos Longevos

A empresa criou uma jornada para o público longevo, com escuta ativa e acessibilidade geracional. Com parceria de especialistas, certificações e capacitação interna, humanizaram o atendimento. Resultados: selos Age Friendly, Amigos dos Mais Vividos e doações de R$1.6 milhões. A empresa escutou clientes e maximizou o impacto positivo interno e externo.

Originalidade

Foi a primeira Ouvidoria a implantar no ano anterior as diretrizes de ASG (Ambiental, Social e Governança) na área. Sob a perspectiva Social, foi abrangido um olhar mais apurado, que permitiu, a partir das necessidades dos clientes, buscar soluções para lidar com questões sobre envelhecimento e longevidade. O diferencial foi combinar análises com soluções práticas buscando um envolvimento corporativo (não somente sob a perspectiva da Ouvidoria) e promovendo resultados mais amplos.

Criticidadade

A prática foca na inclusão e no atendimento especializado do público mais longevo, atendendo às suas necessidades específicas e um contexto de crescente de envelhecimento populacional. Ressignificamos processos internos e capacitamos colaboradores, promovendo uma cultura organizacional inclusiva e adaptada.

Coerência

A proposta de ressignificar nossos processos para evoluir na experiência de atendimento dos clientes longevos foi abordada de maneira consistente, desde a identificação da necessidade, passando pela capacitação dos colaboradores até a prática direta com os clientes.

Inovação

O projeto é inovador, protagonista no mercado e foi reconhecido pela Revista Epoca Melhores do Seguro, Clientes SA e internacionalmente com prêmio ALOIC LATAM, que demostram a forma de atuar e ser referência de mercado, promovendo centralidade nos clientes e materializando o "S de Social" das diretrizes ASG focado em clientes mais longevos. Acrescenta-se a isso a jornada de capacitações técnicas. A inovação foi reconhecida externamente, gerando convites para compartilhamento das práticas utilizadas no projeto.

Eficiência

Engajamento dos colaboradores, ganho de conhecimento e possibilidade de multiplicá-lo na vida pessoal, aumento na satisfação dos clientes mais longevos, e, consequentemente, diminuição de conflitos; processos mais fluídos com a possibilidade de alternativas personalizadas; aumento no NPS deste grupo e o fortalecimento da cultura ASG, focada no Social. Obtenção dos selos: Amigo dos mais Longevos (Mais Vivida) e Empresa Age Friendly (Maturi).

Impacto em Sustentabilidade

ASG - o social desta iniciativa promoveu a inclusão do público longevo, ao garantir que sempre recebam o cuidado inclusivo nas relações com a empresa, promovendo uma cultura de respeito e valorização da diversidade etária, melhorando a experiência e qualidade de vida.

CASE TOP30

Atuação Estratégica da Ouvidoria: Evolução dos Indicadores de Qualidade com Governança das Reclamações e Melhoria Contínua

A Ouvidoria implementou melhoria contínua, atributo estratégico para evolução da qualidade e experiência do cliente. A estrutura sinérgica dos canais endereça melhorias, resultando em -63% nas reclamações. A eficiência na qualidade evoluiu o NPS e reduziu ações contrárias. A Ouvidoria identificou 193 oportunidades de adequação nos processos.

Originalidade

O processo de governança de reclamações foi implantado em 2019, inicialmente com o propósito de disseminar a cultura do BV, centrada no cliente, nas empresas prestadoras de serviço e está em evolução desde então, atingindo em 2024 maturidade e resultados sólidos.

Criticidadade

A estrutura de Ouvidoria iniciou o processo de governança das reclamações com intuito de reduzir o índice de reclamações que, inicialmente, se apresentava em 25 (25 reclamações a cada 1k clientes), disseminando a cultura do cliente nas empresas prestadoras de serviços, garantindo autonomia para o tratamento das demandas, assim como ajustes nos processos.

Coerência

O case apresentado está 100% coeso com o que é aplicado e entregue no dia a dia e os indicadores demonstram a eficiência na forma como o processo é conduzido.

Inovação

O trabalho de qualidade é executado com uso de IA (speech analytics). Através de combinações de palavras e premissas previamente definidas, é possível identificar um grupo de clientes propensos a reclamação e judicialização, atuação de forma rápida e eficaz mitiga a entrada de reclamações em segunda instância e ações cíveis.

Eficiência

A evolução do índice de reclamações, adequação na esteira dos processos contribuiu diretamente para redução das dores, trazendo redução de 63% no índice ao longo do tempo (2023 à 2024). As reclamações são insumos para adequação dos processos e melhora dos produtos, ao longos dos últimos 2 anos 193 melhorias foram mapeadas e 67 já implantadas.

Impacto em Sustentabilidade

O blog "BV Inspira" aborda de forma leve temas que levam conhecimento aos clientes e consumidores. É falado sobre educação financeira, produtos financeiros, ESG. Além disso, anualmente, a BV participa da Semana Nacional de Educação Financeira promovida pela CONEF – Comitê Nacional de Educação Financeira, levando conhecimento financeiro para diversos públicos.

PRÊMIO ATENDIMENTO ABRAREC CX 2025

abrarec

CASE TOP30

Carrefour

O Poder do Chat: Inovando o Mercado com Conversas que Convertem

"Aprimorar a experiência do cliente é nossa prioridade, e conseguimos isso não apenas atendendo-os onde eles se sentem mais confortáveis, mas também entregando soluções de produtos e serviços que ampliam nossas receitas. No ano passado, nosso canal de chat foi responsável por mais de 100 mil vendas, demonstrando seu potencial de conversão e eficiência."

Sidneia Oliveira - Especialista Customer Service

Originalidade

Embora muitas empresas tenham atendimentos via chat, não foram encontradas empresas que faziam vendas de seguros e serviços em atendimentos receptivos online, diferentemente da central voz que é amplamente conhecida por este feito. Unindo um bom atendimento com rentabilidade financeira, nasceu o Chat.

Criticidadade

Com a chegada de um novo setor houve a necessidade de treinamento especializado para novos sistemas e demandas, foi necessário replicar o modelo de bonificação em campanhas para um setor antes inexistente, criar um novo modelo de qualidade de atendimento e realizar a adaptação de funcionários do voz para o modelo de atendimento online, o que inicialmente gerou um aumento de TMA, mas que foi reduzido com a dedicação e esforço do time.

Coerência

A implementação do chat como canal de atendimento melhorou a experiência do cliente e trouxe mais um canal para conversão. Com uma abordagem personalizada e atendimento em tempo real, o chat conseguiu superar expectativas gerando resultados expressivos em vendas e satisfação do cliente. Além disso, a integração com outras áreas da empresa, como qualidade e produtos, potencializou os resultados.

Inovação

No início do projeto foram pesquisadas outras empresas que fizessem atendimento receptivo comercial dentro da plataforma de chat, mas não foram encontradas. Assim, a própria equipe se empenhou em criar interações que fossem cativantes, envolventes e únicas, de modo a prender a atenção do cliente. Ao priorizar a humanização e a qualidade do atendimento, foi possível diferenciar o chat de tudo que já foi visto no mercado, trazendo uma renda expressiva ao grupo com uma frente de atendimento alternativa.

Eficiência

Primeiro foi idealizado um propósito – ser relevante comercialmente para a companhia – e hoje este objetivo foi atingido com êxito. No primeiro ano o chat realizou mais de 100 mil vendas/ano, já em 2024, em média, foram 140K.

Impacto em Sustentabilidade

Realizar a Proteção Financeira, ao disponibilizar seguros que ajudam os clientes a se prepararem para imprevistos, promovendo segurança financeira e bem-estar social. Hoje o segmento do chat também tem um impacto social na vida do colaborador, este setor atualmente conta com 80% do time trabalhando de forma remota, no formato home based.

PRÊMIO ATENDIMENTO ABRAREC CX 2025

abrarec

CASE TOP30

CASASBAHIA

Empatia em Ação: Solidariedade que Transforma

“Na Casas Bahia, o atendimento vai além de resolver problemas: ele transforma vidas. Ao ajudar uma cliente afetada por um enchente, reenviamos seu móvel sem custo e criamos um vídeo com uma mensagem do nosso mascote CB, demonstrando solidariedade e esperança. Um gesto de empatia que reforça nosso compromisso com um atendimento humanizado e a Dedicação Total a Você”

Vivane Nobre - Gestão de Clientes

Originalidade
Ser uma marca customer centric hoje em dia é commodity. A prática de ajudar clientes em situações de necessidade é comum em várias empresas. Mas a forma como a ação foi implementada, especialmente com a criação de um vídeo personalizado e o envolvimento de várias áreas da empresa, adiciona um toque original na ação.

Criticidadade
O cenário foi agravado por um caso de comoção nacional e tratar de forma padrão resultaria em efeito rebote e sentimento negativo nas menções nas redes sociais por conta do potencial viral que estas menções possuem. Além de resolver o problema imediato, demonstramos comprometimento genuíno com o bem-estar da cliente.

Coerência
O maior ponto de coerência está no vínculo do case com os diferenciais de marca. Além da reconhecida Dedicação aos cliente, foi reforçada a excelência e liderança no atendimento omnichannel.

Inovação
A prática de ajudar clientes em dificuldades não é inédita, mas a forma como foi implementada esta ajuda é o que traz este elemento. Importante destacar a agilidade na tratativa como principal, a abordagem personalizada e empática e a criação de um vídeo especial para a cliente. A colaboração entre diferentes departamentos para resolver o problema de forma eficaz demonstra uma integração inovadora. A flexibilidade nas políticas, ajudando a cliente mesmo fora do prazo oficial, mostra uma adaptabilidade inovadora nas práticas de atendimento.

Eficiência
A combinação de resposta rápida, coordenação interna, flexibilidade e comunicação estratégica destaca a eficiência da empresa em transformar um desafio em uma oportunidade de reforçar seus valores e relacionamento com a comunidade. A eficiência do caso também se reflete na satisfação da cliente, que expressou gratidão e reforçou sua fidelidade à marca, e no fortalecimento da reputação da Casas Bahia como uma empresa responsável e comprometida.

Impacto em Sustentabilidade
A inclusão desse case em relatórios de ESG destaca um compromisso com práticas empresariais responsáveis e humanas, prioriza o bem-estar dos seus clientes e comunidades.

CASE TOP30

Claro

Acessibilidade Digital nos Canais de Autoatendimento: Construindo Pontes Digitais para Todas as Empresas

A Claro promoveu inclusão digital com o projeto "Construindo Pontes Digitais para Todas as Pessoas". Através de auditorias, workshops e melhorias em produtos, reduziu o tempo de navegação com leitores de tela e aumentou a satisfação. O projeto segue diretrizes de acessibilidade e beneficia diversos usuários, demonstrando o compromisso da Claro com a inclusão.

Originalidade

O case se destaca por sua abordagem inovadora de inclusão digital. A originalidade reside na combinação de estratégias de acessibilidade com tecnologias avançadas, como a utilização de padrões WCAG e ferramentas de prototipação acessível como o Figma. Além disso, o projeto promoveu uma cultura de acessibilidade dentro da Claro.

Criticidadade

Sem essas melhorias, muitos usuários enfrentariam barreiras significativas, resultando em exclusão digital e insatisfação. A implementação de acessibilidade nos canais de autoatendimento impacta diretamente na qualidade do serviço oferecido e na imagem da Claro como uma empresa inclusiva e responsável. A falha em atender esses requisitos poderia levar a problemas legais e danos à reputação.

Coerência

Desde a identificação dos desafios até a implementação das estratégias e a medição dos resultados, todas as ações foram planejadas e executadas de forma consistente. O uso de padrões internacionais de acessibilidade digital, como WCAG, e a criação de uma cultura interna de acessibilidade digital através de workshops e treinamentos, demonstram uma abordagem coesa e integrada para alcançar os objetivos propostos.

Inovação

A utilização de padrões internacionais como WCAG, a implementação de um Design System acessível e o uso de ferramentas como Figma para prototipação acessível são práticas inovadoras. Além disso, a criação de uma biblioteca de especificações acessíveis e a consultoria contínua para os times de desenvolvimento demonstram uma abordagem proativa e criativa para garantir a inclusão digital.

Eficiência

A implementação das estratégias de acessibilidade resultou na redução do tempo de navegação com leitor de tela de mais de 2 minutos para menos de 30 segundos, maior satisfação dos usuários e validação de mais de 2.300 componentes acessíveis. A eficiência também é demonstrada pela realização de 7 workshops de capacitação e a entrega de 140 especificações em 14 jornadas críticas, além de 5.946 casos de testes realizados. Esses resultados mostram um impacto positivo e uma melhoria substancial na experiência do usuário.

Impacto em Sustentabilidade

Através da promoção de acessibilidade digital, o projeto contribui para a inclusão social e digital, proporcionando igualdade de oportunidades para todos os usuários, independentemente de suas habilidades.

CASE TOP30

Cuidado Emergencial: Superando Desafios no Atendimento ao Cliente Durante a Catástrofe no Rio Grande do Sul

"Diante da catástrofe no RS em abril de 2024, a CNP Seguros agiu com agilidade, atendendo 7.600 sinistros e pagando R$ 190 milhões em indenizações. Com expertise e tecnologia, como o Sinistro Fast Track, otimizou processos e garantiu rapidez no atendimento. O foco no acolhimento e serviço personalizado elevou o NPS, reforçando seu compromisso com os clientes."

Francisco Everton - Coordenador de Sinistro

Originalidade
A transformação do atendimento no call center em um pilar central para garantir suporte eficiente e humanizado durante a crise no Rio Grande do Sul. A operação foi rapidamente ampliada, com a realização de capacitação emergencial de novos colaboradores, além de extensões de horários e canais de atendimento.

Criticidadade
A situação exigiu respostas rápidas e precisas para atender a um volume recorde de sinistros, com um aumento de 800% no número de chamadas e uma demanda emergencial por acolhimento e suporte. O desafio foi ainda mais crítico pela necessidade de atuação em um cenário de infraestrutura comprometida, exigindo adaptações em tempo real e decisões estratégicas para garantir a continuidade dos serviços e o bem-estar dos clientes.

Coerência
Desde o início da catástrofe, as ações foram implementadas de maneira coordenada, seguindo uma lógica estruturada que envolveu aumento de capacidade operacional no call center, simplificação de processos e integração digital através do Fast Track.

Inovação
A CNP integrou soluções digitais, como o WhatsApp para acionamento e a vistoria digital, em um cenário de crise. Além disso, a criação de uma Comissão de Crise e o uso de ferramentas de comunicação integrada entre áreas internas e parceiros externos garantiram respostas rápidas e alinhamento estratégico, tornando o case um exemplo de gestão inovadora em contextos emergenciais.

Eficiência
Mesmo diante do aumento exponencial de chamadas e sinistros, a CNP conseguiu regularizar um altíssimo número, com uma média de tempo de atendimento significativamente reduzida. A efetividade das ações adotadas se refletiu nos altos índices de satisfação dos clientes e nos R$ 160 milhões em indenizações pagas em um curto período.

Impacto em Sustentabilidade
O impacto em sustentabilidade se evidencia pelo compromisso social em oferecer suporte rápido e eficiente às famílias afetadas, minimizando o tempo de espera para indenizações e garantindo segurança financeira em um momento de vulnerabilidade extrema. Além disso, o uso de soluções digitais, como a vistoria remota, reduziu significativamente o impacto ambiental, eliminando a necessidade de deslocamentos físicos e contribuindo para uma operação mais sustentável.

CASE TOP30

comgas

Atendimento Premium nas Mídias Sociais

"O case 'Atendimento Premium nas Mídias Sociais' transformou a experiência do cliente com respostas rápidas e uma equipe dedicada que monitora tudo em tempo real. Com atendimento empático e resolutivo, conseguimos reduzir o tempo de resposta e aumentar a satisfação, oferecendo uma experiência personalizada e humana."

Gislaine Gonçalves – Ouvidora Comgás

Originalidade
Ao invés de seguir o padrão comum (FAQ, atendimento robotizado), foi criada uma abordagem única para o atendimento nas mídias sociais. Integrando monitoramento em tempo real com uma equipe dedicada que oferece respostas empáticas e resolutivas, é uma redefinição da maneira com que se interage com os clientes por meio das redes sociais.

Criticidadade
A falta de respostas rápidas e eficazes nas interações nas mídias sociais pode ter consequências sérias. Sem um atendimento ágil e atencioso, corre-se o risco de gerar uma exposição negativa da marca e incentivar comentários desfavoráveis.

Coerência
Desde o monitoramento em tempo real até o atendimento empático e resolutivo, cada aspecto do projeto reforça o compromisso com a excelência no atendimento ao cliente. A integração das mídias sociais com uma equipe dedicada garante que a comunicação seja não apenas rápida, mas também consistente com a missão da Comgás em oferecer uma experiência excepcional.

Inovação
Em vez de simplesmente adotar práticas convencionais, foi desenvolvida uma abordagem que combina monitoramento em tempo real com uma equipe altamente especializada, focada em oferecer respostas empáticas e resolutivas.

Eficiência
A abordagem permitiu que fosse reduzido o tempo de resposta às interações em 58%, garantindo que os clientes recebessem respostas oportunas eficazes em um curto tempo após o acionamento (médias de até 1 hora). A percepção do cliente foi melhorada significativamente, com a redução de 39% no sentimento negativo das interações e o sentimento positivo cresceu em 144%, indicando que os clientes estão muito mais satisfeitos e engajados com o atendimento. Além disso, aumentou também a procura pelo canal em 21% dado sua resolutividade.

Impacto em Sustentabilidade
Proporciona uma experiência melhor para os clientes, reforça a empatia e ajuda a resolver problemas de forma mais eficiente. Isso também pode levar a um ambiente de trabalho mais positivo e a maior satisfação dos funcionários envolvidos no atendimento ao cliente.

CASE TOP30

digio

100% no Prazo
0% de Atraso

A Digio implementou uma meta de "0% de atraso" na Ouvidoria, usando uma brincadeira para motivar a equipe. Com valores de ética e transparência, analistas capacitados garantem atendimento ágil e personalizado. A "Quarta do Apelo" engaja a todos, reforçando o compromisso com a pontualidade. A Ouvidoria, única associada Febraban com este indicador, prioriza a satisfação do cliente.

Originalidade
De forma inovadora e com foco no cliente, a Digio tinha a meta de responder 100% das reclamações dentro do prazo, sem prorrogações. Essa postura reforça a dedicação em ouvir, solucionar e superar expectativas, garantindo uma experiência ágil e transparente, tendo como principal diferencial. A empresa é referência de atendimento no mercado, pois é a única instituição associada a Febraban que possui este indicador.

Criticidadade
Um modelo de atendimento reflete o compromisso da Ouvidoria em oferecer um serviço que não apenas resolve, mas também fortalece o relacionamento de confiança com o cliente, demonstrando que a qualidade e o respeito pelos prazos são prioridades inegociáveis.

Coerência
Cumprir prazos com excelência não é apenas uma meta, mas uma demonstração clara de responsabilidade e profissionalismo em cada entrega.

Inovação
Inovar é questionar o que já existe e fazer melhor, isso aliado ao cumprimento de prazo e à entrega de qualidade, é um diferencial estratégico para empresas que buscam se destacar.

Eficiência
2 anos sem uma única prorrogação de prazos, dilação 0. Essa abordagem transforma o atendimento em um pilar de competitividade, promovendo excelência e fidelização.

Impacto em Sustentabilidade
O nível de impacto em sustentabilidade é elevado quando o prazo é cumprido com qualidade, eficiência e preocupação com o cliente. Essa abordagem combina responsabilidade ambiental, social e econômica, criando um sistema sustentável. A junção desses fatores promove equilíbrio, reduz desperdícios e otimiza recursos. Assim, constrói-se confiança e lealdade no mercado, impulsionando práticas conscientes e inovadoras.

CASE TOP30

Especialização no Atendimento das Redes Sociais

"Com o objetivo de gerar uma experiência positiva para os usuários, especializamos a equipe de CX de Redes Sociais para oferecer um atendimento exclusivo e dedicado. Com isso, não houve mais o encaminhamento para outras áreas e a solução é oferecida por mensagem privada, garantindo um crescimento muito significativo de NPS."

Karina Alfano Terra - Customer Service Manager

Originalidade

Elevar o patamar do suporte em um dos canais que é considerado a vitrine de empresas do setor de Marketplace e Serviços Financeiros; Gerar visibilidade interna sobre os problemas mais recorrentes escalados nas redes sociais, sendo direcionados para times de produtos; e Fortalecer a sinergia entre as equipes de Marketing e Customer Experience.

Criticidadade

O desafio de se tornar referência em atendimento na America Latina; Especializar a equipe de representantes de atendimento por unidade de negócio (Mercado Livre e Mercado Pago), reduzindo a carga cognitiva de atuação diária e melhorando a qualidade na atenção aos usuários; Proporcionar maior acolhimento dos usuários, desde situações simples como orientações de como comprar um produto, até casos mais complexos; e Abrir caminhos para projetos internos secundários em atendimento, como a utilização de inteligencia artificial e iniciativas para maior escalabilidade.

Coerência

Atender às expectativas que os usuários escalam em redes sociais; Melhorar percepções, medidas pelo NPS em redes sociais; Criar sinergia também com outras equipes de Customer Experience; Reduzir riscos com a confidencialidade de dados de nossos usuários, ao direcioná-los para o atendimento por mensagem privada; Maior tempestividade na tratativa de temas críticos.

Inovação

Trazer o atendimento inicial por uma automação, a qual direcionava respostas automáticas para usuários com consultas informativas; Proporcionar classificação prévia do problema do usuário em redes sociais, agilizando o atendimento dos representantes do time; Implantar automações também na identificação de Stories não relacionados a Customer Experience, evitando a necessidade de atuação manual em casos que eram apenas de Marketing; Gerar controles internos operacionais, com apoio à gestão do time, com KPIs de qualidade e eficiência como NPS, TMR e Produtividade.

Eficiência

Reduzir o número de contatos sem valor para Customer Experience; Permitir rotinas massivas; Relatórios real-time de volume de contatos e NPS; Trazer a possibilidade de direcionar parte do time para atender casos de outra unidade de negócio, em situações de alta demanda em um time e ociosidade no outro.

Impacto em Sustentabilidade

Reduzir a necessidade de o usuário acionar outro canal de atendimento, obtendo a resposta final pelo mesmo meio que iniciou o contato; Direcionar ao time de atendimento apenas casos que necessitam avaliação por Customer Experience; Diminuir a carga cognitiva dos representantes de atendimento, por trabalharem em times especialistas em cada unidade de negócio do grupo Mercado Livre.

PRÊMIO ATENDIMENTO ABRAREC CX 2025

CASE TOP30

Mercado Pago: Promovendo Acessibilidade em Libras

"Garantir a equidade e acesso nos guiou neste projeto, onde modernizamos a tecnologia de atendimento à população surda permitindo o acesso simples, descomplicado, direto e inclusivo."

Felipe Luiz Falcão Rodrigues - Gerente de Experiência do Cliente

Originalidade

Está sendo realizada a transição do atendimento ao público com deficiência para o uso de Libras via videochamada, em resposta à crescente necessidade de inclusão. Um estudo de benchmarking revelou que muitos bancos ainda utilizam modelos tradicionais, o que destaca a urgência de uma atualização. A tecnologia anterior estava se tornando obsoleta, limitando a eficácia do atendimento. A nova abordagem não só melhora a acessibilidade e humaniza a interação, mas também alinha a instituição às tendências do mercado. Com treinamentos adequados para a equipe, estamos comprometidos em oferecer uma experiência inclusiva e inovadora.

Criticidadade

Considerando que 8,4% dos brasileiros se identificam como tendo algum tipo de deficiência, é essencial que o Mercado Livre e o Mercado Pago ofereçam o mesmo nível de atenção a esse público que dedicam aos demais usuários.

Coerência

O projeto visa implementar uma tecnologia inovadora para o atendimento humanizado de usuários com deficiência no Mercado Livre e Mercado Pago. Desde a implementação, as chamadas mensais aumentaram de zero para uma média de 300, demonstrando um progresso significativo.

Inovação

Reconhecendo que esta tecnologia se destaca como uma das mais avançadas e inovadoras para o atendimento humanizado de usuários com deficiência, o Mercado Livre e o Mercado Pago identificam uma oportunidade singular de evolução na oferta de serviços inclusivos e vanguardistas a esse público.

Eficiência

O projeto demonstra eficiência ao implementar tecnologia inovadora para o atendimento humanizado a esse tipo de usuário. A transição para videochamada em Libras aumenta a acessibilidade e agiliza a comunicação. O crescimento das chamadas mensais de zero para uma média de 300 mostra que a demanda do público está sendo atendida com eficácia. O investimento em treinamento da equipe assegura um atendimento de qualidade, reforçando ainda mais a eficiência do projeto.

Impacto em Sustentabilidade

O projeto impacta positivamente a sustentabilidade ao promover práticas inclusivas que respeitam a diversidade. Ao adotar videochamada em Libras, reduz-se a necessidade de deslocamentos físicos, minimizando a pegada de carbono. Essa abordagem digital otimiza recursos e tempo, contribuindo para uma sociedade mais equitativa. Além disso, a conscientização sobre inclusão social impulsiona práticas sustentáveis na empresa. Assim, o projeto alinha inovação tecnológica com responsabilidade ambiental, promovendo um futuro sustentável para todos.

CASE TOP30

mercado pago

Resolutividade RA MP: Especialização Esteira Atendimento

"Resolver os problemas dos usuários na causa raiz está presente no propósito da nossa equipe e nos direciona diariamente. Com isto em mente, especializamos o time de Reclame Aqui, reduzindo a carga cognitiva e proporcionando uma melhor experiência."

Karina Alfano Terra - Customer Service Manager

Originalidade
O case combina estratégias estruturadas e análises profundas para solucionar desafios comuns no atendimento de processos complexos. A abordagem se destaca pelos seguintes aspectos inovadores: Especialização Estrutural; Adaptação e Integração de Processos; Foco na Autonomia Operacional; Customização de Soluções; e Resultados Mensuráveis e Transformadores.

Criticidadade
Volume Operacional: Alta complexidade com 40 processos e incoming de ~7 mil casos/mês, concentrados em 15 principais fluxos; Adaptação a área: Falhas na adaptação dos fluxos geram ineficiências e retrabalho; Treinamentos Constantes: Necessidade recorrente de capacitação reflete baixa padronização operacional; Baixa Autonomia: Falta de ferramentas adequadas limita a resolutividade dos representantes; Anomalias Não Percebidas: Representantes enfrentam dificuldades em identificar falhas e oportunidades, atrasando melhorias; Impacto em Métricas-Chave: Indices de solução e satisfação do cliente são diretamente afetados; Gestão de Permissões: Acessos mal definidos podem gerar acessos irrelevantes, comprometendo a agilidade.

Coerência
Diagnóstico Bem Estruturado; Soluções Alinhadas aos Desafios; Resultados Validados; Conexão entre Ações e Impactos; e Foco em Melhorias Contínuas.

Inovação
Especialização de Times: Criação de equipes dedicadas, como no piloto de Credits, para otimizar o atendimento de processos críticos; Revisão de Fluxos: Alinhamento dos fluxos ao modelo de Shared Services, criando um formato mais ágil e integrado; Customização de Equipes e Acessos: Ajustes nas equipes e permissões para maior clareza e eficiência nos processos; Autonomia dos Representantes: Implementação de ferramentas para aumentar a autonomia e resolutividade; e Modelo Escalável e Replicável: Soluções práticas que podem ser aplicadas de forma escalável em outros processos.

Eficiência
Redução de Retrabalho; Aumento na Resolutividade; Melhoria nas Métricas; Otimização de Processos; e Escalabilidade

Impacto em Sustentabilidade
Eficiência Operacional; Satisfação do Cliente; Redução de Retrabalho; Impacto Social Positivo; e Sustentabilidade a Longo Prazo

CASE TOP30

Jogada de Mestre - A Estratégia da Oi para Transformar Insatisfação em Conexão e Impactar na Transformação Social

"A Oi revolucionou o atendimento com uma abordagem ultra personalizada, transformando insatisfação em conexão. Ao compreender o universo dos clientes, a equipe criou interações autênticas, como no caso de um gamer cujo problema foi resolvido com referências a um jogo. O impacto foi direto: aumento de 40% no NPS e criação de experiências memoráveis."

Tatiane Rodrigues Dallecrode - Especialista de Relacionamento Digital

Originalidade

É usada uma abordagem de atendimento altamente personalizada, com referências a um MMORPG, o que vai além das práticas convencionais. A equipe da Oi conseguiu transformar um atendimento em uma experiência única ao integrar referências precisas do universo gamer, criando uma conexão genuína com o cliente. Essa aplicação criativa e específica do conhecimento cultural dos atendentes demonstra uma originalidade que eleva o padrão de atendimento ao cliente.

Criticidadade

Este case aborda de maneira eficaz a superação de um desafio central do setor de telecomunicações: a percepção negativa dos clientes refletida em baixas avaliações de NPS. Ao identificar essa questão, a Oi implementou uma estratégia que não apenas melhora a satisfação do cliente, mas também reforça a importância de um atendimento empático e ultra-personalizado.

Coerência

A estratégia de desenvolver um time multicultural, capaz de realizar atendimentos ultra-personalizados, centrados no cliente, está totalmente alinhada com os pilares de inclusão e futuro da empresa. Ao conectar o atendimento com os interesses específicos do cliente, a Oi demonstra consistência entre sua marca e suas ações, tornando este case um exemplo de como entregar valor real ao cliente.

Inovação

Embora não disruptivo, é eficaz. Ao diversificar e aprofundar o conhecimento da equipe sobre o universo cultural dos clientes e territórios da marca, a Oi conseguiu oferecer um serviço que não apenas resolve problemas técnicos, mas também enriquece a experiência do cliente de uma forma que poucas empresas conseguem.

Eficiência

A estratégia adotada não apenas resolveu o problema técnico do cliente, mas também reverteu uma situação potencialmente negativa em uma experiência positiva, refletida na nota máxima de NPS daquele caso em questão. E a elevação do NPS geral em 40% após a implementação dessa abordagem é uma evidência clara da eficiência global da estratégia.

Impacto em Sustentabilidade

O case, ao fortalecer o território gamer e promover a diversidade, reflete o comprometimento da empresa com os princípios relacionados ao impacto social, trabalhados pela agenda ESG e que são fortemente promovidos através do programa Oi Futuro. Assim como o instituto investe em educação, cultura, inovação social e esportes para potencializar o desenvolvimento pessoal e coletivo, o atendimento focado e humanizado da Oi representa uma extensão desses valores através de uma equipe diversa e conectada às diferentes realidades culturais dos clientes.

CASE TOP30

Resolver com Excelência: O Impacto da Omni no Atendimento ao Cliente

"Transformamos desafios em oportunidades, aprimorando Ouvidoria, Procon, Consumidor.gov e Reclame Aqui. Reduzimos tempos de resposta, ampliamos a resolução no primeiro contato e capacitamos a equipe. Com estratégias inovadoras e foco no cliente, fortalecemos relações com reguladores. O comitê 'Voz do Cliente', liderado por diretores, impulsiona melhorias e resultados contínuos"

Sergio Buarque - Gerente Ouvidoria Omni

Originalidade

Identificar e focar nas áreas críticas de Ouvidoria, Procon, Consumidor.gov e Reclame Aqui, essenciais para a reputação e eficácia da empresa. Essa identificação permitiu uma estratégia diferenciada e direcionada, alinhada com as necessidades específicas do mercado. A integração dessas áreas na abordagem reflete o compromisso em atender às expectativas dos clientes de forma mais eficaz, evidenciando um esforço robusto e bem-orquestrado para melhorar o atendimento e fortalecer nossa posição no mercado.

Criticidadade

A performance desses canais impacta diretamente a eficiência das operações e a capacidade da empresa de resolver problemas de forma eficaz e oportuna. Falhas na eficiência ou na resolução de questões podem levar a um aumento significativo nas reclamações, multas e até mesmo ações legais, especialmente em canais críticos como Procon e Reclame Aqui. Essas consequências negativas podem afetar seriamente a reputação e a operação da empresa.

Coerência

A melhoria dos canais de atendimento ao cliente: Ouvidoria, Procon, Consumidor.gov e Reclame Aqui, está alinhada com a missão da empresa de proporcionar um atendimento de excelência e manter uma reputação sólida.

Inovação

A introdução de ferramentas tecnológicas, como sistemas de automação e análise de dados, aprimora a eficiência e a precisão na gestão das reclamações. Além disso, os novos processos são projetados para melhorar significativamente a experiência do cliente, refletindo um compromisso contínuo com a inovação. Essa transformação não apenas moderniza a operação, mas também reforça a dedicação à excelência no atendimento e à satisfação do cliente.

Eficiência

O case exemplifica uma implementação eficaz de estratégias voltadas para a otimização dos canais de atendimento ao cliente. As melhorias operacionais são evidentes, com notáveis reduções nos tempos de resposta e um aumento significativo na taxa de resolução. A otimização de recursos e processos também contribui para a eficácia geral, enquanto o feedback positivo dos clientes reforça o sucesso das ações implementadas.

Impacto em Sustentabilidade

Através da inclusão e engajamento dos stakeholders, foi possível criar uma estrutura de atendimento ao cliente que não apenas melhora a eficiência, mas também promove práticas mais transparentes e responsáveis. Além disso, o sistema de recompensas por desempenho que implementamos incentiva a equipe a manter altos padrões de atendimento e a buscar constantemente melhorias.

CASE TOP30

SKY

Disrupção em CX: Estratégias estruturais em Relações de Consumo

"Na busca constante pela excelência na experiência do cliente a SKY redesenhou processos implementando diversas metodologias inovadoras. Assim, construímos uma estratégia disruptiva em 3 pilares fundamentais (Processos, Pessoas e Tecnologia) reconstruindo a jornada do cliente e aplicando um novo mindset colaborativo permitindo maior eficiência, resolutividade e um relacionamento mais humanizado que maximizou a satisfação do consumidor."

Enedino Januário - Gerente Relações de Consumo

Originalidade

Por meio de um modelo exclusivo que uniu pessoas, processos e tecnologia, a SKY redesenhou a jornada do cliente, desenvolvendo conexões mais fortes e impactantes. O resultado foi a entrega de uma experiência que elevou os índices de satisfação ao nível máximo, garantindo um vínculo sólido e de confiança entre a empresa e seus clientes.

Criticidadade

Criar um novo sistema de atendimento ao cliente focado na redução de processos no JEC foi uma ação altamente crítica, considerando o impacto da insatisfação dos consumidores e o elevado número de judicializações. O cenário inicial exigia uma resposta urgente para preservar a reputação da SKY e melhorar a experiência do cliente.

Coerência

O case é totalmente coerente com as ações estruturais e operacionais para a redução dos processos judiciais. Na SKY, durante todo o processo junto ao consumidor é demonstrado entusiasmo, disposição, profissionalismo e humanização para entender e atender à solicitação do cliente e de modo simples, objetivo, didático esclarecendo dúvidas e solucionando o problema.

Inovação

A inovação é uma pauta na política de encantamento muito bem trabalhada através do "Programa de Encantamento", que tem como objetivo reconhecer os operadores que são exemplos, protagonistas da sua jornada e que demostram em seus atendimentos a Cultura de Servir.

Eficiência

É possível observar pela implantação de processos dinâmicos, buscando, como objetivo, a solução do problema do cliente, adequado a linguagem do consumidor cliente e carregado de muita atenção, zelo, preocupação superando as expectativas.

Impacto em Sustentabilidade

O novo processo permeia ações de sustentabilidade em ESG promovendo alguns benefícios visto que existe um avanço na redução de papel dos processos judiciais, auxiliando na preservação ambiental. Isso foi possível pois as plataformas de coleta de processos para buscar os processos são on-line. Com isso, houve uma reduçao de mais de 50% em utilização de papel.

CASE TOP30

SUZUKI

O Amor Está no Ar e na Estrada:
O Pedido de Casamento com Jimny Sierra

"A Suzuki mostrou ser possível conectar paixão por veículos com o amor ao auxiliar o Tossiro a pedir sua noiva em casamento dentro do Jimny Sierra. Uma ação que rendeu mais de 22 mil interações nas redes, mostrando que uma marca pode impactar em momentos especiais e torná-los inesquecíveis e únicos."

Martha Plascak - Supervisora de Marketing e Publicidade

Originalidade
É um pedido de casamento inovador dentro de um Jimny Sierra, transformando um momento pessoal em uma experiência de marca altamente compartilhável e emocional. A ideia inédita de unir uma proposta de casamento com a promoção de um veículo destaca a criatividade da Elife Group e da Suzuki em criar e apoiar uma campanha de alto impacto emocional e de marketing.

Criticidadade
Envolve a realização de um momento pessoal e significativo para o cliente, onde qualquer falha poderia comprometer a experiência emocional desejada. A necessidade de coordenação precisa, e a colaboração entre a equipe de monitoramento da Elife, a Suzuki e o influenciador foi crucial para o sucesso do evento.

Coerência
O case demonstrou alta coerência, com um relato bem estruturado e fácil de seguir. O início apresentou o desafio, o meio descreveu o processo de planejamento e execução, e o fim destacou os resultados e impactos positivos, fornecendo uma visão clara e completa da campanha.

Inovação
É uma experiência pessoal e emotiva, unida à estratégia de marketing da marca. A ideia de realizar um pedido de casamento dentro de um veículo da Suzuki e transformá-lo em uma campanha nas redes sociais mostra como ações de marketing podem ser criativas e impactantes, indo além das abordagens tradicionais e criando momentos inesquecíveis para o cliente.

Eficiência
O case alcançou altos níveis de engajamento nas redes sociais e fortaleceu a relação entre a marca e os consumidores. A campanha demonstrou eficácia na execução e nos resultados, gerando grande visibilidade e interação positiva.

Impacto em Sustentabilidade
Embora o foco principal do case seja emocional e de marketing, ele também reflete práticas sustentáveis ao promover uma relação mais próxima e empática entre a marca e os clientes. A campanha contribuiu para a construção de uma comunidade mais engajada e conectada, promovendo valores de responsabilidade social e afetiva.

CASE TOP30

ultragaz

Monitoramento Inteligente que Transforma Experiências: Alcançar Resultados Transformadores, Revolucionar Jornadas e Tornar cada Interação uma Experiência Memorável por meio da Antecipação

A Ultragaz, com alta demanda e reclamações sobre atrasos, implementou monitoramento preditivo, comitê de qualidade e programa de reconquista. As iniciativas reduziram reclamações, aumentaram a confiança na marca e elevaram o NPS em 33 pontos, demonstrando o compromisso com a melhoria contínua e a satisfação do cliente.

Originalidade

A implementação do Monitoramento Preditivo foi um marco de originalidade que colocou a Ultragaz à frente no mercado. Além disso, o Comitê de Qualidade, que colabora estreitamente com os parceiros comerciais, estabelece um modelo colaborativo que é verdadeiramente singular no setor. Por fim, o Programa Reconquista redefine a recuperação de clientes. Com soluções personalizadas que atendem às necessidades específicas de cada consumidor, transforma-se a recuperação em uma oportunidade valiosa de reconexão e fortalecimento de relacionamentos.

Criticidadade

Tem importante impacto direto em áreas-chave para o crescimento e a sustentabilidade do negócio, como Satisfação do Cliente; na Redução de Falhas Operacionais; na Preservação da Reputação da Marca; Fidelização e Lealdade do Cliente; Alinhamento com os Objetivos Estratégicos da Empresa; e Crescimento e Sustentabilidade.

Coerência

Iniciativas interligadas e inovadoras, não apenas se adaptam às necessidades do mercado, mas também estabelecem novos padrões de qualidade, eficiência e atendimento.

Inovação

Além de otimizar os resultados operacionais, estabelece novos padrões, reforça o posicionamento da marca e se antecipa as tendências, entregas e soluções diferenciadas. As pesquisas também são realizadas para trazer uma forma de padronizar os processos e as ações de melhorias onde busca-se exclusividade na entrega, na tratativa e na jornada do cliente. Acompanhar o percurso é um diferencial da empresa atualmente.

Eficiência

Implementação do modelo preditivo de monitoramento logístico de pedidos, que visa aprimorar a gestão e fluxos operacionais e elevar a experiência do cliente. Ao identificar os possíveis gargalos no processo de atraso na entrega ou no aceite do pedido, a operação de atendimento age de forma rápida, antecipando-se aos problemas.

Impacto em Sustentabilidade

Tendo como base principal desse projeto o monitoramento preditivo, não trata-se apenas da garantia da entrega do gás de cozinha, mas também como reduzir o desperdício e o consumo de recursos, contribuindo para operações mais sustentáveis. Todo o trabalho que realizamos nas quatro energias da nossa Jornada de Sustentabilidade.

CASE TOP30

ultragaz

Excelência que Transforma:
Projeto 100 Dias - Empresarial

A empresa, com 70 mil empresas e 600 mil pessoas físicas, lançou o Projeto 100 Dias para melhorar a acessibilidade e experiência do cliente. Após reestruturação com impacto negativo no NPS, o projeto foca em colaboração com parceiros, abrangendo MIS, comercial, liderança, qualidade, treinamento e VEX, com reestruturação da central de atendimento.

Originalidade
Este projeto faz a integração ativa de todas as áreas do prestador junto ao time de Atendimento Ultragaz. Desde o início, foi adotada uma abordagem colaborativa, unindo expertises e perspectivas de equipes multidisciplinares para criar uma solução verdadeiramente única e alinhada às necessidades do negócio.

Criticidadade
A criticidade está em sua capacidade de transformar a operação de atendimento, garantindo eficiência, satisfação do cliente e processos escaláveis com resultados sustentáveis. Por envolver múltiplas áreas e mudanças significativas, demanda execução rigorosa e alinhamento contínuo entre as equipes e um acompanhamento minucioso dos resultados.

Coerência
Com a colaboração de todas as áreas da empresa, assegura-se consistência e conexão, garantindo que cada etapa do projeto contribua de forma eficaz para a melhoria contínua e o alcance dos resultados esperados. É entendida a relevância da central de atendimento como a voz do cliente para toda Cia e comitê executivo, além da importância do parceiro para a tomada de decisões estratégicas para a centralidade do cliente.

Inovação
Foi implantado o auto serviço na URA e melhorada a curadoria dos BOT's para proporcionar uma melhor experiência e entrega das solicitações aos clientes. No entanto, praticando o auto serviço como uma opção de atendimento, se tem como pilar oferecer e servir o cliente no canal de sua preferência. Após essas ações, a retenção foi de 90% do volume em nos auto atendimento, com um CSAT superior a 4,50.

Eficiência
A eficiência do projeto se dá pelos resultados que estão sendo construídos após a implementação das ações realizadas pelas equipes multidisciplinares. Redução do tempo de navegação em torno de 31%, 69% de redução no tempo de espera de atendimento, 78% de redução na taxa de abandono, aumentando o nível de serviço (30 seg) em 50% e incrementando 9% na taxa de chamadas atendidas.

Impacto em Sustentabilidade
A principal ação para esse projeto foi manter a Integridade e seguir por completo todas as nossas normas e procedimentos que exigem o respeito, transparência e ações que não ocasionem conflitos de interesse ao lidar com o parceiro.

CASE TOP30

Unimed Campinas e Plusoft: Como a Automação Transformou o Atendimento ao Cliente

"A Unimed Campinas revolucionou seu atendimento com a assistente virtual Camila e o Plusoft AI, reduzindo em 92% o esforço manual e aumentando em 56% as tratativas mensais. A automação melhorou a eficiência da equipe e elevou a experiência do cliente.""

Marcelo Dreher - Gerente de Marketing Plusoft

Originalidade

A aplicação do chatbot Plusoft AI com a assistente virtual Camila no "Fale com a Unimed" demonstra originalidade ao integrar inteligência artificial para solucionar problemas específicos, como acúmulo de e-mails e longos tempos de resposta, trazendo um modelo inédito para a operação da Unimed Campinas.

Criticidadade

O case aborda um ponto crítico da operação: a sobrecarga no atendimento ao cliente, que impactava diretamente a experiência do consumidor e a eficiência da equipe, tornando a resolução desse problema fundamental.

Coerência

O case apresenta uma solução bem alinhada com o objetivo de melhorar o atendimento, reduzindo esforços manuais e aprimorando a experiência do cliente com base em métricas claras e resultados mensuráveis.

Inovação

A implementação do chatbot e a integração com o atendimento humano representam um avanço significativo no uso de tecnologia para otimizar processos e transformar a experiência do cliente.

Eficiência

A solução aumentou em 56% o número de tratativas mensais e reduziu o esforço manual para apenas 8%, destacando um ganho operacional e estratégico.

Impacto em Sustentabilidade

A eficiência no uso de recursos, tanto tecnológicos quanto humanos, contribui para uma operação mais sustentável, embora o impacto ambiental direto ainda pode ser considerado limitado.

PRÊMIO ATENDIMENTO ABRAREC CX 2025

abrarec

CASE TOP30

Unimed Vales do Taquari e Rio Pardo/RS e Plusoft: Inovação no Atendimento com Plusoft Omni CRM

"A Unimed VTRP inovou com o Omni CRM da Plusoft, expandindo canais de atendimento e automatizando interações. A solução reduziu as ligações em 32,2% e aumentou as interações automáticas em 279,3%, garantindo mais eficiência e satisfação ao cliente."

Marcelo Dreher - Gerente de Marketing Plusoft

Originalidade

A combinação do Omni CRM com a automatização em múltiplos canais (aplicativo, site e WhatsApp) mostra uma abordagem criativa e abrangente para modernizar o atendimento ao cliente.

Criticidadade

O case resolve desafios históricos da operação, como a dependência de ligações e e-mails, que causavam frustrações tanto para os clientes, quanto para a equipe da Unimed.

Coerência

A estratégia de diversificar e automatizar os canais de atendimento reflete um alinhamento claro e preciso com os objetivos de reduzir esforços e melhorar a satisfação do consumidor.

Inovação

A implantação do Omni CRM e a integração com um chatbot inteligente fogem da mesmice do chatbot padrão facilmente encontrado pela web e representam uma solução moderna e inovadora, marcando uma nova era para o atendimento ao cliente.

Eficiência

A redução de 32,2% nas ligações e o aumento de 279,3% nas interações via chatbot demonstram ganhos incrivelmente significativos em eficiência operacional.

Impacto em Sustentabilidade

A redução de ligações, somada à maior eficiência nos processos, contribui para um uso mais sustentável dos recursos humanos e tecnológicos.

CASE TOP30

Whirlpool®

Modelo Individual Logísitca Reversa: Um caminho para fortalecer a Sustentabilidade

"A Whirlpool é pioneira com seu Sistema Individual de Logística Reversa, que oferece o descarte gratuito de produtos em final de vida útil. Com abrangência nacional, conta com coleta domiciliar (produtos acima de 30kg) e +15 mil pontos de entrega (produtos abaixo de 30kg). A iniciativa, além de evitar a poluição, fomenta a economia circular."

Priscila Gusson - Gerente Sr ESG

Originalidade

O modelo de Logística Reversa se destaca pela sua abordagem única, especialmente no contexto brasileiro, onde lideramos a implementação de um sistema eficiente e abrangente para o descarte de eletroeletrônicos. O sistema, além de ser gratuito e acessível a todos os consumidores, oferece mais de 15 mil Pontos de Entrega Voluntária em todo o Brasil, algo não visto em outros modelos coletivos, e ainda disponibiliza a coleta domiciliar gratuita para produtos de grandes dimensões.

Criticidadade

Além de impactar diretamente a conformidade com as exigências regulatórias do Brasil, como o Decreto Federal 10.240/2020; traz a longo prazo prejuízos consideráveis no âmbito da sustentabilidade - a crescente geração de resíduos eletroeletrônicos no país exige soluções rápidas e eficientes para evitar danos ambientais.

Coerência

A iniciativa está alinhada aos compromissos da empresa com a sustentabilidade e à economia circular, oferecendo uma solução prática e acessível para o descarte de resíduos eletroeletrônicos para seus consumidores. Ao cumprir as exigências do Decreto Federal, o sistema também reflete nossa responsabilidade social, garantindo que tenham alternativas fáceis e acessíveis para o descarte correto de seu produto quando no final da vida útil.

Inovação

A principal inovação reside na implementação de uma plataforma digital para rastreabilidade completa, que garante total transparência no processo de coleta e destinação dos produtos, algo diferenciado no setor. Além disso, a coleta domiciliar gratuita para produtos acima de 30 kg, abrangendo todo o território nacional, representa uma inovação significativa na logística reversa, simplificando o processo para os consumidores e garantindo maior adesão. O sistema também promove parcerias com cooperativas e recicladores, criando novos modelos de negócios sustentáveis na cadeia produtiva de reciclagem.

Eficiência

Foi possível superar as metas regulatórias ao coletar 40.000 toneladas de resíduos eletroeletrônicos e distribuir mais de 15 mil Pontos de Entrega Voluntária em todo o Brasil. A coleta domiciliar gratuita e a rastreabilidade digital otimizaram o processo, garantindo maior transparência e agilidade. Além disso, as campanhas de comunicação e a parceria com 60 empresas fortaleceram o engajamento e a conscientização.

Impacto em Sustentabilidade

Em 2023 e 2024, foram coletados e destinados de forma ambientalmente adequada 40.000 toneladas de resíduos eletroeletrônicos, contribuindo para a redução dos impactos ambientais e a preservação dos recursos naturais.

CASE TOP30

ZURICH Santander

Proteção e Humanização no Suporte ao Rio Grande do Sul

A Zurich Santander agiu prontamente diante da catástrofe climática no Rio Grande do Sul, antecipando alertas, ampliando o atendimento e inovando com vistorias remotas. A empresa direcionou recursos para a comunidade e priorizou as demandas das regiões afetadas, demonstrando compromisso com a proteção e responsabilidade social.

Originalidade

Foi implantado de forma eficaz e veloz uma estratégia de atendimento aos clientes e oferecido suporte à comunidade impactada por uma catástrofe climática de grandes proporções logo nos primeiros dias. Desde o alerta antecipado da previsão de chuvas, passando pelo atendimento e benefícios oferecidos diretamente aos clientes, e o direcionamento de alimentos, água e outros materiais para a sociedade, a Companhia esteve atenta às necessidades daquele momento e buscou parcerias e formas inovadoras de entregar uma proposta de valor responsável para todos os seus stakeholders.

Criticidadade

Houve uma alta demanda de acionamento em condições adversas, onde precisou-se internalizar emergencialmente uma operação que funcionava em um fornecedor da região que também foi atingido pelo evento climático e, ao mesmo tempo, garantir a máxima agilidade e eficiência no atendimento aos clientes.

Coerência

A atuação da Zurich Santander foi coerente com o seu propósito e valores, especialmente em um momento de crise, quando clientes e sociedade mais precisam de proteção. Todas as ações tiveram o objetivo de servir seus clientes com integridade, excelência e humanidade, além de oferecer recursos emergenciais para a população que também precisava naquele momento.

Inovação

Nos primeiros dias do evento, o acionamento do sinistro foi realizado, essencialmente, por telefone, dada a indisponibilidade de internet na região. Foi incluída a vistoria remota por videochamada que permitiu que os sinistros fossem atendidos sem interrupção. Também houve o uso de canais digitais para a comunicação direta e instantânea com os clientes.

Eficiência

A realocação de forma ágil da operação de atendimento da Central de Atendimento situada em Novo Hamburgo garantiu que não houvesse interrupção no serviço, enquanto a priorização das chamadas dos clientes mais afetados assegurou que as necessidades críticas fossem atendidas de forma imediata. A empresa também demonstrou uma gestão eficiente dos recursos ao aumentar a capacidade de atendimento em 50%, ao utilizar tecnologias de comunicação e vistoria remota, o que reduziu drasticamente o tempo de resposta e resolução dos sinistros.

Impacto em Sustentabilidade

Buscando entregar uma proposta de valor sustentável, a Companhia monitorou a exposição dos clientes daquela região em relação aos eventos climáticos e promoveu a comunicação antecipada, como fomento à prevenção e disseminação dos canais de contato para acionamento de coberturas e assistências contratadas no seu seguro.

PRÊMIO ATENDIMENTO ABRAREC CX 2025

PATROCÍNIO

projuris

APOIO CULTURAL

ESPM

MEDIA PARTNER

CONSUMIDOR MODERNO

APOIO INSTITUCIONAL

PRATA
EMPRESA AMIGA DA JUSTIÇA
PARCEIRO INSTITUCIONAL

BANCO CENTRAL DO BRASIL

ANATEL

PARCEIROS

digitalents

FUTURECOM

icom

IPS consumo
instituto | pesquisa | estudo
sociedade | consumo

Laura Trachtenberg Hauser

MEIRA BRESEGHELLO ADVOGADOS

MORAIS ANDRADE
LEANDRIN | MOLINA ADVOGADOS

SKS CX
customer experience consultancy

target diálogos

REALIZAÇÃO

abrarec

LIFELONG LEARNING ESPM
THE MARKETING POWERHOUSE

UM CURSO PARA CADA MOMENTO
DA SUA CARREIRA

Dynamic • Pós-Graduação • Master • MBA
Mestrado • Mestrado Profissional • Doutorado
Doutorado Profissional • Leadership Academy

NA ESPM, VOCÊ NUNCA PARA DE SE DESENVOLVER.

É inevitável: quem vive o mercado de trabalho sabe que as transformações nunca vão parar e isso exige **profissionais sempre prontos** para encarar esses novos desafios. Pensando nisso, a ESPM trabalha o conceito de **Lifelong Learning**, **aprendizado durante toda a sua jornada profissional**, contando com uma ampla variedade de programas.

SAIBA MAIS:

ESPM

SUA CARREIRA
EM CONSTANTE
MOVIMENTO

PRÊMIO OUVIDORIAS BRASIL 2024

CASES FINALISTAS E HOMENAGEADOS

PATROCÍNIO

projuris

REALIZAÇÃO

abrarec

SOBRE O PRÊMIO OUVIDORIAS BRASIL 2024

As melhores práticas Ouvidoria/Ombudsman que contribuem para consolidar uma cultura de integridade e alavancar o processo de melhoria no relacionamento das organizações com os seus stakeholders.

O Prêmio Ouvidorias Brasil é concedido aos melhores cases inscritos e selecionados, das organizações públicas e privadas do Brasil e do exterior, independentemente de suas especificidades e características no que se refere à constituição e funcionamento de sua Ouvidoria/Ombudsman.

Seu propósito é reconhecer organizações e Ouvidores/Ombudsman que trabalham para fortalecer e expandir o instituto da Ouvidoria/Ombudsman no Brasil e no mundo.

PRÊMIO OUVIDORIAS BRASIL 2024

abrarec

HALL OF FAME
PRÊMIO OUVIDORIAS BRASIL 2024

O nosso HALL OF FAME é composto por todos os homenageados ilustres do Prêmio Ouvidorias Brasil 2024. Esses são os profissionais que estão fazendo história!

Adriana Eugênia Alvim
Presidente da ABO Nacional - Associação Brasileira de Ouvidores/ Ombudsman

Alessandra Camargos
Gerente de Normas e de Relacionamento - Diretoria de Sustentabilidade, Cidadania Financeira, Relações com o Consumidor e Autorregulação da Febraban

Hélio Celidonio
Ouvidor do Banco Central

PRÊMIO OUVIDORIAS BRASIL 2024

abrarec

FINALISTAS
DE MELHORES CASES
PRÊMIO OUVIDORIAS BRASIL 2024

Conheças as empresas e os cases que estão participando do Prêmio Ouvidorias Brasil 2024

AeC
Atento Brasil
Banco Bmg
Banco Bradesco
Banco BV
Banco do Nordeste do Brasil
Banrisul
Bradesco Seguros
Brasilprev
Brasilseg
Caixa Vida e Previdência
Cielo
CNP Seguradora
H. Costa
Omni
Ouvidoria da Cidade de Santo André
Paschoalotto
Petros
Previ
Recargapay
Sem Parar
Stone
TecBan
Tim
Unimed Curitiba
Unimed de Londrina

PRÊMIO OUVIDORIAS BRASIL 2024

abrarec

CASE FINALISTA

Relacionamento com Responsabilidade

Atenção e Cuidado: A Escuta Ativa da Ouvidoria em Movimento gerando impactos positivos para o negócio AeC

O case traz as ações desenvolvidas pela Ouvidoria da AeC frente aos desafios dos sites de João Pessoa (PB) e Juazeiro do Norte (CE). A partir do aumento dos chamados críticos nessas unidades em abril, maio, junho e julho, foi implementada a Ouvidoria em Movimento, que proporcionou o encontro da alta gestão, supervisores e atendentes com o Ouvidor e equipe, melhorando a comunicação e reduzindo em 15,1% os manifestos.

Cenário

A AeC está entre as cinco maiores empresas de Contact Center e BPO do País. Fundada em 1992, possui mais de 53 mil colaboradores em 20 unidades presentes em sete estados. São cerca de 29 mil Posições de Atendimento (PAs). A gestão de pessoas configura-se como um dos mais importantes pilares para o sucesso da empresa, que precisa redefinir estratégias com o aumento do quadro profissional e frente a mudanças de cenário.

Problema

Ao analisar os números de manifestos recebidos por sites em abril, maio, junho e julho, a Ouvidoria identificou um aumento significativo no volume de manifestos nas unidades de João Pessoa e Juazeiro do Norte. O principal motivo para registrar os manifestos: falta de comunicação. A maior parte deles foi referente à questões de 1) infraestrutura, 2) comportamento/ postura profissional e 3) planejamento.

Desafio

A Ouvidoria procurou priorizar o atendimento das demandas nessas unidades, antecipando visitas programadas aos sites. Assim, pode desenvolver a escuta ativa próxima e presencial, no intuito de explicar melhor seu papel, canais, processos e reforçar a cultura da AeC, visando maior interação e colaboração de todas as partes envolvidas. Esses foram os objetivos principais do projeto Ouvidoria em Movimento.

Solução

Foi elaborado um calendário de visitas aos sites para checagem dos processos e resultados, em conformidade com as boas práticas de Governança. A cada mês, os colaboradores participam de uma reunião estratégica, onde são levantados os pontos demandados. As informações coletadas são direcionadas às áreas envolvidas, a partir de encontros que colocam os colaboradores de frente para a equipe de Ouvidoria.

Metodologia Utilizada

A metodologia da Ouvidoria em Movimento envolveu três esferas da organização: a alta liderança da unidade, o(a) supervisor(a) da operação e o público de atendentes. Os encontros da Ouvidoria em Movimento foram realizados no final de julho e agosto, reunindo nos sites de Juazeiro do Norte e João Pessoa 100% das lideranças locais. Houve uma abordagem profunda e esclarecedora sobre o papel da Ouvidoria.

Resultados

Os manifestos críticos caíram 15,1% em ambos os sites de João Pessoa (reduzindo de 364 para 309 manifestos) e em Juazeiro do Norte (reduzindo de 509 para 432 manifestos), a partir das visitas guiadas pela Ouvidoria em Movimento. Ainda foi apurado o aumento em 46,1% do número de manifestos colaborativos no site de João Pessoa e 107,6% em Juazeiro do Norte. O projeto agregou conhecimento para 100% dos gestores.

PRÊMIO OUVIDORIAS BRASIL 2024

abrarec

CASE FINALISTA

ATENTO

Novo Modelo de Atuação com Ênfase na Agilidade e Eficiência nas Tratativas das Manifestações

A Ouvidoria Organizacional do Grupo Atento recebe e analisa cerca de 600 manifestações mensais de colaboradores, ex-colaboradores, fornecedores, clientes e comunidade. O novo modelo de atuação busca melhoria na tratativa das manifestações, focando na agilidade e eficiência da intermediação das Manifestações.

Cenário

A Atento é líder em Business Transformation Outsourcing (BTO), combinando tecnologia e atendimento humano para aprimorar a experiência do cliente. Com 10.000 horas de atendimento a cada 10 minutos, atuamos em 17 países com mais de 110 mil colaboradores. Nossa Ouvidoria Interna, gerida por uma equipe dedicada que se reporta à alta direção.

Problema

O canal da Ouvidoria enfrenta desafios de credibilidade junto aos seus colaboradores. Essa situação decorre da falta de agilidade na tratativa das manifestações, o que gerava a não adoção de medidas dentro do prazo adequado, resultando na perda da imediatidade para aplicação de medidas internas.

Desafio

Fortalecer a confiança dos manifestantes; Implementar ferramentas que torne a tratativa mais ágil; Reduzir SLA de Tratativa; Dimensionamento da equipe.

Solução

Revisão dos processos/modelo de atuação; Implementação de IA nas tratativas; Atualizações no sistema, alinhado ao novo modelo do Canal de Ouvidoria; Geração de indicadores via BI; Estabelecimento de SLA diferenciado por tipo de reclamação; Adoção de medidas corretivas mais eficazes; Melhoria da credibilidade do Canal de Ouvidoria.

Metodologia Utilizada

Mapeamento do modelo anteriormente praticado; Avaliação do perfil das manifestações; Avaliação da qualidade dos retornos via Agentes de Solução; Atualização e adequação do sistema de Gestão de Manifestação – ATA; Implementação da Inteligência Artificial; Estudo para o correto dimensionamento das Manifestações junto Time de Ouvidores.

Resultados

Como resultados das ações que foram e estão sendo implantadas temos: Report a alta direção da CIA; Manutenção da Segurança Psicológica em nossa CIA; Resgate da credibilidade do Canal; Aplicação de sanções disciplinares para os cargos de liderança; Substituições em situações que não cabem desenvolvimento.

PRÊMIO OUVIDORIAS BRASIL 2024

abrarec

CASE FINALISTA

Disruptindo o Setor Financeiro: A Inovação do Banco Bmg no Ecossistema do BCB

O projeto surge visando proporcionar ao cliente uma experiência de consumo aprimorada e consequentemente, melhorar os índices reputacionais da instituição. Os resultados obtidos contribuíram para o fortalecimento do posicionamento estratégico da área dentro e fora da instituição, além de promover uma mudança cultural positiva, com o cliente no centro de todas as suas estratégias.

Cenário

Inovar faz parte do DNA do banco que é pioneiro no consignado, democratizando acesso ao crédito com juros mais baixos. A Ouvidoria do Bmg está estruturada para atendimento dos clientes, com controle e mensuração de resultados de modo a atingir os propósitos do banco de qualidade e transparência nas relações de consumo. Cumprimos nosso papel de atendimentos e resoluções de conflitos, sempre atacando as causas raízes das reclamações.

Problema

Descentralização das dores dos clientes entre áreas de negócios e atendimento; Oportunidades nas regras do negócio que afetavam a satisfação do cliente; Alternativas mais sustentáveis para o negócio, alinhados com as melhores práticas; Revisitar processos e estratégias de atendimento para solução e prevenção de conflitos; Aprimoramento da comunicação entre áreas, com foco na centralização do cliente.

Desafio

Em meio as novas necessidades do cliente, percebemos a importância de fortalecer o relacionamento com o Banco Central do Brasil, trazendo a voz do regulador como acelerador de melhorias junto à liderança do Bmg. O objetivo era que o relacionamento extrapolasse o cumprimento de normas e que o Bmg pudesse sob a tutela e orientação do Orgão Regulador, identificar as dores dos clientes.

Solução

O projeto contou com quatro grandes pilares: Régua de Relacionamento, Empoderamento da Pauta de Clientes na Gestão Executiva, Projetos Agentes de Solução e Indicadores de Previsibilidade.

Metodologia Utilizada

A metodologia contou com acompanhamento de Indicadores de Previsibilidade que consistiu em monitorar métricas-chave para antecipar riscos e oportunidades. Isso nos permitiu ajustes rápidos, assegurando o cumprimento de prazos. Speech Analytics + VOC (Voz do Cliente), PMO – Acompanhamento das Ações e Dashboard e KPIs Mercado.

Resultados

Este case envolveu melhorias significativas no atendimento ao cliente, destacando principalmente a redução do Índice de Reclamações no BC. Saímos de 104,0 no 2724 para 32,01 de índice no 3724, redução de 69% no período. Evoluímos da 16º posição no Ranking do 2724, para 35º no 3724, comprovando uma maior eficiência nas respostas e na personalização dos serviços no aspecto do setor.

CASE FINALISTA

bradesco

Ouvidoria como Viabilizadora de Negócios Sustentáveis

Atualmente, o maior diferenciador entre as empresas é a qualidade do atendimento. Além disso, a concorrência acirrada nos impõe a constante busca por eficiência nos processos. Foi necessário que a Ouvidoria Bradesco se reinventasse para ser protagonista em um cenário tão desafiador.

Cenário

Em toda a sua história, o Bradesco esteve à frente de avanços relevantes para os clientes. O pioneirismo na criação do nosso SAC e da Ouvidoria são exemplos concretos disso. Foi tendo o cliente como grande direcionador que a Ouvidoria promoveu transformações e aprimoramentos importantes em toda a Instituição a partir de uma atuação "tradicional" pautada na causa raiz das reclamações e no acompanhamento das ações de melhoria das áreas gestoras.

Problema

Contudo, apesar da consistência dessa atuação, devido ao dinamismo do mercado e às necessidades dos clientes, novos produtos, processos e serviços surgem com uma frequência muito grande, o que, apesar de positivo, faz com que certos avanços percam sua eficácia ao longo do tempo e que certos problemas reapareçam.

Desafio

Nesse contexto, reafirmando a nossa postura e buscando a perenidade das nossas ações, a Ouvidoria precisou se reinventar para enfrentar os desafios atuais.

Solução

Foi nesse cenário que surgiu o modelo de atuação da Ouvidoria como viabilizadora de negócios sustentáveis.

Metodologia Utilizada

A partir da análise das reclamações de 2023 e 2024, selecionamos 20 temas de atuação para os quais designamos especialistas da Ouvidoria. Cada um deles passou a atuar in loco nas áreas responsáveis. Em pouco tempo, cada especialista já estava totalmente integrado com as áreas de atuação, acelerando os processos de diagnóstico e de proposição de melhorias. Em decorrência da sinergia criada, a Ouvidoria, por meio dos especialistas, passou a ser consultada na criação de novos produtos. Também conseguimos conectar os projetos com as áreas de desenvolvimento, garantindo a priorização das iniciativas e evitando reprogramações.

Resultados

Ao final do primeiro trimestre de trabalho, obtivemos queda de volume dos temas ofensores e, ao fim de doze meses, tivemos redução no volume total de reclamações em todos os canais de 21%, além de termos dobrado a nossa taxa de FCR – First Call Resolution, o que comprova o sucesso desse modelo de atuação.

PRÊMIO OUVIDORIAS BRASIL 2024

abrarec

CASE FINALISTA

Governança das Reclamações

Somos responsáveis pela governança das reclamações, promovendo melhoria contínua. Ao longo dos últimos 2 anos reduzimos as reclamações em 36,5%, aprimorando processos e elevando satisfação. Evolução que reflete o compromisso com a centralidade no cliente e eficiência dos processos, ajustando produtos e serviços, melhorando a jornada dos clientes.

Cenário
O Banco BV, um dos maiores bancos privados do Brasil oferece soluções inovadoras em conta, cartões, empréstimos, seguros e mais. Em um cenário de crescimento mantém seus clientes no centro do negócio e permanece gerando valor aos clientes, acionistas e para a sociedade.

Problema
A Ouvidoria iniciou o programa de Governança das Reclamações em 2019, atuando nas dores identificadas e melhorando as jornadas dos clientes utilizando a metodologia Lean Seis Sigma. Necessidade de avançar na agenda de centralidade do cliente, promovemos a cultura do cliente no centro, garantindo mais autonomia no tratamento das demandas e melhorias nos processos.

Desafio
O processo de Governança foi implantado em 2019, inicialmente visando disseminar a cultura do BV centrada no cliente e nas empresas prestadoras de serviço, e melhorar a jornada dos clientes, está em evolução desde então, atingindo em 2024 maturidade e resultados sólidos, gerando insumos para o processo de melhoria contínua, sendo propulsor de adequações nos processos.

Solução
Atuação de times multidisciplinares para melhorias nos processos, adequação nas esteiras de tratamento e atendimento, assim como monitoramento das reclamações em tempo real, inclusive para a alta liderança fortaleceram a frente de trabalho, a adequação para redução das dores foram priorizadas, o que nos permitiu avançar de forma expressiva nessa frente.

Metodologia Utilizada
As etapas do processo de Governança foram adaptadas ao longo do ano para aprimorar produtos, serviços e processos, usando a metodologia Lean Seis Sigma, com ferramenta DMAIC, Inteligência artificial e metodologia de squads. A sinergia com os times de Melhoria Contínua, atendimento e áreas cross, permitiu identificar problemas e implementar melhorias, focando na qualidade e eficiência.

Resultados
A adequação dos processos ao longo do tempo, contribuiu para redução de entrada de reclamações, melhora no indicador de qualidade que é utilizados para medir a experiência do cliente (NPS), melhora na fidelização, e redução de entradas de ações cíveis. Ao longo dos últimos 2 anos, reduzimos em 36% o volume de reclamações.

CASE FINALISTA

Banco do Nordeste

Ferramenta de Governança Corporativa voltada a melhoria de Processos e Serviços (PDM)

Os bancos enfrentam desafios para elevar a liquidez e a capitalização, e ambiente regulatório rigoroso. O Banco do Nordeste (BNB) buscou melhorar a eficiência operacional, com a criação da ferramenta PDM, que reduziu as manifestações sobre o mesmo tema e melhorando o desempenho da instituição.

Cenário

No Brasil, o mercado bancário é concentrado nos cinco maiores Bancos. Elevar a liquidez e a capitalização, além do ambiente regulatório rigoroso são os desafios do setor. O Banco do Nordeste (BNB) se destaca no desenvolvimento regional. A Ouvidoria do BNB atua na mediação de conflitos e melhoria contínua.

Problema

O principal problema identificado foi a necessidade de melhorar a eficiência operacional e a qualidade dos serviços do Banco do Nordeste. A falta de um sistema estruturado para melhorias causava lentidão e burocracia, impactando negativamente na satisfação dos clientes e na competitividade.

Desafio

O desafio foi criar e implementar sistema para identificar oportunidades de melhoria nos processos, produtos e serviços Banco do Nordeste, a partir da recepção de manifestações da sociedade. O sistema deveria gerar propostas e avaliações de melhorias de forma eficiente e rápida, além de possibilitar o monitoramento das mudanças.

Solução

A solução adotada foi a criação da PDM, que inclui a proposição, avaliação, implementação e monitoramento de melhorias com base nas manifestações da sociedade. Em 2024, foram implementadas 27 PDMs, resultando em uma redução de 84% nas demandas sobre os temas abordados.

Metodologia Utilizada

A Ouvidoria criou normativos para formalização das PDMs como ferramenta de Governança. O fluxo das PDMs é controlado por planilhas e por sistema de correspondências do BNB. A metodologia envolve identificação, emissão, proposição, avaliação, implementação e monitoramento das melhorias.

Resultados

A utilização das PDMs no Banco do Nordeste atendeu aos desafios, reduzindo reclamações em 83% nos casos abordados. A Ouvidoria, formaliza e monitora as PDMs, promovendo inovação e integração. As melhorias resultaram em maior eficiência e qualidade dos serviços oferecidos à sociedade.

CASE FINALISTA

banrisul

Gestão de clientes vulneráveis: as boas práticas implementadas pela Ouvidoria da Banrisul

Diante da necessidade de prever mecanismos de proteção dos clientes vulneráveis, a Ouvidoria deliberou por implementar boas práticas a fim de atender esse público de forma prioritária e diferenciada, as quais se mostraram eficazes para propiciar tratamento acolhedor e personalizado a esse público.

Cenário

O Banrisul é um banco múltiplo que tem como missão promover o desenvolvimento econômico e social do Rio Grande do Sul e que atende pessoas físicas e jurídicas de todos os segmentos oferecendo ampla variedade de produtos e serviços financeiros.

Problema

Para proporcionar tratamento diferenciado e prioritário ao público vulnerável, era imperioso que a Ouvidoria revisitasse seus fluxos de trabalho e identificasse esses clientes. Outrossim, ao estabelecer um tratamento diferenciado para esse público, a Ouvidoria poderia estar deixando de tratar de forma equânime todos os seus clientes.

Desafio

Os principais obstáculos enfrentados foram tratar as demandas, buscar solução diferenciada e enviar a resposta ao ciente em um prazo menor, conscientizar as demais áreas da instituição e lidar com os fluxos definidos/normatizados que devem ser observados em relação a produtos e serviços.

Solução

A solução consistiu na implantação de melhorias permanentes: a antecipação do prazo de vencimento em um dia útil das demandas registradas no canal Ouvidoria por clientes classificados nos níveis mais altos de vulnerabilidade e a criação de célula especializada para busca de solução diferenciada para clientes classificados no nível altíssimo.

Metodologia Utilizada

A metodologia baseou-se na identificação dos vulneráveis, na antecipação do prazo das demandas, na criação de célula especializada, na capacitação de empregado, na análise da nota atribuída pelo cliente de vulnerabilidade altíssima quando da pesquisa, e na verificação, para os protocolos com notas baixas, se os procedimentos foram adequados.

Resultados

As boas práticas realizas pela Ouvidoria foram eficazes para criar tratamento prioritário e diferenciado ao público vulnerável. O prazo médio de resposta das demandas dos clientes vulneráveis enquadrados nos níveis mais altos foi inferior ao prazo médio das demais demandas, e a revisão não identificou necessidade de reparar as respostas da célula.

PRÊMIO OUVIDORIAS BRASIL 2024

abrarec

CASE FINALISTA

bradesco seguros

CSAT - A Experiência que Marca

A Ouvidoria da Bradesco Seguros, baseada em transparência, agilidade e responsabilidade, atua há mais de 20 anos na mediação de conflitos e defesa dos direitos dos consumidores. Busca continuamente melhorar processos e estrutura para atender às mudanças nas necessidades dos clientes, visando a sua satisfação e fidelização.

Cenário

Embalado por um crescimento de 11% comparado ao período anterior, as expectativas para o futuro do mercado segurador incluem avanços tecnológicos, soluções digitais, acessibilidade, segurança da informação e customização de produtos. No cenário atual, a experiência do cliente é essencial, tornando ferramentas como o CSAT indispensáveis para garantir as melhores escolhas.

Problema

A globalização e os avanços tecnológicos mudaram o perfil dos consumidores, tornando-os mais exigentes e conscientes dos seus direitos. Em um mercado competitivo, a personalização e a agilidade são essenciais. Métricas de CX são fundamentais para avaliar a satisfação do cliente e melhorar a experiência. Investir na experiência do cliente e ser transparente sobre suas percepções é crucial para atraí-los e fidelizá-los.

Desafio

Reavaliamos nossos processos internos, focando além das nossas "construções". Em 2022, reestruturamos nossa Ouvidoria com foco na experiência do cliente, introduzindo novos treinamentos e parcerias, como com o Instituto Cliente Feliz. Em 2023, investimos em tecnologia para apoiar essa estruturação. Reavaliamos processos internos, focando na visão do cliente para evoluir a percepção e sentimento dos clientes sobre a experiência com nossa empresa e canal.

Solução

A satisfação do cliente é crucial para prevenir churns e melhorar serviços. O CSAT, introduzido em março de 2024, permite ouvir o cliente e identificar pontos de insatisfação. Combinado com o NPS, que mede a lealdade, o CSAT enriquece a gestão da experiência do cliente, fornecendo relatórios detalhados e permitindo uma estratégia mais eficiente e melhores resultados.

Metodologia Utilizada

Para reestruturar tecnologicamente a Ouvidoria e criar um modelo de operação eficaz, focamos no "Clientecentrismo". Todas as ações são centradas no cliente, desde a concepção de projetos até o atendimento. Combinamos CSAT e NPS na URA, associando respostas dos clientes aos registros de workflow. Relatórios periódicos analisam a satisfação do cliente e orientam planos de ação para melhorias.

Resultados

A nova métrica permitiu à Ouvidoria analisar insumos para ações futuras em todas as frentes. O CSAT é só o primeiro passo; é crucial analisar os dados coletados para identificar pontos de contato e falhas. Dados são discutidos em fóruns e comitês para melhorar continuamente. A combinação de CSAT e NPS, junto com monitorias de qualidade, resultou em uma avaliação média de satisfação de 9,5 em 2024. Adaptar-se às mudanças e atentar às necessidades é essencial para garantir a excelência.

PRÊMIO OUVIDORIAS BRASIL 2024

abrarec

CASE FINALISTA

BRASILPREV

Diversidade: Personalizando a Jornada de Clientes por meio de Relações Inclusivas

O projeto “Diversidade: Personalizando a Jornada de Clientes por meio de Relações Inclusivas” amplia a acessibilidade para pessoas com deficiência auditiva, promovendo capacitação em Libras e tecnologias assistivas. A Ouvidoria inova por meio de uma visão corporativa ESG, reverberando a voz dos clientes e fortalecendo relações inclusivas alinhadas à boa governança.

Cenário

Brasilprev, líder em previdência privada, atende mais de 2,6 milhões de clientes e gerência R$ 430 bilhões em ativos. Com 5% da população brasileira tendo deficiência auditiva, foca na inclusão e acessibilidade, alinhada ao compromisso de gerar valor para a sociedade promovendo iniciativas que contribuam para o desenvolvimento sustentável das pessoas e do país.

Problema

A inclusão de pessoas surdas no atendimento ao cliente ainda enfrenta desafios de comunicação e escassez de profissionais capacitados. Comprometida com a responsabilidade social, a Brasilprev atua para superar essas barreiras, promovendo a acessibilidade e assegurando um atendimento qualificado e sensível às necessidades dos clientes com deficiência auditiva.

Desafio

O projeto enfrenta desafios como barreiras de comunicação, necessidades de tecnologias assistivas, capacitação de profissionais e adaptação de espaços. Promover a inclusão e desconstruir preconceitos são essenciais para criar um ambiente acolhedor e acessível para pessoas com deficiência auditiva, fortalecendo a equidade e a sincronia de todas as áreas corporativas.

Solução

A Ouvidoria criou um projeto inclusivo com diversas áreas internas com ênfase na diversidade e inclusão identificada. Com o objetivo de promover mudanças transformadoras, a iniciativa inspira boas práticas e fortalece relacionamentos por meio de acolhimento e uma escuta ativa, reafirmando o compromisso genuíno com a humanização e personificação dos atendimentos.

Metodologia Utilizada

O projeto foi estruturado em três etapas: diagnóstico e planejamento, conscientização de líderes, mapeamento da jornada atual versus desejada e inovação em tecnologia. Inclui capacitação em Libras, aprimoramento no sistema de atendimento e implantação de tecnologias assistivas assegurando um atendimento inclusivo, acessível e personalizado.

Resultados

O projeto gerou impactos positivos, aumentando eficiência do atendimento e promovendo mudanças culturais. A nova plataforma em Libras beneficiou 66 atendimentos em 4 meses, além de tornar eventos e mídias públicas mais acessíveis. A capacitação em libras e parcerias institucionais reforçam o compromisso com a inclusão e responsabilidade social.

PRÊMIO OUVIDORIAS BRASIL 2024

abrarec

CASE FINALISTA

BRASILSEG

Criticidade Ouvidoria - Atendimento personalizado Central Ouvidoria que transformam cada interação em uma experiência memorável

A Ouvidoria busca aprimorar processos e atendimento ao cliente, usando manifestações para corrigir falhas e inovar. Análises mostraram que a Central 0800 liderava em reclamações, especialmente sobre Assistências Técnicas. Isso levou à criação de uma Célula Personalizada de Criticidade para otimizar o atendimento e reduzir queixas.

Cenário
O mercado de seguros no Brasil é essencial e cresce com as mudanças tecnológicas e regulatórias. A Brasilseg, da BB Seguros, atua nos segmentos Rural, Vida, Prestamista, Massificados e Habitacional. Líder nos ramos em que opera, tem o propósito de simplificar, proteger e encantar, garantindo segurança e inovação aos seus clientes.

Problema
A Central 0800 registrava cerca de 300 reclamações mensais, principalmente sobre assistências residenciais, atrasos e visitas não cumpridas, impactando outros canais. Antes do projeto, 1 em cada 2 ligações virava reclamação; após a implantação, a taxa caiu para 1 a cada 9 ligações, melhorando a satisfação dos clientes.

Desafio
São 901 - Média de Reclamações na Ouvidoria antes da implantação do projeto; 315 - Média de Reclamações sobre Assistências Residenciais; 33% - Representatividade das Reclamações sobre Assistências anteriores ao projeto.

Solução
Lançamos o Projeto Criticidade Ouvidoria, permitindo que clientes com problemas em Assistência Técnica tenham suas ligações direcionadas a uma célula especializada. Essa equipe oferece suporte imediato e acompanha a solução, com gestão compartilhada entre as empresas, garantindo uma experiência memorável, empática e transformadora.

Metodologia Utilizada
Ao contatar a Ouvidoria sobre Assistência Técnica, o cliente pode optar por uma célula especializada do prestador, que oferece suporte imediato e acompanha a solução. O atendente esclarece dúvidas, agenda serviços e monitora o caso. Foram realizados estudos sobre satisfação, sugestões de melhoria e impacto na redução de reclamações.

Resultados
Com o projeto, as reclamações na Central 0800 da Ouvidoria caíram 85%, e assistência técnica deixou de ser o principal motivo. Antes, 1 em cada 2 ligações virava reclamação; agora, apenas 1 a cada 9. As ações implementadas atenderam às necessidades dos clientes, reforçando o compromisso com experiências ágeis e personalizadas.

CASE FINALISTA

CAIXA Vida e Previdência

Projeto Tempo Ágil: Atendimento Ágil e Resolutivo na Ouvidoria

O projeto "Tempo Ágil" da Caixa Vida e Previdência otimizou o atendimento da Ouvidoria com foco em celeridade e resolutividade. Com novas esteiras de atendimento (FCR e STR) e integração tecnológica, a empresa aumentou a eficiência, resolvendo 48,6% das demandas em até 24 horas em 2024, fortalecendo a confiança dos clientes.

Cenário

A Caixa Vida e Previdência é referência no setor de seguros, unindo tradição e inovação para proteger milhões de brasileiros. Com ampla capilaridade, sólida governança e uma Ouvidoria ética, oferece segurança e confiança. Líder em proximidade, impacta vidas e reforça seu compromisso com um futuro mais seguro e inclusivo.

Problema

Este case da Ouvidoria da Caixa Vida e Previdência visou superar oportunidades na falta de indicadores de celeridade e autonomia técnica dos atendentes. Focado na resolutividade e confiança do cliente, busca corrigir jornadas negativas, evitando judicializações e alinhando-se às expectativas de um atendimento ágil e eficaz.

Desafio

A implementação enfrentou desafios como capacitar atendentes para maior autonomia técnica, atender às demandas de consumidores modernos por rapidez e eficiência, integrar tecnologias sem interrupções e manter a qualidade do atendimento.

Solução

O projeto "Tempo Ágil" implementou duas esteiras inovadoras, FCR e STR, para garantir soluções rápidas e eficazes em problemas complexos, reforçando o compromisso com a excelência. A ação contribuiu com o motor de inovação contínua, focada na experiência do cliente, criando processos ágeis e encantadores.

Metodologia Utilizada

Utilizamos a metodologia DMAIC para mapear, ajustar e otimizar o atendimento. A implantação incluiu treinamento contínuo, atualizações no CRM com visão 360º e uso do sistema de informação e conteúdo imediato para suporte. Em maio de 2024, iniciou operações com auditorias e todas as esteiras atuantes para personalizar soluções rápidas e eficazes.

Resultados

A implementação gerou resultados significativos: empoderamento da equipe, que solucionou 48,6% das demandas em menos de 24h de maio a outubro de 2024, reduzindo o TMR e melhorando a resolutividade. Houve economia financeira e queda nas desconformidades graças ao monitoramento contínuo e maturidade operacional.

PRÊMIO OUVIDORIAS BRASIL 2024

abrarec

CASE FINALISTA

cielo

"END TO END" – Ouvidoria na Eficiência de Atendimento ao Cliente e na Estratégia de Reconquista

A fidelização e a manutenção de clientes satisfeitos são desafios constantes. Gerenciar de forma eficaz quem mais interage, bem como buscar estratégias para reverter a perda de clientes se torna um diferencial para a sustentabilidade do negócio.

Cenário

A Cielo é uma empresa de tecnologia e inovação que atua como instituição de pagamento regulada pelo Banco Central do Brasil, com o propósito de simplificar e impulsionar negócios para todos. Sua Ouvidoria é imparcial. Atua como embaixadora do cliente, sensibilizando a alta liderança sobre suas necessidades e desejos.

Problema

É crucial aprimorar o atendimento e reter clientes para a sustentabilidade das empresas. Os Frequent Callers indicam insatisfações, exigindo análise cuidadosa. A perda de clientes representa oportunidade de reconquista com atendimento personalizado. Sendo assim fomos em busca de oportunidades de reconquistar clientes insatisfeitos, visando reduzir o Churn e o Frequent Callers.

Desafio

Nesse contexto, reafirmando a nossa O desafio é encantar os clientes desde a 1ª instância para evitar acionar a Ouvidoria e reduzir os Frequent Callers. E quando já na Ouvidoria o desafio foi capacitar os Ouvidores para reconquistar clientes insatisfeitos, dado a complexidade que vai além do escopo da Ouvidoria, exigindo preparo especial e automações para consistência das ações.

Solução

Foi nesse cenário que surgiu o modelo de atuação da Ouvidoria como viabilizadora de negócios sustentáveis.

Metodologia Utilizada

No Frequent Callers, utilizamos o Scrum, um framework ágil baseado em ciclos de trabalho chamados de "sprints" e o PDCA, composto por ciclos de melhorias contínuas (planejar, fazer, verificar e agir. No Reconquista a metodologia utilizada foi a Lean Six Sigma passando por todas as etapas de mapeamento (Definir, medir, analisar, melhorar e controlar).

Resultados

Frequent Callers, os resultados foram: Redução 38% contatos antes da Ouvidoria; Evolução 7 pontos no NPS da Ouvidoria; Redução 44% no principal motivo de reclamação; Manutenção de faturamento médio anual acima de R$ 50 milhões.
Projeto Reconquista: Piloto: Ganho de faturamento de 917Mil; Produção: Ganho de faturamento de 1.198Milhões; Total: 2.116 Milhões.

CASE FINALISTA

Educação para o Bem: A Informação como ferramenta de Proteção e Segurança

Conhecimento em si é poder", como disse Francis Bacon, reflete a ideia de que informação e sabedoria transformam realidades e a sociedade. O projeto "Educar para o Bem" visa promover valores, virtudes e princípios que exaltam a dignidade humana, estimulando o indivíduo no entendimento dos seus direitos, deveres e a confiança na liberdade de escolha.

Cenário

A CNP Seguradora, parte do grupo francês CNP Assurances, nasceu em 2023 com a missão de transformar o modo como os brasileiros se relacionam com seguros, pois entende que cada ser humano é único! Com mais de 170 anos de experiência na Europa e 20 anos no Brasil, a empresa une a tradição da CNP Assurances ao conhecimento do mercado brasileiro.

Problema

A Ouvidoria da CNP Seguradora considera a proteção uma missão séria e acredita que a informação é uma ferramenta poderosa de educação e proteção para cidadãos e consumidores. Analisando estudos nacionais e internacionais, identificamos que a falta de educação financeira e acesso à informação leva à decisões inadequadas e desconfiança no mercado.

Desafio

Considerando os anseios da Ouvidoria de contribuir com a disseminação de informações relevantes, o desafio percorrido foi ofertar proteção aos cidadãos e consumidores, transformando informações em conhecimento sobre direitos, promovendo educação, conscientização e liberdade de escolha de produtos e serviços.

Solução

A Ouvidoria, em parceria com as equipes de comunicação da CNP Seguradora, criou comunicações periódicas sobre Direito do Consumidor e Educação Financeira. As internas eram quinzenais, via "Momento Consumidor", e as externas, semanais no Instagram. Além disso, a equipe de Ouvidoria passou por treinamento sobre consumidores hipervulneráveis e como atuar no atendimento desses casos.

Metodologia Utilizada

Utilizou-se as metodologias Design Thinking, focada no ser humano e na colaboração para criar soluções inovadoras, e ADDIE, que orientou o desenvolvimento de conteúdos educativos. Assim, surgiu o projeto "Educação para o Bem", que tem como objetivo disseminar conhecimento sobre Direito do Consumidor e Educação Financeira.

Resultados

Os resultados foram excelentes: 7 edições na coluna "Momento Consumidor", com mais de 300 visualizações e diversas interações de colaboradores. Nas redes sociais, foram 21 postagens, impactando mais de 6 mil contas pelo feed e stories. Também cuidamos de mais de 1.000 clientes hipervulneráveis, com tempo de resposta reduzido e feedbacks positivos desses clientes.

CASE FINALISTA

hcosta

Canal de Atendimento - Alô HCosta
Internalização da Gamificação como Estratégia Preventiva na Ouvidoria da HCosta para Promover a Integridade, a Transparência e a Sustentabilidade nos Negócios

Este case destaca o papel preventivo da Ouvidoria da HCosta por meio da implementação de uma gamificação na plataforma 2CLIX, integrada às operações. A solução permitiu a antecipação de tensões a partir da análise de manifestações dos stakeholders. Como resultado, houve redução da reincidência, além de maior engajamento e satisfação com o canal.

Cenário
A HCosta reconheceu que a reputação de um escritório com Ouvidoria poderia ser um diferencial estratégico e preventivo na mediação de processos de negócios. A partir disso, o canal "Alô HCosta", implementado como uma extensão de sua cultura interna, consolidou-se como uma ferramenta essencial para fortalecer a comunicação e a resolução de demandas originadas pelas empresas contratantes.

Problema
A HCosta, por meio de sua Ouvidoria, observou que, mesmo com as tratativas contínuas no canal de atendimento, ainda existiam manifestações recorrentes. As principais demandas, originadas dos clientes, apontavam para oportunidades de melhoria nos processos operacionais, destacando um aspecto que requeria atenção estratégica.

Desafio
Manter o equilíbrio entre a competitividade e a qualidade no atendimento. A gamificação pode incentivar os colaboradores a se engajarem mais e buscarem resultados rápidos, mas, ao mesmo tempo, pode gerar pressão excessiva ou foco em métricas de desempenho que podem não refletir a verdadeira satisfação do cliente.

Solução
A HCosta introduziu uma estratégia de gamificação na plataforma 2CLIX, amplamente utilizada para treinamentos operacionais. Dessa iniciativa, criou-se a "Trilha da Ouvidoria", que integra pílulas de vídeo, quizzes temáticos e um sistema de pontuação com rankings, visando capacitar e aprimorar o desempenho do público interno em suas interações com os stakeholders.

Metodologia Utilizada
A gamificação foi sustentada por uma metodologia de e-learning, que democratizou o acesso à informação e capacitou os colaboradores. Realizou-se um Mapeamento das Áreas Críticas e Matriz de Riscos, identificando gargalos operacionais, classificando riscos e planejando intervenções estratégicas.

Resultados
A "Trilha da Ouvidoria" trouxe resultados expressivos: redução de 59% no tempo médio de resolução de demandas, aumento de 35,3% na confiança no canal da Ouvidoria e queda de 34% no volume de manifestações. Além disso, houve um engajamento interno de 35% e melhoria de 20% na qualidade geral, refletindo melhorias abrangentes na experiência do cliente.

CASE FINALISTA

Cultura Omni e Ouvidoria: Elevando a Experiência do Cliente

O case Cultura Omni e Ouvidoria: Elevando a Experiência do Cliente otimizou os canais de atendimento por meio de reestruturação de processos, capacitação e atendimento proativo. Com isso, alcançamos 4.7 na satisfação da Ouvidoria, reduzimos audiências no PROCON passaram a representar 7% no total de Cip´s, índice de solução no Consumidor.gov acima de 90%, e saímos do ranking do Bacen em três trimestres de 2024.

Cenário
A evolução da experiência do cliente tornou-se essencial para fortalecer a confiança e melhorar a reputação da Omni. Diante disso, buscamos aprimorar a performance nos canais de atendimento regulatórios, garantindo soluções ágeis, maior transparência e redução de reclamações por meio de processos mais eficientes e personalizados.

Problema
A falta de padronização no atendimento e a necessidade de mais transparência impactavam a resolução de demandas nos canais de Ouvidoria, Bacen e Consumidor.gov. Baixos índices de satisfação e desafios na comunicação comprometiam a experiência do cliente. Era essencial otimizar processos, reduzir reclamações recorrentes e garantir respostas mais ágeis e eficazes.

Desafio
O maior desafio foi elevar a experiência do cliente, aumentando a satisfação e otimizando a gestão de reclamações. Buscávamos reduzir audiências no PROCON, elevar a solução no Consumidor.gov, aprimorar a transparência no Bacen e aumentar a satisfação da Ouvidoria. Além disso, queríamos ser referência no setor, impulsionar o autoatendimento e unificar a jornada do cliente Omni&Co.

Solução
Implementamos um atendimento contínuo e personalizado, com investimento em capacitação por meio da Omni Universidade, cursos externos e participação em fóruns e congressos. Reformulamos processos, aprimoramos a comunicação nos canais regulatórios e utilizamos dados para tornar as respostas mais claras e resolutivas, garantindo mais eficiência e melhor experiência ao cliente.

Metodologia Utilizada
Aliado à cultura Omni, aprimoramos processos com análise de dados, feedbacks e boas práticas de Customer Experience. Implementamos treinamentos contínuos e engajamos áreas de apoio como facilitadoras. A Matriz do Cliente e o comitê Voz do Cliente, formado pela Alta Administração do Conglomerado Omni, garantem monitoramento ágil. Também revisamos respostas para mais clareza e transparência.

Resultados
Os avanços foram significativos: satisfação na Ouvidoria atingiu 4.7, audiências no PROCON passaram a representar 7% no total de Cip´s, índice de solução no Consumidor.gov subiu acima de 90% e, no Bacen, aprimoramos a comunicação e saímos do ranking em três trimestres de 2024. O investimento em capacitação consolidou a excelência no atendimento e a confiança dos clientes.

CASE FINALISTA

OUVIDORIA DA CIDADE
SANTO ANDRÉ

25 Anos de um Modelo Singular

Sensível a necessidade de aperfeiçoar os serviços públicos, bem como tornar transparentes as relações entre o poder público e a população, a Prefeitura de Santo André apresentou a Câmara Municipal um projeto de Lei para a criação da Ouvidoria da Cidade como órgão independente e autônomo a todos os poderes constituídos, resultando na Lei 7.877/99.

Cenário
Na administração pública brasileira, poucas eram as experiências de instituições que atuavam em prol dos munícipes usuários dos serviços públicos, com a indispensável independência e autonomia. A administração pública ainda leva vantagem do monopólio na prestação de alguns serviços públicos, causando incomodo ao cidadão.

Problema
Na época, era clara a intenção de defesa de um Estado Forte, em oposição à tese de Estado Mínimo. Essa defesa precisava estar acompanhada da ação do Estado, para prestar mais serviços públicos de qualidade, de forma eficiente e eficaz, que estabelecesse fluxos de trabalho entre a Ouvidoria e a Administração garantindo os pilares de atuação.

Desafio
O grande desafio foi demonstrar para a sociedade andreense que, a Ouvidoria da Cidade de Santo André seria um órgão independente da Prefeitura, sem qualquer subordinação ou interesse por parte poder Executivo Municipal, onde o Ouvidor seria eleito por um colegiado formado por representantes das mais diversas entidades da sociedade civil organizada.

Solução
A Lei de criação da Ouvidoria estabeleceu um Colegiado composto por 17 entidades da sociedade civil, que assumiu as atribuições de organizar e conduzir o processo eleitoral para a escolha do Ouvidor, bem como de acompanhar e fiscalizar sua atuação. O Executivo indicou um Gestor Geral para acompanhar as relações da Ouvidoria com as diversas áreas.

Metodologia Utilizada
O Governo elaborou uma estrutura básica do projeto, inspirado em experiências internacionais, como da Argentina, Nova Zelândia e Canadá, visto que as nacionais preexistentes eram de Ouvidorias vinculadas ao Executivo, característica esta, descartada desde a concepção do projeto, que foi apreciado e aprovado por unanimidade na Câmara de Vereadores.

Resultados
Passados 25 anos de história, a Ouvidoria da Cidade de Santo André mantém vivo o legado de ser uma referência nacional de protagonismo e inovação em seu modelo de atuação, esse reconhecido pelo cidadão andreense. Sendo a única Ouvidoria do País com modelo eletivo para a escolha do Ouvidor, e a mais antiga do Brasil em funcionamento contínuo.

PRÊMIO OUVIDORIAS BRASIL 2024

abrarec

CASE FINALISTA

Paschoalotto

A Arte de Investigar: Da Escuta à Solução. O poder transformador da Ouvidoria

Em um cenário de mudanças intensas, a Ouvidoria se conecta às diretrizes organizacionais para impulsionar resiliência e sustentabilidade. Diante dos desafios do mundo VUCA e BANI, a Ouvidoria da Paschoalotto se destacou pela inovação e aprimoramento contínuo de suas práticas, fortalecendo a governança, a segurança psicológica e a integridade organizacional.

Cenário

O cenário atual exige adaptação ágil, transparência e um olhar estratégico para fortalecer relações, garantir um ambiente saudável e consolidar boas práticas alinhadas à governança corporativa.

Problema

A necessidade de aprimorar o processo investigativo, reduzindo inconclusões, garantindo imparcialidade e tornando a atuação da Ouvidoria mais ágil e estratégica, fortalecendo a cultura organizacional.

Desafio

Garantir a eficiência da Ouvidoria na identificação, investigação e resolução de denúncias e reclamações, assegurando um ambiente ético e confiável, prevenindo impactos negativos e promovendo a valorização das pessoas.

Solução

Implementação de metodologias estruturadas como os 5 Porquês, Diagrama de Ishikawa e Matriz GUT, além do fortalecimento dos Comitês de Governança, aprimoramento do Processo de Investigação e criação do Grupo Solucionador.

Metodologia Utilizada

Utilização de auditorias, análise de feedbacks, pesquisas de clima, entrevistas, monitoramento contínuo e atuação sinérgica com Compliance, Jurídico e RH, garantindo um processo robusto e criterioso.

Resultados

O aprimoramento resultou em aumento da efetividade das investigações em 140%, crescimento na satisfação dos usuários de 77% para 85% e maior eficiência na resolução de problemas, consolidando a Ouvidoria como peça-chave na governança corporativa.

CASE FINALISTA

PETROS

Ouvidoria e a Promoção da Integridade: Petros na vanguarda do combate e prevenção aos assédios

A Petros criou o Comitê de Prevenção e Enfrentamento do Assédio Moral, do Assédio Sexual e da Discriminação (COMPREV) e implementou importantes iniciativas, como a criação da Política de Proteção ao Denunciante e Não Retaliação; a criação da Política de Prevenção e Enfrentamento ao Assédio Moral, ao Assédio Sexual e à Discriminação; e promoveu o letramento dos empregados e gestores sobre os temas, reduzindo as denúncias de possíveis assédios.

Cenário

Em 2024 a gestão da Petros avançou nas frentes de governança, investimentos, administrativa e previdenciária, com projetos que vão preparar a Fundação para os desafios futuros de longo prazo. A transparência foi fortalecida e os processos internos aprimorados, para que os serviços prestados aos participantes sejam mais ágeis e eficientes.

Problema

Com a implementação da nova governança no tratamento de denúncias, era preciso atuar em conscientização e educação sobre os temas de assédio moral, assédio sexual e discriminação, através de ações preditivas para mitigar os riscos e proteger o ambiente de trabalho de qualquer irregularidade.

Desafio

Em 2023, a nova gestão da Petros determinou que a Ouvidoria conduzisse a criação de um Comitê responsável pela prevenção e conscientização quanto aos assédios, discriminação e todo tipo de violência no trabalho que poderiam impactar no clima e na saúde dos empregados, com o objetivo de consolidar e garantir prioridade nas ações preditivas.

Solução

Prevenção: Prevenir casos de assédio moral, assédio sexual e discriminação na organização. Educação: Promover a conscientização e a educação sobre os temas de assédio moral, assédio sexual e discriminação e Enfrentamento: Proporcionar condições para lidar com denúncias de assédio moral, assédio sexual e discriminação.

Metodologia Utilizada

Diagnóstico; Criação do Comitê; Criação de Políticas; Letramento da Instituição; e Avaliação do impacto no Canal de Denúncia.

Resultados

Adesão ao selo “Aqui Não!” da ABO, a redução do registro de possíveis casos de assédio no Canal de Denúncia e a última denúncia de tema relacionado a assédio em agosto/24, demonstrando a efetividade das atividades conduzidas pelo Comitê de Prevenção e Enfrentamento ao Assédio Moral, Sexual e Discriminação da Petros.

CASE FINALISTA

Previ

Ouvidoria como Gestora de Mudanças: O Projeto de Otimização da Caixa de Mensagens Institucional

A identificação de mensagens represadas na Caixa de E-mails Institucional, consequentemente causando demora no atendimento, levou à mobilização de atores institucionais sob a coordenação da Ouvidoria. Com os valores de Adaptabilidade, Espírito de Equipe, Associadocentrismo e Ousadia Positiva, o processo foi otimizado, resultando em respostas rápidas e maior satisfação dos associados.

Cenário

A Previ, maior EFPC do Brasil, fundada em 1904, administra mais de R$ 288 bilhões em quatro planos de benefícios. Com mais de 200 mil participantes, destaca-se pela solidez e missão de garantir benefícios de forma segura e sustentável. A Ouvidoria, criada em 2015, atua de forma independente, com mediação de conflitos e proposição de melhorias em processos.

Problema

A Ouvidoria recebeu muitas reclamações sobre a demora nas respostas aos e-mails do Portal "Fale Conosco". Identificou-se represamento de mensagens devido a fatores como aumento do uso do canal pós-pandemia e necessidade de redimensionamento da equipe. Consequências incluíram insatisfação dos associados, risco reputacional e aumento de horas extras.

Desafio

Nesse contexto, reafirmando a nossa Identificado o problema, após deliberação pela alta administração, a Ouvidoria passa a ser coordenadora de projeto para Otimização da Caixa de Mensagens Institucional, com o desafio de, em pouco tempo, reduzir o tempo de resposta, aumentar a satisfação dos associados e buscar melhorias perenes para que o problema não voltasse a acontecer.

Solução

Em 35 dias úteis, sob a coordenação da Ouvidoria, foram identificadas 14 melhorias para o processo de atendimento, nas dimensões Pessoas, Processos e Tecnologia. Dessas, 9 melhorias foram implantadas. Como consequência, houve otimização da caixa de mensagens institucional com solução de respostas no mesmo dia de chegada das demandas.

Metodologia Utilizada

A Otimização da Caixa de Mensagens Institucional seguiu um plano de ação com etapas como mobilização de equipe dinâmica, reuniões periódicas, benchmarking externo, reports semanais, deliberação e implantação de melhorias, nas dimensões processos, pessoas e tecnologia, culminando na criação de força-tarefa e apresentação de resultados à Diretoria Executiva e ao Conselho Deliberativo.

Resultados

Em 35 dias úteis, as respostas aos e-mails passaram de, no mínimo, 25 dias para o mesmo dia (D+0). Foram identificadas 14 e implantadas 9, nas dimensões de Pessoas, Processos e Tecnologia. As reclamações caíram a zero, refletindo a satisfação dos associados. O projeto reforçou a cultura organizacional e melhorou a qualidade de vida dos funcionários, mitigando riscos e fortalecendo a governança.

CASE FINALISTA

recargapay

Ouvidoria em Ação: Melhorias no Processo de Denúncia Pix - Transformando a Voz do Cliente em Solução

A Ouvidoria do RecargaPay foi responsável por levantar insights e oportunidades para aprimorar o sistema de Denúncia do Pix. Com análise de dados e automação, otimizamos os processos, permitindo que os clientes fizessem suas próprias solicitações, reduzindo em 95% o trabalho manual, reforçando a segurança e a eficiência do processo.

Cenário

Ao longo do ano, o setor financeiro enfrentou diferentes desafios com cibersegurança, novas regulamentações de IA e Open Finance, e adoção de novas tecnologias. O RecargaPay, atuando em um mercado altamente competitivo e regulado, busca se diferenciar frente a bancos e empresas consolidadas.

Problema

Desde abril de 2024, os contatos sobre Denúncia Pix aumentaram, especialmente após a dispensa do Boletim de Ocorrência em agosto. Análises manuais demoravam mais de 1 dia útil, tornando o processo lento e afetando a recuperação de valores, já que o banco recebedor tinha até 7 dias para análise.

Desafio

O desafio foi agilizar a tratativa de Denúncias Pix para garantir conformidade com o BACEN e melhorar a experiência dos clientes vítimas de fraude. Para isso, simplificamos o fluxo de tratativa, ajustamos orientações e criamos mecanismos mais ágil. Reduzindo o volume de contatos e denúncias, fortalecendo a segurança e otimizando processos.

Solução

Para resolver os desafios, a Ouvidoria definiu frentes de trabalho para atacar a causa raiz. Foi mapeado o fluxo de atendimento, analisado o impacto na experiência do cliente e criadas mesas de trabalho com Operação, Fraude e Produto. Após definir planos de ação, o novo fluxo foi implementado e monitorado para garantir eficiência e conformidade.

Metodologia Utilizada

Nossa estratégia é baseada na Casa da Estratégia da experiência do cliente, complementada por metodologias como a Governança Operacional, estratificação de dados, análise SWOT, ciclo PDCA para melhoria contínua e a automação dos fluxos.

Resultados

As melhorias reduziram a necessidade de contato dos clientes, liberando as equipes para outras demandas. Os resultados incluem prazo de 2 dias úteis para solicitações imediatas, queda nos contatos e denúncias no BACEN, diminuição do trabalho manual em 95% e uma redução de quase 99% nos custos financeiros no último trimestre de 2024.

CASE FINALISTA

SEM PARAR

Inteligência Artificial Generativa na Ouvidoria do Sem Parar - A IA Revolucionando a Ouvidoria e Estratégias de Negócio

O Sem Parar aposta na inovação para um futuro mais conectado e sustentável. A Ouvidoria implementou uma plataforma de inteligência artificial generativa para otimizar a interação com clientes, melhorar processos internos, analisar interações e gerar insights em questão de segundos, focando na satisfação e reais necessidades dos clientes.

Cenário

O Sem Parar, com mais de 20 anos de liderança, reposicionou sua marca, tornando-se um ecossistema de mobilidade conectado ao carro. A empresa agora oferece uma gama de serviços, como pagamento de débitos veiculares, seguros e cartão de crédito, além de fortalecer seu Super App, visando descomplicar a rotina e melhorar a experiência dos clientes.

Problema

Com o crescimento da IA no mercado global, a tecnologia se torna essencial para eficiência operacional, crescimento sustentável e adaptação às novas tendências. A Ouvidoria implementou um projeto de IA generativa após mapear os desafios e impactos tecnológicos, reforçando seu compromisso com a inovação e excelência no atendimento.

Desafio

A implantação de IA generativa na Ouvidoria enfrentou desafios como adequação e personalização da tecnologia, garantia de conformidade com a LGPD, manutenção da qualidade dos prompts, treinamento contínuo, integração com sistemas existentes e mensuração de resultados. Superar esses obstáculos exigiu planejamento e foco na experiência do cliente.

Solução

A AIDA é uma plataforma inovadora de IA generativa que otimiza processos e melhora a experiência do cliente. Ela transcreve e processa conversas rapidamente, identifica motivos de interação, gera métricas detalhadas e oferece insights estratégicos em questão de segundos, elevando a eficiência e a satisfação no atendimento.

Metodologia Utilizada

O projeto de IA Generativa para a Ouvidoria foi implantado utilizando a metodologia Waterfall (cascata). Iniciou com planejamento e escolha do fornecedor, seguido por uma POC e o Kick Off, definindo requisitos e configurações. A plataforma foi configurada e a solução foi operacionalizada, aprimorando a análise e gestão de reclamações.

Resultados

A implementação de IA na Ouvidoria gerou resultados significativos: redução nas rechamadas, aumento na resolutividade e melhoria na pesquisa de satisfação. A ferramenta também proporcionou insights para as áreas da empresa e ajudou a revisar as causas das reclamações sem viés humano, aprimorando a performance da operação.

CASE FINALISTA

stone

Ouvidoria 360º: Centralização, Ação e Impacto na Experiência do Cliente

O case demonstrará como centralizamos os dados e unimos num só local as informações das interações do cliente, consolidando, analisando e facilitando a visualização completa do ciclo das tratativas, interagindo com as áreas internas de suporte, possibilitando acompanhar toda a jornada do cliente e revisão dos processos em busca de excelência.

Cenário

A Stone é construída por pessoas comprometidas em atender as expectativas daquele que é a sua razão: o cliente. O papel da Ouvidoria Stone é atuar como parceira e ouvinte do cliente, prestando atendimento 100% humanizado, sem qualquer filtro de atendimento, sendo de prático e fácil acesso, concentrado na solução e aprimoramento dos processos.

Problema

Impulsionar a empresa a melhorar os processos, usando os insumos de dados da Ouvidoria, para mapear volumes e compartilhar as informações com a Instituição, gerando um trabalho em conjunto com as demais áreas, utilizando de forma eficiente, monitorando a jornada do cliente e atendendo suas necessidades de forma preventiva e colaborativa.

Desafio

Tomar-se um núcleo estratégico, unindo em um só local as informações recebidas, de modo que a Ouvidoria se mantenha um agente transformador, para decisões mais assertivas. Conscientizar as áreas parceiras sobre os fóruns realizados, com foco nas ações, promovendo comunicação produtiva e uma cultura de melhoria contínua.

Solução

A Ouvidoria disponibilizou aos times parceiros, os indicadores levantados e percebeu a importância de convidá-los, mostrando a necessidade de atuar em conjunto mensalmente, criando um Fórum que traz os pontos de atenção oriundos das reclamações recebidas, acompanhando as ações para mitigação dos ofensores, trazendo a satisfação plena do cliente.

Metodologia Utilizada

Identificação de oportunidades de melhorias, com o estudo dos aspectos que deram causa à demanda em Ouvidoria. Consolidação dos dados, tendo a Ouvidoria o papel fundamental no desempenho de indicadores e, por meio do Fórum mensal, apresentação dos assuntos elencados, possibilitando o desenvolvimento continuo com todos os envolvidos.

Resultados

Disseminação eficaz das informações, demonstrando total engajamento, mantendo todas as áreas cientes e evidenciando o papel de cada uma para atendimento às necessidades dos clientes, ou seja, gerando uma sinergia entre os departamentos e consolidando todos os dados em plataformas acionáveis e sólidas para as assertivas tomadas de decisões.

CASE FINALISTA

TecBan

Ouvidoria e a Experiência do Cliente: Estratégia para Fidelização no Banco24Horas

A TecBan promove a inclusão financeira e o desenvolvimento econômico no Brasil, focando na experiência do cliente para garantir satisfação e lealdade. Em 2024, devido às oscilações do NPS, a Ouvidoria, em parceria com a Bridge Research, buscou entender como manter a fidelização dos clientes.

Cenário

A TecBan, líder mundial em redes independentes de ATMs, investe há mais de 40 anos em soluções tecnológicas que integram o físico e o digital, promovendo a inclusão financeira no Brasil. Seu principal serviço, o Banco24Horas, realiza 2,1 bilhões de transações anuais, movimentando 5% do PIB. A Ouvidoria, com 15 anos de atuação, auxilia na melhoria dos serviços e na satisfação dos clientes.

Problema

A TecBan visa criar, transportar e compartilhar valor com a sociedade, promovendo inclusão financeira e desenvolvimento econômico no Brasil. A experiência do cliente é crucial para o sucesso, aumentando satisfação, retenção e recomendação da marca. Em 2024, a pesquisa de NPS realizada pela Bridge Research mostrou oscilações no índice de recomendação dos clientes do Banco24Horas.

Desafio

Diante das oscilações do NPS, o maior desafio foi identificar os principais aspectos responsáveis. Melhorar os processos de atendimento ao cliente com base nos feedbacks é essencial para: Identificar problemas frequentes e adotar medidas corretivas; Aprimorar produtos e serviços, atendendo necessidades não supridas; e Fortalecer a relação com o cliente, demonstrando valorização de suas opiniões.

Solução

Para manter a comparabilidade metodológica e avaliar a evolução dos índices, a TecBan reavaliou o questionário sobre a experiência do cliente com o Banco24Horas. A análise identificou oportunidades de aprimoramento para recuperar o NPS: manutenção preventiva dos caixas, acesso/localização dos terminais e cobertura nas regiões Norte e Nordeste. Além disso, a avaliação do Power CX destacou a importância de proporcionar uma experiência excepcional ao cliente, focando em experiência, escolha principal, preferência e familiaridade da marca.

Metodologia Utilizada

A pesquisa de Consumidor 2024 entrevistou 1.928 clientes do Banco24Horas em grandes regiões metropolitanas. Devido às oscilações do NPS, a Ouvidoria e a Bridge Research identificaram pontos críticos para a satisfação do cliente e implementaram ações corretivas. A pesquisa foi otimizada com novas perguntas para avaliar percepções além da experiência imediata.

Resultados

A TecBan priorizou ações para melhorar a experiência do cliente: reforço na comunicação, manutenção preventiva dos caixas, ampliação da cobertura e expansão do Banco24Horas Compacto. A pesquisa mostrou uma experiência positiva com a marca. Em 2025, a TecBan aumentará as ondas de pesquisa e acompanhará indicadores específicos para manter a satisfação e fidelidade dos clientes.

PRÊMIO OUVIDORIAS BRASIL 2024

abrarec

CASE FINALISTA

TIM

Ouvidoria TIM: Decifrando o DNA das Reclamações

A Ouvidoria da TIM expandiu suas funções originais de representar a empresa junto a órgãos oficiais de direito do consumidor e atender demandas que transbordam de outros canais de atendimento. Assumiu função extremamente estratégica: é a voz do cliente junto a outras áreas da companhia, alcançando resultados surpreendentes.

Cenário

A TIM é uma empresa de telecomunicações do Grupo Telecom Italia. É uma das três maiores empresas do setor em serviços de telefonia móvel e fixa, transmissão de dados e ultra banda larga, reúne cerca de 62 milhões de clientes. A base de análise da qualidade dos serviços é a quantidade de reclamações de clientes e de soluções apresentadas.

Problema

Para a TIM, com mais de 62 milhões de clientes, mesmo um baixo percentual de reclamações gera quantidade significativa de clientes insatisfeitos, o que afeta diretamente a ouvidoria e a imagem da marca. O problema é reduzir a entrada de reclamações e principalmente fazer com que a menor quantidade possível de clientes recorra a canais recursais.

Desafio

Aportar esforços eficientes tanto em termos humanos quanto tecnológicos capazes de analisar e traduzir de forma assertiva o volume grande de informações das reclamações recebidas, identificando as causas raiz dos problemas.

Solução

Usar com eficiência o repositório de informações contidas nas reclamações recebidas, adotando abordagem baseada no DNA das insatisfações de clientes, garantindo que dados coletados contribuam para melhorias efetivas nos processos organizacionais e impulsionem mudanças significativas na experiência do cliente e soluções definitivas para as demandas.

Metodologia Utilizada

É realizada combinação de abordagens qualitativas com análises de dados (Data Analytics) e soluções tecnológicas para identificação da Causa Raiz das demandas dos clientes para identificar tendências, padrões e insights relevantes para decifrar a cadeia de informações a respeito das reclamações dos clientes. Modelo que retroalimenta as diretorias e contribui para reduzir as demandas em todos os canais.

Resultados

Taxa de resolutividade: 93% (média) no 3º tri/2024. Operadora que mais reduziu reclamações na Anatel no período de 2019X2024: -69% E o P. Representatividade Ouvidoria X canais recursais: 58% em 2024. Primeira empresa brasileira a conquistar o Selo de Eficiência do Procon SP. Melhor posição que as 3 principais concorrentes: 52 Sindec, 6º ProConsumidor.

CASE FINALISTA

Gestão Estratégica de NIP’s

O projeto “Gestão Estratégica de NIPs” da Unimed Curitiba aprimorou a gestão das reclamações de clientes junto à ANS. Com foco em conformidade regulatória, sustentabilidade e satisfação do beneficiário, a iniciativa garantiu eficiência, qualidade e alinhamento com as normativas do setor de saúde suplementar.

Cenário

O setor de saúde suplementar enfrenta constantes mudanças e conflitos regulatórios. A Unimed Curitiba investiu em melhorias e automação para lidar com o aumento das Notificações de Intermediação Preliminar (NIPs) e atender às demandas dos beneficiários com qualidade e agilidade, em conformidade com a ANS.

Problema

O descumprimento do processo de NIPs pode causar danos à imagem da operadora, suspensões de vendas, multas de até R$250.000,00 e intervenção administrativa. Esses riscos comprometem a operação e a credibilidade da Unimed Curitiba, demandando atenção estratégica para garantir conformidade.

Desafio

Atender às NIPs dentro dos prazos críticos da ANS (5 a 10 dias), alinhando normativas e qualidade percebida pelos beneficiários. A Unimed Curitiba enfrenta a necessidade de gerenciar prazos e evidências internamente, com foco na satisfação do cliente e minimização de falhas na jornada.

Solução

Com automação (RPA), a Unimed Curitiba modernizou a gestão de NIPs, agilizando registros, contatos e fluxos internos. A interação entre Ouvidoria, Jurídico e áreas técnicas assegura respostas assertivas, enquanto o comitê estratégico corrige e previne falhas, otimizando o atendimento.

Metodologia Utilizada

A implantação do RPA automatizou o monitoramento de NIPs, registrando ocorrências e acionando equipes treinadas. Com o sistema SE, foi possível controlar prazos e padronizar dados para respostas regulatórias. O comitê de NIPs analisa, previne e corrige falhas, assegurando melhorias contínuas.

Resultados

A automação reduziu atrasos, custos operacionais e riscos. O IGR da Unimed Curitiba foi 33,6 em novembro de 2024, abaixo da média setorial (53,2). O custo evitado subiu de 21,86% (2023) para 80,23% (2024). O payback da automação ocorreu em 1,3 meses, liberando recursos e elevando a qualidade.

PRÊMIO OUVIDORIAS BRASIL 2024

abrarec

CASE FINALISTA

Unimed Londrina

Ouvidoria Focada na Gestão de Risco

A ouvidoria focada em gestão de risco, tem como objetivo subsidiar a alta gestão de informações para que o risco seja gerenciável e se possível mitigado. Além disso, provocar a melhoria contínua dos processos e resguardar a imagem da marca Unimed.

Cenário

A operadora atua no mercado de Londrina e região, tendo atualmente mais de 200 mil clientes, contando com 1.092 cooperados, 23 hospitais, 29 clínicas e 27 laboratórios credenciados. A operadora é detentora de market share de 50,01% do mercado da região e atualmente seu maior concorrente é a Associação Evangélica Beneficente de Londrina.

Problema

A partir do mapeamento das infrações, a Ouvidoria percebeu que o índice de reincidências de riscos estava ocorrendo de forma mais acentuada. Neste sentido, foi necessária uma atuação pontual e específica da Ouvidoria para que as gestões entendessem e participassem ativamente no processo de análise das fragilidades promovendo melhorias.

Desafio

O desafio inerente foi fazer com que as áreas entendessem a relevância da análise de risco, a amplitude de retorno que a empresa alcançaria com ações pontuais. Nesse sentido, a ouvidoria aproximou-se da área causadora e provocou engajamento ao inserir o detrator no processo de melhoria constante.

Solução

Inicialmente, foi fundamental aperfeiçoar o processo de proximidade e valorização das gerências, de modo que compreendessem o processo causador da insatisfação/experiência ao cliente. Foi necessário levar a compreensão que a demanda registrada na ouvidoria seria a oportunidade de uma nova chance para a resolução do conflito.

Metodologia Utilizada

Com o intuito de prevenir a reincidência de riscos, atuar na correção das vulnerabilidades do processo, buscando a satisfação dos nossos clientes e, sobretudo, evitar novas experiências negativas, minimizando assim possíveis novas queixas indesejadas, a ideia principal foi envolver o gerente como protagonista na resolução.

Resultados

Foram vários resultados positivos: Destaque no site Reclame Aqui e ANS. O monitoramento do risco recorrente e a inclusão do gerente na resolução do problema, foi introduzido uma cultura de resolução. As áreas envolvidas passaram a enxergar uma grande oportunidade de reverter a experiência negativa, melhorar os processos e fortalecer a marca Unimed.

PRÊMIO OUVIDORIAS BRASIL 2024

PATROCÍNIO

projuris

APOIO CULTURAL

ESPM

MEDIA PARTNER

CONSUMIDOR MODERNO

REALIZAÇÃO

abrarec

CONFIRA MAIS SOBRE OS PRÊMIOS DA ABRAREC
E OUTRAS INICIATIVAS EM NOSSOS CANAIS OFICIAIS:

abrarec.com.br

linkedin.com/company/somosabrarec

instagram.com/somosabrarec

facebook.com/somosabrarec

ASSOCIE-SE!
CONVERSE COM A GENTE E CONFIRA MAIS
SOBRE OS BENEFÍCIOS DE SER UMA EMPRESA ASSOCIADA:

contato@abrarec.org.br

PRÊMIOS ABRAREC 2025

TRANSFORMANDO O MERCADO
DE ATENDIMENTO E OUVIDORIA

abrarec