

# Casos de Sucesso



Cliente

**Avianca Brasil**

## **Avianca Brasil**

### **Perfil da empresa**

A Avianca Brasil é uma companhia aérea do grupo brasileiro Synergy, também controlador das empresas de aviação comercial Avianca – a maior da Colômbia – e Vip SA. Trata-se da quinta companhia aérea brasileira, com 2,6% de participação no mercado, atrás de TAM, Gol, Azul e Webjet, segundo dados da Agência Nacional de Aviação Civil (Anac) de dezembro de 2010.

### **Necessidade do cliente**

A Avianca Brasil precisava implantar em dois meses um novo Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC) para atender à exigência do Decreto Federal número 6.523. A chamada “lei do SAC” entraria em vigor em dezembro de 2008.

O decreto fixava novas normas gerais para atendimento ao consumidor, protegendo os clientes na hora de pedir informações ou de fazer reclamações sobre produtos ou serviços da empresa. Entre as novas regras, estavam: o atendimento 24 horas, sete dias por semana; a obrigatoriedade de manter um histórico do contato com um número de protocolo que permitisse o acompanhamento do processo; e necessidade de resolução do problema em, no máximo, cinco dias.

Como o prazo de adequação era curto, a Avianca Brasil buscava uma solução completa e eficaz que pudesse ser implantada rapidamente.

### **Situação anterior**

A companhia aérea possuía um atendimento de acordo com as regras vigentes até então. Havia uma área destinada ao SAC em seu site, que instruía os consumidores sobre como pedir informações ou fazer reclamações por email ou por um número pago 4004.

As demandas recebidas eram repassadas aos departamentos responsáveis e estes ficavam encarregados de resolver as questões e informar os consumidores. Esse tráfego era feito por quatro posições de atendimento (PAs), em uma célula de 10 pessoas. A empresa tinha outras 80 PAs que serviam para a venda de passagens. A infraestrutura era alugada, mas os funcionários eram próprios da companhia aérea.

Não havia controle sobre o andamento do processo, o que deixava o consumidor sem informações. Além disso, a empresa não arquivava o histórico da solicitação: cada vez que o processo era direcionado para outro setor da companhia, todos os dados precisavam ser pedidos novamente.

### **Solução desenvolvida**

Um processo de concorrência foi aberto pela Avianca Brasil, em outubro de 2008, para eleger o fornecedor da solução de *call center*. A L3 tinha capacidade para resolver as pendências da Avianca Brasil dentro do prazo apertado e com investimento adequado ao orçamento.

Foi utilizada a ferramenta SupportCenter, produzida pela L3, tendo como base o Microsoft Dynamics CRM 4.0 como estrutura principal. O sistema foi implementado em apenas quatro semanas.

Para não gastar tempo com negociações de compra, a Avianca Brasil optou pelo modelo de Hosting da solução. Toda a infraestrutura necessária foi disponibilizada para atender a necessidade do funcionamento da operação.

Como a plataforma escolhida tem interface familiar, pois é bastante semelhante ao Microsoft Outlook, o treinamento do pessoal pode ser realizado em 15 dias. Participaram do treinamento todos os envolvidos no atendimento ao cliente, desde os usuários do SAC, além de pessoal da administração, aeroporto e jurídico. O sistema passou ainda por uma semana de testes no ambiente da L3.

## Os benefícios da solução

Com o novo sistema, as reclamações passaram a ser centralizadas no SAC e o contato é realizado por telefone. Quando o consumidor procura a companhia, o funcionário realiza o atendimento direto pelo Microsoft Dynamics CRM 4.0. A solicitação entra em um workflow, integrado ao Outlook, e é direcionada para as áreas responsáveis com o histórico de todo o processo.

Cada solicitação é monitorada para que o prazo de cinco dias seja cumprido. Além disso, o sistema fornece relatórios e visões específicas do negócio que auxiliam no acompanhamento da rotina do SAC.

Um mês após a implantação da “lei do SAC”, o novo sistema da Avianca Brasil foi aprovado em um levantamento realizado pelo Instituto Brasileiro de Relações com o Cliente (IBRC) com 63 empresas. Essa foi também a única companhia área a passar no teste do PROCON no dia 2 de dezembro de 2008. Metade das empresas analisadas foi reprovada.