

Uma conta de telefone melhor elaborada pode reduzir as reclamações dos consumidores?

WHITE PAPER:
COMUNICAÇÕES



Uma conta de telefone melhor pode reduzir a agitação dos consumidores?

2

Construindo a fidelidade, um cliente por vez

Os provedores sem fio estão particularmente susceptíveis às agitações. Nos EUA, onde as taxas de atrito ficam numa média de 2 por cento ao mês, em geral leva 18 meses para os fornecedores sem fio recuperarem os custos de aquisição do cliente.

Phil Kuntz, com a Progressive Concepts, revendedora de celulares com sede em Fort Worth, no Texas, citou um exemplo do custo que a falta de atenção com os clientes pode ter, mesmo para um fornecedor pequeno. "Pegue uma empresa com apenas 10 mil clientes, que têm uma conta mensal média de \$70,00. Se a empresa tiver uma taxa de 2% de desistência, significa 200 desativações por mês e uma perda de \$14.000. No período de um ano, isso significa 2400 desativações e uma perda de receita de mais de \$1.000.000."

A Progressive Concepts terceiriza a impressão das contas para a OSG Billing, em Englewood, no estado de New Jersey. Juntas, produzem uma conta que inclui um gráfico mostrando a utilização de serviço do cliente durante um determinado mês em relação à economia potencial que o cliente teria se aderisse a um plano de ligações diferente. "Embora essas economias pudessem gerar uma redução mínima na receita, manter o cliente é essencial para continuar crescendo", revela Kuntz.

"Muitos fornecedores lutam para saber se deveriam oferecer aos clientes um plano de ligações com uma tarifa inferior", comenta Jeff Hayes, diretor de pesquisa da CAP Ventures. "Particularmente no mercado de longa distância, se a prestadora oferecer aos clientes uma troca de um plano de 10 centavos por minuto para um plano de 7 centavos o minuto, elas estão acabando com um lucro puro", continuou Hayes.

A Incomnet, provedora de Internet e operadora de longa distância, demonstra o compromisso da empresa com o cliente através da conta.

Muitos dos seus clientes moram no Sul da Califórnia e no Texas, que têm grandes populações latinas.

O pacote "Welcome New Customer" inclui um cartão-postal que pergunta se o cliente gostaria de receber a conta em espanhol ou em inglês. O cliente retorna o cartão-postal, a Incomnet registra a preferência de idioma no banco de dados e produz versões em inglês e espanhol da conta na mesma rodada de impressão.

"Esperamos notar aumento na fidelidade do cliente com base na implementação de nossa conta convergente", revelou um analista de sistemas da Incomnet. "Tendo a capacidade de fornecer a nossos

www.mapinfo.com

clientes uma conta única para chamadas de longa distância, Internet, DSL e pagers, para clientes residenciais e corporativos, esperamos ver que nossos clientes ficam conosco por mais tempo do que um cliente de múltiplos produtos. Com a vantagem de vendas cruzadas direto na conta, esperamos mostrar um crescimento contínuo de clientes que utilizam vários produtos."

Projetando contas "amigáveis"

Embora ninguém goste de receber a conta do telefone, algumas são mais fáceis para o cliente do que outras. Os aprimoramentos tecnológicos no software de composição da conta e na impressão a laser permitem que as operadoras produzam contas atraentes, relevantes e fáceis de ler, sem fazer alterações no sistema de cobrança prévio (a maioria dos sistemas de composição aceitam os dados não-formatados diretamente do sistema de cobrança). As impressoras coloridas a laser de alta velocidade permitem que as empresas realcem as informações importantes, como as mensagens de venda cruzada ou o total devido.

Uma operadora de longa distância fortalece a fidelidade do cliente ao oferecer aos clientes com deficiência visual contas com letras grandes. Outra operadora imprime as contas dos "clientes gastões" em impressoras laser totalmente coloridas, usando as contas em preto-e-branco para os clientes "intermediários. Essa capacidade de customização prendeu a atenção das grandes corporações, que estão adotando a filosofia da Dr. Martha Rogers e Don Peppers de diferenciar entre seus clientes altamente lucrativos e os outros segmentos.

Nos EUA, as contas complicadas foram "atacadas" pelo congresso americano e pelos consumidores, fazendo com que a Federal Communications Commission (FCC) emitisse as diretrizes de "verdade na conta". As novas diretrizes exigem que as empresas credoras indiquem claramente os novos prestadores de serviço, e que expliquem em linguagem simples todas as taxas e multas. Grupos foco que foram conduzidos pelas empresas que estão redesenhando suas contas fizeram eco às constatações da FCC que concluíram que os clientes acham as contas complicadas. Eles preferem receber uma conta integrada da operadora, que resume o total de gastos e discrimina individualmente os serviços.

As alterações no layout da conta de um cliente podem afetar a rapidez com que ele paga as contas. Um estudo recente realizado pela Xerox observou que os clientes pagam as contas dois dias mais rápido quando são usadas cores de realce!

OS SISTEMAS INTERATIVOS PERMITEM QUE OS CLIENTES DISPUTEM AS LIGAÇÕES ON-LINE, O QUE PODE REDUZIR SIGNIFICATIVAMENTE OS CUSTOS DO CALL CENTER DO CLIENTE.

Serviços melhores colhem grandes recompensas

De acordo com um estudo recente realizado pela CAP Ventures I, 31% das ligações para os call centers têm a ver com a conta.

A ligação média custa \$17,50 para o campo, o que sublinha por que é essencial produzir contas que sejam fáceis de entender.

“Embora a personalização e o conteúdo individualizado sejam o ‘chido’, se você quiser, o ‘filé’ é a rapidez com que as empresas podem melhorar o atendimento ao cliente e o impacto drástico que podem ter na retenção dos clientes”, afirmou Jeff Hayes. Reduzir os custos de atendimento do cliente também é uma das forças econômicas norteadoras para as operadoras apresentarem as contas pela Internet. Os sistemas interativos permitem que os clientes disputem as ligações on-line, o que pode reduzir significativamente os custos do call center do cliente.

Vendas cruzadas com um olho na retenção

Como você mantém por mais tempo um cliente? Faça com que fique mais difícil trocar.

As empresas que costumavam oferecer apenas acesso local, de longa distância, de celular e Internet de alta velocidade agora oferecem sistemas de segurança doméstica, pagers e outras ofertas de serviço em pacote, como iniciativa para se fortalecerem. Afinal de contas, é mais difícil trocar vários prestadores de serviço do que trocar somente um.

As empresas que vendem produtos extra de forma cruzada na conta têm uma vantagem competitiva diferenciada. Uma pesquisa recente realizada pelos leitores da Direct Magazine constatou que eles não olham mala-diretas antes de jogá-las fora. Um artigo da Wireless Review observou que as ofertas de venda cruzada colocada na parte de “valor” da conta obtinham uma taxa de leitura de 90%! Qual profissional de marketing direto não ficaria feliz com esses resultados?

Os clientes lêem (e em geral guardam para referência) as contas. E, como você está pagando pela postagem e pelos custos de papel, não há lugar melhor para imprimir mensagens de marketing focalizadas e individualizadas. O marketing baseado em enunciados é extremamente econômico. O custo de enviar uma mensagem de venda cruzada por mala-direta é de pelo menos 40 centavos, quando você acrescenta os custos de criação, impressão e postagem. Será que o marketing baseado em enunciados deve substituir todas as malas-diretas? Claro que não, mas com certeza pode reforçar as mensagens entregues nos clientes através de outras mídias.

O marketing baseado em enunciados funciona? Os resultados da American Express, que criou a “enunciação de relacionamento” na década de 90, sugerem que sim. O “enunciado de relacionamento do cliente” da empresa contém ofertas promocionais personalizadas para os assinantes, que são adequadas aos padrões de gastos da pessoa.

As taxas de resposta para uma oferta de companhia aérea saltaram de 0,65% para 1,89% e de 0,06% a 9,32% para uma oferta de locação de veículos.

Além de sua função como embaixador da empresa, uma conta dinamicamente produzida também pode reduzir significativamente os custos da operadora. Para as empresas que atualmente produzem suas contas de telefone usando formulários pré-impressos, a economia pode ser drástica. Os formulários pré-impressos que precisam ser inventoriados, armazenados e descartados quando ficam desatualizados, custam de 2 a 10 vezes mais do que o estoque de papel comum. Ao usar softwares de composição de documentos eletrônicos, todos os documentos são gerados dinamicamente: gráficos, logomarcas, mensagens de marketing e tudo muda durante o processo à medida que os documentos são impressos.

Outras empresas que adotaram uma abordagem dinâmica para a composição relataram economias ao combinar as correspondências, por exemplo, incluindo uma newsletter personalizada com a primeira conta. A Incomnet percebeu que economizou milhares de dólares por mês ao alternar entre um estoque perfurado e um estoque de papel comum na impressora.

A empresa costumava imprimir todas as contas em estoque perfurado, assim o resto poderia ser rasgado para processamento de pagamento.

Agora, a Incomnet separa esses clientes que pagam on-line ou com cartão de crédito daqueles que pagam com cheque, eliminando o caro estoque perfurado para os clientes que fazem pagamento eletrônico.

Colocando a conta para funcionar

Todas as operadoras já estão produzindo uma conta, mas quantas estão colocando a conta para trabalhar?

A conta pode ser o ponto inicial de uma boa estratégia de marketing diferenciando-o dos concorrentes e melhorando sua capacidade de vender para seus clientes e aprimorando o atendimento ao cliente. Tudo isso contribui para a redução de reclamações dos clientes.

PARA OBTER MAIS INFORMAÇÕES, ESCREVA PARA INFO@G1.COM
OU LIGUE PARA 1.888.413.6763.



PITNEY BOWES
GROUP 1 SOFTWARE

4200 Parliament Place
Suite 600
Lanham, MD 20706-1844

tel: 888.413.6763
info@g1.com
www.g1.com

ESCRITÓRIO PRINCIPAL
AMÉRICA LATINA E CARIBE

15100 NW 67th Avenue, Suite 403
33014 Miami Lakes, FL
U.S.A.

tel: 305.698.2799
fax: 305.826.1246
la_editorial@g1.com

**A Pitney Bowes é líder em
soluções integradas de
postagem.**

**Nossa tecnologia de ponta
em hardwares, softwares e
serviços ajudá-lo a
aumentar a receita, cortar
custos e fortalecer a
fidelidade do cliente,
gerando uma lucratividade
a longo prazo.**