

## **Celular é a nova forma de se comunicar com o cliente**

*Neila Baldi*

Esqueça a ligação do número confidencial de uma central de atendimento oferecendo um serviço ou produto. Na era digital, o telefone - sobretudo o móvel - pode ser usado para muitas outras funções que apenas fazer e receber chamadas. E, diante deste novo cenário, as empresas precisam enxergar na tecnologia uma nova forma de se comunicar com os seus clientes. Segundo dados do setor de telefonia móvel hoje o Brasil tem 140 milhões de usuários. No entanto, deste total, menos de 2% têm serviço de internet em seus aparelhos.

"A gente ainda está usando a tecnologia nova de um jeito antigo", diz o diretor-executivo de clientes da Claro, Miguel Cui. Ele refere-se à forma como a maior parte das empresas ainda se comunica com os seus clientes. A própria operadora de celular, por exemplo, tem como principal forma de relacionamento a ligação telefônica - são 10 milhões de chamadas por mês. Mas, ao mesmo tempo em que a confirmação do serviço ou do produto pedido pelo cliente ocorre por uma mensagem SMS, por exemplo, este mesmo cliente não pode fazer o pedido por meio desta plataforma.

"Os canais de comunicação estão mudando e as empresas têm de oferecer soluções diferentes", diz Gisele Boni, gerente de marketing e soluções da Avaya. Entre estas novas formas, segundo ela, está a integração das mídias. Ela cita um exemplo de uma rede de varejo dos Estados Unidos, em que o cliente chega na loja e é encaminhado a um terminal, nele seleciona o produto e tira dúvidas sobre ele ou sobre a compra com um atendente em vídeo conferência. Após a negociação, recebe uma mensagem pelo celular para o pagamento do produto. E quando chega em casa para instalar o equipamento (um televisor de plasma, por exemplo), se tiver dúvida, volta a falar com o atendente em seu computador, que lhe faz entrar na loja virtual do Second Life, apresentando on-line como se faz a operação. "Trata-se de um case que usa várias tecnologias ao mesmo tempo", afirma. Outro exemplo dado pela especialista é o uso de celular para uma ligação para um call center - forma comum de relacionamento entre empresas e clientes - mas que, na tela do telefone aparece o menu falado, facilitando e agilizando a operação. Gisele lembrou que a tecnologia está à disposição das empresas mas que, para usá-las, é preciso integrar as operações com a área de TI.

Fabrizio Cardoso, diretor de vendas CRM da Oracle, cita um exemplo de uso do celular com vendedores de uma empresa em que, no aparelho há a agenda das reuniões e o trajeto a ser percorrido, via GPS. "O celular permite personalizar a mensagem", diz o presidente da Supportcomm, Alberto Leite. Segundo ele, cada vez mais as operadoras de telefonia móvel vão buscar outros usos do aparelho - que não a simples chamada de voz - uma vez que a receita nestas operações vem caindo. A tendência, de acordo com Leite, é que a receita de anúncios via celular, entre outras formas de uso, aumente. "Existem várias possibilidades de interagir com o cliente por meio do celular", afirma o presidente da Supportcomm. De acordo com ele, o uso do SMS ou do canal de voz permite a interatividade para ações como leilões reversos (aqueles em que o cliente compra um produto pelo lance mais baixo), concursos, entre outros. Já pelo canal de voz é possível acessar o SAC. Além disso, a tecnologia Bluetooth permite o envio de mensagem publicitária, assim como os portáteis móveis podem ter banner em que o cliente clica e já faz a ligação para a empresa do produto anunciado.

O tema foi debatido no 1º Fórum Mobile, que acontece em São Paulo até amanhã.

**Fonte: Gazeta Mercantil, São Paulo, 22 out. 2008, Empresas & Negócios, p. C10.**