

Vocalcom: Volta de um líder à vanguarda da inovação

Inovar ainda mais, inovar sempre. Mais do que um mantra, para a Vocalcom trata-se de um método comprovado de levar o melhor para as centrais de relacionamento com o cliente. Recém-nomeada na empresa como Chief Product Officer, Karine Palacios revela o seu novo roadmap!

Sob o efeito da digitalização das jornadas do cliente e da transformação dos hábitos de consumo, ocorrem mudanças nas linhas de frente da relação com o cliente. As expectativas dos consumidores são sempre maiores, ao passo que as marcas, por sua vez, fizeram da experiência do cliente a primeira dentre todas as promessas a serem cumpridas para conquistar e fidelizar os consumidores. Para Karine Palacios que acaba de ingressar na [Vocalcom](#) como Chief Product Officer, após mais de 15 anos de atuação internacional no mercado de relação com o cliente, a constatação é irrefutável: “A volatilidade das jornadas digitais dos clientes consagrou o lugar dos dados dos clientes e das soluções de CRM que os estruturam. Na esfera dos contact centers, o desenvolvimento da automatização e da assistência por IA equivale a redistribuir as cartas do jogo. Em face desta realidade, a Vocalcom está fazendo evoluções em sua oferta, no intuito de possibilitar às empresas a criação de jornadas de clientes mais criativas, com engajamento mais pró-ativo e até mesmo preditivo, proporcionando interações através do canal preferido, no momento adequado e com a mensagem pertinente. Tendo como objetivo criar ou fortalecer este forte vínculo entre a marca e o cliente.

Apostar em trunfos e know-how históricos...

“Atualmente, os clientes recorrem a ampla gama de canais, suas motivações são diversas e os seus comportamentos voláteis. A visão do cliente por parte da empresa é ainda mais fragmentada. No que diz respeito ao atendimento ao cliente, a meta desafiadora consiste em conciliar as informações em prol do pleno controle da jornada”, afirma Karine



Palacios. Mais bem orquestrados graças à IA, os dados de CRM são o cerne da questão. “Trata-se do alicerce para a excelência. As marcas precisam de conhecimentos sobre o cliente para tomarem decisões estratégicas, assim como para auxiliarem os colaboradores dos contact centers a ‘encantarem’ os seus diálogos com os clientes”. Ao longo dos últimos 15 anos, a Vocalcom negociou perfeitamente a integração nativa à Salesforce. Um trunfo estratégico que Karine Palacios pretende ampliar em seu roadmap de inovação, integrando a solução Hermès aos outros líderes em CRM. A ideia reside em enriquecer os módulos de serviço, marketing e vendas dos CRMs, com o auxílio do mecanismo de encaminhamento preditivo e omnichannel da solução Hermès. “Uma integração perfeita dos dados em prol de uma estratégia mais proativa em relação aos clientes, os quais se tornam mais satisfeitos por ‘anteciparmos os seus desejos’, juntamente com os consultores, mais seguros por estarem mais preparados para satisfazer os clientes”. Consultores que esperam mais flexibilidade, autonomia e igualmente assistência para cumprirem as respectivas missões. Tal flexibilidade é especialmente impulsionada pela Nuvem. Inclusive, vale lembrar que até o final do primeiro semestre deste ano, uma

nova versão das soluções em Nuvem posicionará a Vocalcom como parceira de predileção das marcas no âmbito das respectivas estratégias de engajamento preditivo do cliente, impulsionadas pelos seus CRM.

A força de um ecossistema completo

Desde sempre, a Vocalcom aposta em parcerias de alto valor agregado, com integradores para favorecer a apropriação das soluções no próprio campo de operações dos clientes e contribuir para fomentar a inovação. “Proporcionamos aos clientes da Vocalcom o melhor da inovação, contando com um ecossistema seletivo de parceiros líderes, os quais complementam as nossas soluções”. salienta Karine Palacios. Neste sentido, a Vocalcom acaba de firmar uma parceria estratégica com a Infobip. “A integração da empresa Infobip à plataforma Hermès possibilitará aos nossos clientes evoluírem a sua estratégia de engajamento proativo, em direção a um modelo não intrusivo e mais lucrativo, baseado na aceitação do contato pelo usuário por meio de canais digitais, complementares às chamadas de voz”.

“A nossa visão da Vocalcom é aquela de uma plataforma CCAAS aberta e ágil, visando possibilitar aos nossos clientes a escolha dos aplicativos mais adequados à respectiva estratégia e a manutenção da respectiva competitividade, tendo em vista a velocidade estonteante da inovação tecnológica no mercado de CX”, conclui Karine Palacios. Estar aberto às novidades para inovar melhor... Um caminho ambicioso, mas desde já definido para 2022!

como medio para innovar mejor... ¡Un camino ambicioso con la ruta bien marcada para el 2022!



Karine Palacios
Chief Product Officer

