

# A evolução da experiência do cliente

ADRIANO CANDIDO STRINGHINI\*  
SAMANTA SOUZA\*\*



Agência LAB de Vila Nova Cachoeirinha, uma das agências de atendimento da Sabesp no novo modelo

O ser humano evolui. Você pode duvidar de Darwin e de sua teoria, mas não pode negar os avanços. Se homens e mulheres evoluem, transformam-se também nossas relações.

Uma das mais antigas formas de se relacionar estabelecidas pelo homem é através do comércio. Desde os primórdios da civilização e do escambo na base da confiança; passando pela produção em massa da Revolução Industrial e o advento do call center nos anos 1970; até chegarmos à Era do Direito do Consumidor. Nesta linha evolucionária da troca, quem fala mais alto hoje é o consumidor.

No Brasil, o Código de Defesa do Consumidor data de 1990 e coincide com o período de redemocratização do país. Seu embrião foi a Constituição de 1988, que tratou de atender ao clamor por respeito e previu a criação do Código anos depois. De lá para

cá, avançamos uma geração em poucas décadas em termos de tecnologia, interações e luta por direitos. Aqueles que não acompanham a velocidade das mudanças estão fadados a figurar apenas em registros históricos. Uma espécie de seleção natural das empresas.

Antenada a estas mudanças, em 2017 a Sabesp deu início à reformulação de seu atendimento como um todo, que culminou em um sistema mais moderno, automatizado e ágil. Desburocrizamos a experiência do cliente e o integramos a todo o processo, que foi inteiramente redesenhado. Para isso, realizamos pesquisas em todos os municípios, quantitativas e qualitativas, e unificamos a Central de Atendimento.

Hoje, fazemos o monitoramento just in time do atendimento e pesquisa mensal de satisfação com os clientes. Depois que a Sabesp acatou a solicitação, o consumidor

atribui uma nota ao serviço e, abaixo de 7, a empresa vai querer saber o porquê. Monitoramos passo a passo, desde a entrada da demanda até sua resolução final.

Mais agilidade e resolutividade são palavras-chave num mundo de opções diversificadas que geram preferências particulares distintas. A população como um todo demanda prestação de serviço de qualidade; cada um de nós, porém, quer ter a liberdade de ser atendido e utilizar o canal de atendimento que melhor nos convém – seja ele o telefone, o e-mail, o aplicativo de celular, a rede social, a mensagem instantânea.

É natural e imperativo que, nesta sociedade globalizada e totalmente interconectada, as empresas busquem evoluções tecnológicas. Não só para serem reconhecidas como modernas. Acima de tudo, para levar às pessoas ferramentas com as quais já estão habituadas, inclusive nas tarefas mais básicas do cotidia-

Em sua essência, o NPS pode ser denominado como uma medida que mede a disposição de um cliente em recomendar produtos e serviços da marca para seus amigos e familiares (figuras 1 e 2).

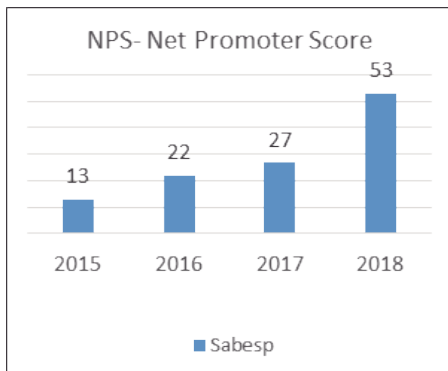


Figura 1

no: postar uma foto em uma rede social, fazer compras no supermercado, checar o saldo no APP do banco, regularizar as contas, fazer uma denúncia. A Sabesp persegue a tendência.

Dentro desta nova forma de se relacionar com seus clientes estão as inovadoras Agências de Atendimento da Sabesp – as Agências LAB. Remodeladas e modernas, foram concebidas para empoderar os clientes e ofertar outras formas de relacionamento, agilizando a experiência do atendimento. As LAB têm ferramentas tecnológicas, como tablets e totems, para dar autonomia aos consumidores durante o atendimento presencial.

O atendente continua lá, integrado a opções de atendimento virtual que facilitam a vida do cliente e economizam seu tempo dentro da agência e também fora dela, pois evitam deslocamentos e custos decorrentes destes. A nova experiência repercute bem entre os usuários. Pesquisa aponta que o índice de satisfação é de 99%. Atualmente, as Agências LAB estão já implantadas na Capital (M'Boi Mirim, Vila Nova Cachoeirinha e São Mateus) e em São José dos Campos, no interior do Estado. A

Posição	Empresa	Pontos
1	ComRent International	66
2	CleanChoice Energy	60
3	ENGIE Resources	47
4	Northumbrian Water Group	46
5	Good Energy	45
6	AGL	42
7	Contact Energy	15
MÉDIA UTILITIES		45

<https://npsbenchmarks.com/industry/other/utilities>

Figura 2

meta da Sabesp é que as novidades cheguem a todas as agências até o fim de 2022.

Cliente satisfeito é sinônimo de serviço bem prestado. E isso foi reconhecido pelo PNQS – Prêmio Nacional da Qualidade 2018, premiação do IGS – Inovação em Gestão de Saneamento concedido pela Associação Brasileira de Engenharia Sanitária (ABES), que deu à Sabesp o prêmio de melhor case de inovação pela modernização de seu atendimento. Nas Agências LAB, a migração para o atendimento virtual já atinge 35%.

Outro passo importante neste caminho que a Sabesp trilhou para entrar na era digital foi o lançamento do aplicativo Sabesp Mobile, remodelado em 2017 para smartphones e tablets com sistema de operação Android ou iOS, em todos os 371 municípios operados pela Companhia. A ferramenta oferece serviços requisitados pelos usuários, como acesso à segunda via da conta, histórico das 12 últimas contas de consumo, avisos sobre vencimento de débitos e alta de consumo, além de orientação sobre débito automático.

Em pleno século 21 das redes sociais, em que todos têm voz, não basta apenas informar. É crucial interagir. O cidadão demanda informação, mas também quer ser protagonista. Nesse sentido, o APP Sabesp Mobile permite também que o cliente comunique a Sabesp sobre vazamentos de água e de esgoto, por exemplo. A busca por interação entre cliente e empresa eleva, invariavelmente, a qualidade do atendimento prestado.

Não é só a vida do cidadão que muda; o serviço da Sabesp também. Quanto mais ágil for a comunicação com o consumidor, mais rapidamente virá a solução apresentada pela empresa, o que se reflete diretamente na reputação da companhia.

A partir de julho de 2019, a Sabesp inicia a utilização de “chatbots”, uma solução tida como indispensável para companhias que precisam disponibilizar canais de comunicação 24x7 – como é o caso da Sabesp, que presta um serviço essencial. Segundo dados da Associação Brasileira de Comércio Eletrônico, 73% dos clientes preferem fazer contato com uma empresa usando um chat inteligente. Em outra ponta, vamos ampliar a integração da Central de Atendimento com os canais da Sabesp nas redes sociais. Em momentos de crise, em que ocorrências afetam grande número de pessoas, a população aciona a Sabesp cada vez mais pelo Twitter, Facebook e até Instagram.

A busca pelo aperfeiçoamento da experiência do consumidor é ininterrupta e demanda esforços. O amadurecimento das relações de consumo é nossa prioridade e também da sociedade. Vivemos um novo momento que exige preparo e eficiência de todos nós da Sabesp. Conscientes de que não é possível sobreviver sem ouvir o cliente, permanecemos firmes na missão de proporcionar ao consumidor a melhor jornada possível. 🚀

“Em uma escala de zero a dez, onde zero seria “nunca recomendar” e dez, “sempre recomendar”, quanto você recomendaria a SABESP a um amigo ou familiar?”

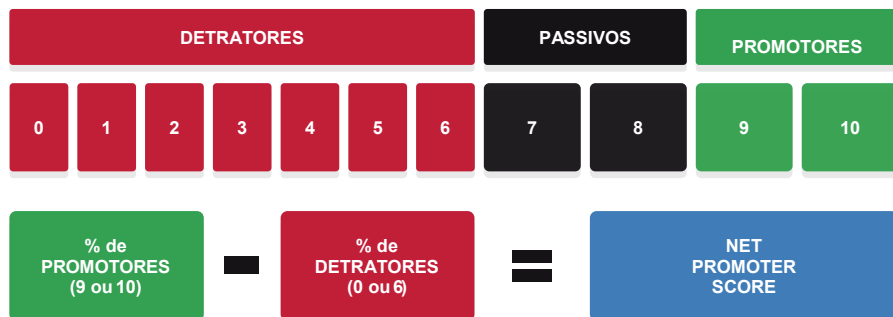


Figura 3

\* **Adriano Candido Stringhini** é diretor de Gestão Corporativa da Sabesp, mestre em Direito pela Faculdade de Direito da USP, graduado em Direito pela USP e especialização/pós-graduação pela USP em Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas  
E-mail: [astringhini@sabesp.com.br](mailto:astringhini@sabesp.com.br)

\*\* **Samanta Souza** é superintendente Comercial e de Relacionamento com os Clientes da Sabesp, graduada em Administração de Empresas pela Universidade Metodista de São Paulo, com pós-graduação em Administração Contábil e Financeira pela FAAP e extensão em Marketing pela Fundação Getúlio Vargas (FGV)  
E-mail: [samanta@sabesp.com.br](mailto:samanta@sabesp.com.br)