



APCC - Associação Portuguesa de  
Contact Center

FRI, 26 MAY 2023

# Table of Contents

HEADLINE	OUTLET	PUBLISHED AT
SUPLEMENTO METAL METAL PORTUGAL voltou a brilhar na Hannover Messe	Vida Económica	Fri, 28 Apr 2023
APCC entrega as primeiras quatro “Bolsas Talentum” a Colaboradores da Indústria de Contact Centers	Pontos De Vista	Wed, 26 Apr 2023
APCC entrega Bolsas Talentum para apoiar a valorização dos colaboradores de contact centers - Distribuição Hoje	Distribuição Hoje	Wed, 26 Apr 2023
Contact centers. APCC entregou quatro bolsas a colaboradores	Notícias Ao Minuto	Mon, 24 Apr 2023
O que dizem os clientes atuais da Goldenergy?	Notícias De Viseu	Fri, 14 Apr 2023
BPI lança assistente digital omnicanal com inteligência artificial da AgentifAI	NewMen	Fri, 14 Apr 2023
BPI lança assistente digital omnicanal com inteligência artificial da portuguesa AgentifAI	Forbes (PT)	Wed, 12 Apr 2023
BPI lança assistente digital omnicanal com inteligência artificial da AgentifAI	Jornal Económico	Tue, 11 Apr 2023
BPI lança assistente digital omnicanal com inteligência artificial desenvolvida em Portugal	Executive Digest	Tue, 11 Apr 2023
BPI lança assistente digital omnicanal com inteligência artificial da AgentifAI	Grande Consumo	Tue, 11 Apr 2023
BPI lança assistente digital omnicanal com inteligência artificial da AgentifAI   TechBit	TechBit	Tue, 11 Apr 2023
BPI lança assistente digital omnicanal com inteligência artificial da portuguesa AgentifAI	News Cision	Tue, 11 Apr 2023
Tecnologia e empatia de mãos dadas. O match de sucesso para os contact centers? - Distribuição Hoje	Distribuição Hoje	Mon, 10 Apr 2023
“A lealdade permite construir equipas que funcionam muito bem umas com as outras”	Link To Leaders	Mon, 10 Apr 2023

# KPI Summary



**14**

Articles



**329.36k**

Impressions

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

VIDA ECONÓMICA [↗](#)

Fri, 28 Apr 2023

# SUPLEMENTO METAL METAL PORTUGAL voltou a brilhar na Hannover Messe

<b>FREQUENCY</b>	Weekly	<b>MEDIA TYPE</b>	Newspaper	<b>OUTLET COUNTRY</b>	Portugal
<b>OUTLET LANGUAGE</b>	Portuguese	<b>AVE</b>	€ 2,660	<b>IMPRESSIONS</b>	210,900
<b>CIRCULATION</b>	105450	<b>DISTRIBUTION</b>	Portugal	<b>SECTION</b>	General
<b>PAGES</b>	1, 10	<b>SIZE</b>	250 cc		
<b>TAGS</b>	<a href="#">APCC</a> <a href="#">Contact Centers</a>				

Pág. 10

## APCC entrega “Bolsas Talentum” a colaboradores de Contact Centers

A Associação Portuguesa de Contact Centers (APCC) entregou as primeiras Bolsas Talentum a quatro colaboradoras do Setor de Contact Centers, num total de 14 candidaturas. Alexandra Inácio, da Close to Customers, Ângela Alves, do Millenniumbcsp, Carla Raposo, da Close to Customers, e Cecília Craveiro, da Sibs, foram as contempladas com uma bolsa de 1.500 euros cada, cujo objetivo passa por apoiar o crescimento profissional e a formação dos Colaboradores desta Indústria.

A análise das candidaturas ficou a cargo de um júri composto por Ana Pinto, “head of Customer Service” na Tranquilidade, Cláudia Serra, diretora de Apoio e Voz do Cliente nos CTT, Magda Lapa, “head of Game Operations” nos Jogos Santa Casa, Márcia Machado, “senior Sales” na Executive Genesys Portugal, e Susana Cipriano, diretora da APCC e “head of Contact Center” no Millenniumbcsp, também responsável pelo projeto.

“Num setor que emprega mais de 104 mil pessoas em permanente contacto com os clientes, a formação e o autodesenvolvimento são fatores diferenciadores e de extrema importância. Com as Bolsas Talentum, a APCC pretende valorizar e incentivar os colaboradores a adquirirem competências a vários níveis, contribuindo assim para a prestação de um serviço de excelência”, explica Ana Gonçalves, Secretária-Geral da APCC.

A entrega das Bolsas Talentum tem uma periodicidade anual. Podem ser candidatos a estas bolsas todos os colaboradores das empresas associadas da APCC que cumpram os requisitos necessários.

Setor emprega mais de 104 mil pessoas

**SUPLEMENTO METAL**

**METAL PORTUGAL**

**voltou a brilhar**

**na Hannover Messe**

**Pág. 10**

# APCC entrega “Bolsas Talentum” a colaboradores de Contact Centers



A Associação Portuguesa de Contact Centers (APCC) entregou as primeiras Bolsas Talentum a quatro colaboradoras do Setor de Contact Centers, num total de 14 candidaturas. Alexandra Inácio, da Close to Customers, Ângela Alves, do Millenniumbcp, Carla Raposo, da Sibis, foram as contempladas com uma bolsa de 1.500 euros cada, cujo objetivo passa por apoiar o crescimento profissional e a formação dos Colaboradores desta Indústria.

A análise das candidaturas ficou a cargo de um júri composto por Ana Pinto, “head of Customer Service” na

## Setor emprega mais de 104 mil pessoas

Tranquilidade, Cláudia Serra, diretora de Apoio e Voz do Cliente nos CTT, Magda Lapa, “head of Game Operations” nos Jogos Santa Casa, Márcia Machado, “senior Sales” na Executive Genesys Portugal, e Susana Cipriano, diretora da APCC e “head of Contact Center” no Millenniumbcp, também responsável pelo projeto.

“Num setor que emprega mais de

104 mil pessoas em permanente contacto com os clientes, a formação e o autodesenvolvimento são fatores diferenciadores e de extrema importância. Com as Bolsas Talentum, a APCC pretende valorizar e incentivar os colaboradores a adquirirem competências a vários níveis, contribuindo assim para a prestação de um serviço de excelência”, explica Ana Gonçalves, Secretária-Geral da APCC.

A entrega das Bolsas Talentum tem uma periodicidade anual. Podem ser candidatos a estas bolsas todos os colaboradores das empresas associadas da APCC que cumpram os requisitos necessários.

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

PONTOS DE VISTA 

Wed, 26 Apr 2023

# APCC entrega as primeiras quatro “Bolsas Talentum” a Colaboradores da Indústria de Contact Centers

<b>FREQUENCY</b>	Daily	<b>MEDIA TYPE</b>	Website	<b>OUTLET COUNTRY</b>	Portugal
<b>OUTLET LANGUAGE</b>	Portuguese	<b>AVE</b>	€ 39	<b>IMPRESSIONS</b>	125
<b>MUV</b>	5,000				
<b>TAGS</b>	<a href="#">APCC</a> <a href="#">Contact Centers</a>				

A Associação Portuguesa dos Contact Centers (APCC) entregou, no passado dia 20 de abril, as primeiras Bolsas Talentum a quatro colaboradoras do Setor de Contact Centers, num total de 14 candidaturas

30

Alexandra Inácio, da Close to Customers, Ângela Alves, do Millenniumbcp, Carla Raposo, da Close to Customers, e Cecília Craveiro, da SibS, foram as contempladas com uma bolsa de 1.500 euros cada, cujo objetivo passa por apoiar o crescimento profissional e a formação dos Colaboradores desta Indústria.

A análise das candidaturas ficou a cargo de um júri composto por Ana Pinto, Head of Customer Service na Tranquilidade, Cláudia Serra, Diretora de Apoio e Voz do Cliente nos CTT, Magda Lapa, Head of Game Operations nos Jogos Santa Casa, Márcia Machado, Senior Sales na Executive Genesys Portugal, e Susana Cipriano, Diretora da APCC e Head of Contact Center no Millenniumbcp, também responsável pelo projeto.

“Num Setor que emprega mais de 104 mil pessoas em permanente contacto com os Clientes, a formação e o autodesenvolvimento são fatores diferenciadores e de extrema importância. Com as Bolsas Talentum, a APCC pretende valorizar e incentivar os Colaboradores a adquirirem competências a vários níveis, contribuindo assim para a prestação de um serviço

de excelência”, explica Ana Gonçalves, Secretária-Geral da APCC.

A entrega das Bolsas Talentum tem uma periodicidade anual. Podem ser candidatos a estas bolsas todos os Colaboradores das Empresas Associadas da APCC que cumpram os requisitos necessários.



Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

DISTRIBUIÇÃO HOJE 

Wed, 26 Apr 2023

# APCC entrega Bolsas Talentum para apoiar a valorização dos colaboradores de contact centers - Distribuição Hoje

<b>FREQUENCY</b>	Daily	<b>MEDIA TYPE</b>	Website	<b>OUTLET COUNTRY</b>	Portugal
<b>OUTLET LANGUAGE</b>	Portuguese	<b>AVE</b>	€ 180	<b>IMPRESSIONS</b>	574
<b>MUV</b>	22,960				
<b>TAGS</b>	<span>APCC</span> <span>Contact Centers</span>				

A Associação Portuguesa dos Contact Centers (APCC) entregou no passado dia 20 de abril as primeiras Bolsas Talentum a quatro colaboradoras do setor de contact centers, com vista a apoiar o crescimento profissional e a formação dos colaboradores desta indústria.

“As bolsas foram atribuídas a Alexandra Inácio, da Close to Customers, Ângela Alves, do Millenniumbcp, Carla Raposo, da Close to Customers, e Cecília Craveiro, da Sibs”, pode ler-se em comunicado. As contempladas, entre 14 candidaturas, receberam uma bolsa de 1.500 euros cada.

A análise das candidaturas ficou a cargo de um júri composto por Ana Pinto, head of customer service na Tranquilidade, Cláudia Serra, diretora de apoio e voz do cliente nos CTT, Magda Lapa, head of game operations nos Jogos Santa Casa, Márcia Machado, senior sales na executive Genesys Portugal, e Susana Cipriano, diretora da APCC e head of contact center no Millenniumbcp, também responsável pelo projeto.

“Num setor que emprega mais de 104 mil pessoas em permanente contacto com os clientes, a formação e o autodesenvolvimento são fatores diferenciadores e de extrema importância. Com as Bolsas Talentum, a APCC pretende valorizar e incentivar os colaboradores a adquirirem competências a vários níveis, contribuindo assim para a prestação de um serviço de excelência”, explica Ana Gonçalves, secretária-geral da APCC.

A entrega das Bolsas Talentum tem uma periodicidade anual. Podem ser candidatos a estas bolsas todos os colaboradores das empresas associadas da APCC que cumpram os requisitos necessários.

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

NOTÍCIAS AO MINUTO 

Mon, 24 Apr 2023

# Contact centers. APCC entregou quatro bolsas a colaboradores

<b>FREQUENCY</b>	Daily	<b>MEDIA TYPE</b>	Website	<b>OUTLET COUNTRY</b>	Portugal
<b>OUTLET LANGUAGE</b>	Portuguese	<b>AVE</b>	€ 27,688	<b>IMPRESSIONS</b>	88,038
<b>MUV</b>	3,521,520				
<b>TAGS</b>	<a href="#">APCC</a>				

Cada bolsa tinha o valor de 1.500 euros.

A Associação Portuguesa de Contact Centers (APCC) anunciou hoje ter entregado, na quinta-feira, as primeiras Bolsas Talentum a quatro colaboradoras do setor de contact centers, num total de 14 candidaturas.

Em comunicado, a APCC avança que Alexandra Inácio, da Close to Customers, Ângela Alves, do Millenniumbcp, Carla Raposo, da Close to Customers, e Cecília Craveiro, da Sibs, foram as contempladas com uma bolsa de 1.500 euros cada, cujo objetivo passa por "apoiar o crescimento profissional e a formação dos colaboradores desta indústria".

"Num setor que emprega mais de 104 mil pessoas em permanente contacto com os clientes, a formação e o auto desenvolvimento são fatores diferenciadores e de extrema importância. Com as Bolsas Talentum, a APCC pretende valorizar e incentivar os colaboradores a adquirirem competências a vários níveis, contribuindo assim para a prestação de um serviço de excelência", explica a secretária-geral da APCC, Ana Gonçalves, citada no comunicado.

Leia Também: Binance integra ChatGPT na plataforma de educação sobre criptomoedas ❄

The screenshot displays the APCC website's content. At the top, there's a navigation bar with 'ECONOMIA - MINUTO' and various market indicators. The main headline reads 'Contact centers. APCC entregou quatro bolsas a colaboradores', with a sub-headline 'Cada bolsa tinha o valor de 1500 euros'. Below this is an image of a hand holding a pen over a laptop keyboard. The article text discusses the APCC's initiative to reward its employees with four bags of 1500 euros each, distributed to four winners: Catarina, Ângela, Ana, and Filipa. It also mentions that the APCC provides training and development opportunities for its staff.

Below the article, there are several sections: 'RECOMENDADOS PARA SI' with a 'SEJA O PRIMEIRO A SABER' button; 'CLASSIFICADOS AUTO' featuring a grid of car listings with images and prices; 'LEIA TAMBÉM' with a grid of related article thumbnails; and 'ÚLTIMAS NOTÍCIAS' with a grid of recent news items.

At the bottom of the page, there is a 'NEWSLETTER' sign-up section with the heading 'SEJA O PRIMEIRO A SABER' and a form for email registration. The footer includes 'NOTÍCIAS - MINUTO', a 'MENU' with various links, and an 'APP' download button.

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

NOTÍCIAS DE VISEU 

Fri, 14 Apr 2023

# O que dizem os clientes atuais da Goldenergy?

<b>FREQUENCY</b>	Daily	<b>MEDIA TYPE</b>	Website	<b>OUTLET COUNTRY</b>	Portugal
<b>OUTLET LANGUAGE</b>	Portuguese	<b>AVE</b>	€ 94	<b>IMPRESSIONS</b>	301
<b>MUV</b>	12,040				
<b>TAGS</b>	<a href="#">APCC</a> <a href="#">Contact Centers</a>				

Quais serão as opiniões sobre a Goldenergy por parte dos seus clientes?

Apesar de esta comercializadora de energias renováveis alcançar cada vez mais espaço no mercado, é facto que a oferta de eletricidade verde e gás natural não basta para atrair, fidelizar e despertar boas opiniões entre os clientes da Goldenergy.

É preciso saber o que os consumidores domésticos e empresariais precisam e esperam de uma comercializadora.

Seriam preços baixos? Se sim, fique a saber que a Goldenergy mantém o preço do seu kWh desde 2022. Ou seja, mesmo quando os preços de todos os produtos e serviços dispararam.

Não por acaso a Goldenergy é agora considerada a 3ª maior comercializadora de Portugal, tendo ultrapassado os 510.000 pontos de fornecimento.

Ou será que o que os clientes esperam é um atendimento ao cliente de excelência por parte da Goldenergy?

Independentemente das opiniões, esta é uma expectativa justa, afinal todos queremos um bom retorno do investimento que fazemos no nosso bem-estar.

E porque esta comercializadora quer exceder as expectativas de todos, o atendimento ao cliente é uma das suas grandes vantagens, nas opiniões dos clientes Goldenergy.

## Atendimento ao cliente: um diferencial da Goldenergy

Os prémios que conquista no mercado são prova de que as opiniões sobre a Goldenergy são, na sua maioria, muito positivas.

\* Em 2023 a Goldenergy ganhou pelo terceiro ano consecutivo o Prémio Escolha do Consumidor na categoria Energias 100% Renováveis.

Todas as marcas premiadas completaram os atributos exigidos e valorizados pelos consumidores, atingindo os graus de satisfação mais elevados.

\* Em 2022 a Goldenergy entrou para o Ranking de Empresas do Merco Líderes 2022, ocupando o 72º lugar na lista das 100 empresas com melhor reputação em Portugal.

\* Também em 2022 a Goldenergy conquistou os Troféus Call Center nas categorias Atendimento nas Redes Sociais e Atendimento em Língua Estrangeira.

\* A colaboradora Inês Monteiro recebeu, no ano passado, o prémio da APCC – Associação Portuguesa de Contact Centers, que a elegeu a “Melhor Agente de Call Center”.

\* A Goldenergy ganhou ainda o troféu APCC BEST AWARDS 2022, que reconheceu que o seu contact center é o 3º melhor de gestão própria entre as empresas de Portugal.

Mas se estes prémios são a confirmação de que as opiniões sobre a Goldenergy são amplamente positivas, porquê não darmos voz aos clientes satisfeitos?

Veja o que dizem os mais altos peritos em avaliar a excelência da prestação de serviços: os consumidores e as suas opiniões sobre a Goldenergy.

## Opiniões sobre a Goldenergy

Os clientes da Goldenergy partilham opiniões nos mais diversos canais online disponíveis na internet: nas redes sociais, nos perfis das lojas do Google e nos sites de avaliações de empresas.

Veja o que dizem os mais altos peritos em avaliar a excelência da prestação de serviços: os consumidores e as suas opiniões sobre a Goldenergy.

\* “É uma alegria receber uma conta de luz e gás realmente baixa. Dei contagens pela

aplicação (muito prática de usar), e recebo hoje o valor a pagar. Cliente ainda 'fresquinho' mas muito satisfeito."

\* "Eles instalaram um painel solar cá em casa e estou muito satisfeita!"

\* "Bom para o ambiente e em conta."

\* "Eu estou muito satisfeita. Já mudei há uns anos e pago menos que pagava noutra comercializadora."

\* "Fui à loja deles esta semana e nem tive de esperar numa fila.. muito bom!"

\* "Sou cliente da Goldenergy já vai para 2 anos, e sem dúvida alguma é a melhor empresa de energia elétrica que já tive contrato e com certeza vou continuar com eles, atendimento classe A, App classe A, a tarifa mais baixa que paguei até hoje."

\* "Parabéns pelo sucesso. A minha escolha que me deixa feliz. Protejo o Planeta e é mais barata."

\* "É a melhor empresa de energia elétrica que já tive contrato e com certeza vou continuar com eles, atendimento classe A, App classe A, a tarifa mais baixa que paguei até hoje."

\* "Mudei-me para o Porto e instalaram gás natural na minha casa e estou muito satisfeito :)"

As opiniões sobre a Goldenergy servem-lhe de convite: se quer juntar-se aos milhares de consumidores satisfeitos com esta comercializadora, adira às boas energias da Goldenergy.

Ligue para o 808 205 005 ou deixe o seu contato e a Goldenergy liga-lhe. Porque um futuro mais sustentável constrói-se com as decisões de hoje!

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

NEWMEN 

Fri, 14 Apr 2023

# BPI lança assistente digital omnicanal com inteligência artificial da AgentifAI

<b>FREQUENCY</b>	Daily	<b>MEDIA TYPE</b>	Website	<b>OUTLET COUNTRY</b>	Portugal
<b>OUTLET LANGUAGE</b>	Portuguese	<b>AVE</b>	€ 44	<b>IMPRESSIONS</b>	142
<b>MUV</b>	5,680				
<b>TAGS</b>	<a href="#">Contact Centers</a>				

Novo assistente digital servirá, numa primeira fase, os clientes do serviço de banca telefónica BPI Directo, assegurando o serviço de Contact Center.

O BPI lançou um assistente digital suportado por tecnologia de inteligência artificial (IA) desenvolvida em Portugal. Este assistente omnicanal estará disponível 24 horas por dia, 7 dias por semana e servirá os clientes do BPI Directo. Numa primeira fase estará disponível no canal telefónico, assegurando o serviço de Contact Center, estando planeado o roll-out faseado aos diferentes canais de contacto do Banco.

O assistente agora lançado tem por base tecnologia de IA desenvolvida pela empresa portuguesa AgentifAI. A tecnológica de Braga foi distinguida internacionalmente com vários prémios de relevo na área financeira, sendo o mais recente o “Best Use of AI – Intelligent Assistant” nos Banking Tech Awards.

“Selecionámos a AgentifAI por fornecer uma experiência humanizada omnicanal, em especial no canal de voz, ter um rápido ‘time-to-market’ e por ser uma solução comprovada no mercado bancário”, afirma Sérgio Miguel Santos, diretor executivo da Banca Digital do BPI. “Acreditamos que esta solução será um grande avanço na experiência do cliente com o BPI. Estamos muito entusiasmados em oferecer esta solução inovadora aos nossos clientes, especialmente num momento em que a experiência de cliente nos serviços digitais é determinante na diferenciação das empresas”, refere.

Para Rui Lopes, CEO da AgentifAI, “é com grande entusiasmo que assinalamos a parceria com




o BPI, um Banco que se distingue pela procura de inovação com vista à excelência de serviço aos seus clientes. Esta parceria reforça a liderança da AgentifAI no domínio do 'Conversacional AI' na Banca com uma solução de Voice Assistant. Colocamos assim a tecnologia de AI ao serviço da eficiência operacional com uma superior experiência de cliente”.

Um dos elementos diferenciadores da solução lançada pelo BPI, reside na capacidade de manter uma conversa natural e humanizada, criando uma experiência personalizada e única para os clientes BPI. O uso de técnicas avançadas de processamento de linguagem natural e de desenho conversacional pela AgentifAI, permite disponibilizar interações mais humanizadas, fluidas e naturais, proporcionando respostas efetivas com uma experiência geradora de maior satisfação e envolvimento dos clientes.

A solução está agora disponível para todos os clientes do BPI Directo.

Saiba mais sobre Tecnologia, clicando aqui. ✨

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

FORBES (PT) 

Wed, 12 Apr 2023

# BPI lança assistente digital omnicanal com inteligência artificial da portuguesa AgentifAI

<b>FREQUENCY</b>	Daily	<b>MEDIA TYPE</b>	Website	<b>OUTLET COUNTRY</b>	Portugal
<b>OUTLET LANGUAGE</b>	Portuguese	<b>AVE</b>	€ 150	<b>IMPRESSIONS</b>	476
<b>MUV</b>	19,040				
<b>TAGS</b>	<a href="#">Contact Centers</a>				

A tecnologia de Inteligência Artificial que o BPI está a usar para lançar um assistente digital foi desenvolvida pela AgentifAI, uma tech de Braga. Permite uma conversa natural e humanizada.

O BPI lançou um assistente digital suportado por tecnologia de inteligência artificial (IA) desenvolvida em Portugal.

Este assistente omnicanal estará disponível 24 horas por dia, 7 dias por semana e servirá os clientes do BPI Directo.

Numa primeira fase estará disponível no canal telefónico, assegurando o serviço de Contact Center, estando planeado o roll-out faseado aos diferentes canais de contacto do Banco.

O assistente agora lançado tem por base tecnologia de IA desenvolvida pela empresa portuguesa AgentifAI, uma tecnológica de Braga distinguida internacionalmente com vários prémios de relevo na área financeira, sendo o mais recente o "Best Use of AI – Intelligent Assistant" nos Banking Tech Awards.

"Acreditamos que esta solução será um grande avanço na experiência do cliente com o BPI. Estamos muito entusiasmados em oferecer esta solução inovadora aos nossos clientes, especialmente num momento em que a experiência de cliente nos serviços digitais é

determinante na diferenciação das empresas”, diz Sérgio Miguel Santos, diretor executivo da Banca Digital do BPI.

“Selecionamos a AgentifAI por fornecer uma experiência humanizada omnicanal, em especial no canal de voz, ter um rápido ‘time-to-market’ e por ser uma solução comprovada no mercado bancário”, afirma Sérgio Miguel Santos, diretor executivo da Banca Digital do BPI.

Para Rui Lopes, CEO da AgentifAI, “esta parceria reforça a liderança da AgentifAI no domínio do ‘Conversacional AI’ na Banca com uma solução de Voice Assistant. Colocamos assim a tecnologia de AI ao serviço da eficiência operacional com uma superior experiência de cliente.”

Um dos elementos diferenciadores da solução lançada pelo BPI, reside na capacidade de manter uma conversa natural e humanizada, criando uma experiência personalizada e única para os clientes BPI.

O uso de técnicas avançadas de processamento de linguagem natural e de desenho conversacional pela AgentifAI, permite disponibilizar interações mais humanizadas, fluidas e naturais, proporcionando respostas efetivas com uma experiência geradora de maior satisfação e envolvimento dos clientes.

A assistente digital "Alice", criada pela AgentifAI já é usada pela Caixa Geral de Depósitos (na app Caixa Directa) e pelo grupo Lusíadas, através do robô Lusi.

Leia também: ❁

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

JORNAL ECONÓMICO 

Tue, 11 Apr 2023

# BPI lança assistente digital omnicanal com inteligência artificial da AgentifAI

<b>FREQUENCY</b>	Daily	<b>MEDIA TYPE</b>	Website	<b>OUTLET COUNTRY</b>	Portugal
<b>OUTLET LANGUAGE</b>	Portuguese	<b>AVE</b>	€ 2,621	<b>IMPRESSIONS</b>	8,331
<b>MUV</b>	333,240				
<b>TAGS</b>	<a href="#">Contact Centers</a>				

Em comunicado, o BPI diz que “este assistente omnicanal estará disponível 24 horas por dia, 7 dias por semana e servirá os clientes do BPI Directo. Numa primeira fase estará disponível no canal telefónico, assegurando o serviço de Contact Center, estando planeado o roll-out faseado aos diferentes canais de contacto do banco”.

Depois de ser o primeiro banco do mundo a criar um balcão virtual no Metaverso em Realidade Virtual; de lançar uma agência All-In-One (com atendimento com um robot concierge), o BPI lançou um assistente digital suportado por tecnologia de inteligência artificial (IA) desenvolvida pela empresa portuguesa AgentifAI. O banco liderado por João Pedro Oliveira e Costa está mesmo determinado a ser o banco comercial mais tecnológico do mercado.

Em comunicado, o BPI diz que “este assistente omnicanal estará disponível 24 horas por dia, 7 dias por semana e servirá os clientes do BPI Directo. Numa primeira fase estará disponível no canal telefónico, assegurando o serviço de Contact Center, estando planeado o roll-out faseado aos diferentes canais de contacto do banco”.

A solução está agora disponível para todos os clientes do BPI Directo.

O assistente agora lançado tem por base tecnologia de IA desenvolvida pela empresa portuguesa AgentifAI. A tecnológica de Braga foi distinguida internacionalmente com vários prémios de relevo na área financeira, sendo o mais recente o “Best Use of AI – Intelligent Assistant” nos Banking Tech Awards.

Um dos elementos diferenciadores da solução lançada pelo BPI, reside na capacidade de manter uma conversa natural e humanizada, criando uma experiência personalizada e única para os clientes BPI. “O uso de técnicas avançadas de processamento de linguagem natural e de desenho conversacional pela AgentifAI, permite disponibilizar interações mais humanizadas, fluidas e naturais, proporcionando respostas efetivas com uma experiência geradora de maior satisfação e envolvimento dos clientes”, lê-se na nota.

“Selecionamos a AgentifAI por fornecer uma experiência humanizada omnicanal, em especial no canal de voz, ter um rápido ‘time-to-market’ e por ser uma solução comprovada no mercado bancário.” afirma Sérgio Miguel Santos, diretor executivo da Banca Digital do BPI. “Acreditamos que esta solução será um grande avanço na experiência do cliente com o BPI. Estamos muito entusiasmados em oferecer esta solução inovadora aos nossos clientes, especialmente num momento em que a experiência de cliente nos serviços digitais é determinante na diferenciação das empresas.”

Já Rui Lopes, CEO da AgentifAI, saliente a “procura de inovação com vista à excelência de serviço aos seus clientes” do BPI.

“Esta parceria reforça a liderança da AgentifAI no domínio do ‘Conversacional AI’ na Banca com uma solução de Voice Assistant. Colocamos assim a tecnologia de AI ao serviço da eficiência operacional com uma superior experiência de cliente”, acrescenta o CEO. ✨

**O Jornal Económico** | EDIÇÃO JORNAL | ECONOMIA | ATUALIDADE | SUPLEMENTOS | SUBSCRITORES | CONTACTO | SERVIÇO CHANNEL

INÍCIO | ECONOMIA | POLÍTICA | EMPRESAS | MERCADOS | ADVISORY | MUNDO | ET CETERA | JE TV | OPINIÃO | EVENTOS | PODCASTS | Q | MENU


---

**BPI lança assistente digital omnicanal com inteligência artificial da AgentiAI**

Notícia publicada em 23 de Maio de 2023, 12:47

[Facebook](#) [Twitter](#) [LinkedIn](#) [WhatsApp](#) [Print](#)

Em comunicado, o BPI diz que "este assistente omnicanal estará disponível 24 horas por dia, 7 dias por semana e servirá os clientes do BPI Directo. Numa primeira fase estará disponível no canal telefónico, assegurando o serviço de Contact Center, estando planeado o roll-out faseado aos diferentes canais de contacto do banco".



Depois de ser o primeiro banco do mundo a criar um balcão virtual no Metaverso em Realidade Virtual, de lançar uma agência AI-In-One (com atendimento com um robot concierge), o BPI lançou um assistente digital suportado por tecnologia de inteligência artificial (AI) desenvolvida pela empresa portuguesa AgentiAI. O banco liderado por João André Oliveira e Costa está mesmo determinado a ser o banco comercial mais tecnológico do mercado.

Em comunicado, o BPI diz que "este assistente omnicanal estará disponível 24 horas por dia, 7 dias por semana e servirá os clientes do BPI Directo. Numa primeira fase estará disponível no canal telefónico, assegurando o serviço de Contact Center, estando planeado o roll-out faseado aos diferentes canais de contacto do banco".

A solução está agora disponível para todos os clientes do BPI Directo.

O assistente agora lançado tem por base tecnologia de IA desenvolvida pela empresa portuguesa AgentiAI. A tecnologia de Braga foi distinguida internacionalmente com vários prémios de relevo na área financeira, sendo o mais recente o "Best Use of AI - Intelligent Assistant" nos Banking Tech Awards.

Um dos elementos diferenciadores da solução lançada pelo BPI, reside na capacidade de manter uma conversa natural e humanizada, criando uma experiência personalizada e única para os clientes BPI. "O uso de técnicas avançadas de processamento de linguagem natural e de desentorçador conversacional pela AgentiAI, permite disponibilizar interações mais humanizadas, fluidas e naturais, proporcionando respostas eficazes com uma experiência geradora de maior satisfação e envolvimento dos clientes", lê-se na nota.

"Selecionamos a AgentiAI por fornecer uma experiência humanizada omnicanal, em especial no canal de voz, ter um rápido "time-to-market" e por ser uma solução comprovada no mercado bancário", afirma Sérgio Miguel Santos, diretor executivo da Banca Digital do BPI. "Acreditamos que esta solução será um grande avanço na experiência do cliente com o BPI. Estamos muito entusiasmados em oferecer esta solução inovadora aos nossos clientes, especialmente num momento em que a experiência de cliente nos serviços digitais é determinante na diferenciação das empresas".

Já Rui Lopes, CEO da AgentiAI, salienta a "procura de inovação com vista à excelência de serviço aos seus clientes" do BPI.

"Esta parceria reforça a liderança da AgentiAI no domínio do "Conversacional AI" na Banca com uma solução de Voice Assistant. Colocamos assim a tecnologia de AI ao serviço da eficiência operacional com uma superior experiência de cliente", acrescenta o CEO.

[Facebook](#) [Twitter](#) [LinkedIn](#) [WhatsApp](#) [Print](#)

**RECOMENDADAS**

**Procura de seguros de viagem cresce 300% no primeiro trimestre de 2023**

Notícia publicada em 23 de Maio de 2023

O volume deverá subir com a aproximação do período de férias, já que 30% dos seguros são adquiridos na plataforma nos sete dias anteriores à viagem. Tailândia, Indonésia e Turquia entraram este ano no top 10 das pesquisas, revela a plataforma de insurtech portuguesa.

**Santander passa a deter 99,8% da subsidiária mexicana depois da OPA**

Notícia publicada em 23 de Maio de 2023

O objetivo final é excluir sua subsidiária da Bolsa e faz parte da estratégia da entidade presidida por Ana Botella de controlar total de suas subsidiárias mais importantes e fortalecer seus negócios no México.

**Despedimentos no Credit Suisse e UBS devem ser congelados, diz associação de trabalhadores (com áudio)**

Notícia publicada em 23 de Maio de 2023

"Medidas que espolem o nosso trabalho por um congelamento das deslocações até o final de 2023 no parlamento", escreveu a direção geral do SBBP - Swiss Bank Employees' Association, numa carta aberta aos deputados suíços.

[Facebook](#) [Twitter](#) [LinkedIn](#) [WhatsApp](#) [Print](#)

**COMENTÁRIOS**

**O Jornal Económico**

**CONTACTOS**

Rua da Paz  
Edifício Tecnológico, 41, 7º e 8º  
2760-122 Porto Salvo  
[info@jornaleconomico.com](mailto:info@jornaleconomico.com)

Apelo ao assinante: 210 695 300  
[assinatura@medianeira.com](mailto:assinatura@medianeira.com)

**SOCIAL**

[Facebook](#) [Twitter](#) [LinkedIn](#) [Instagram](#)

**SEÇÕES**

- Instituições
- Tecnologia
- Saúde
- Realidade Virtual
- Universidades e Emprego
- Sociedade
- Desporto
- Médicos

**EDIÇÕES**

- Jornal Económico
- Jornal Económico Madeira
- Jornal Económico Cabo Verde
- Spotify Magazine
- Educação Internacional
- Energia & Ambiente

**JORNAL ECONÓMICO**

- Economia
- Objetivo
- Stacy Tax
- Quem é Quem
- Multimédia

**SOBRE**

- Equipa
- Estatuto Editorial
- Código de Ética do jornal Económico
- Manual de Estilo do jornal Económico
- Ficha Técnica e Contactos
- Termos e Condições
- Política de Privacidade

e-mail: [marketing@joe.com](mailto:marketing@joe.com)

**e-goi**

Após o jornalismo independente, nasce o Jornal Económico | ASSINAR | [@jornaleconomico](#)

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

EXECUTIVE DIGEST 

Tue, 11 Apr 2023

# BPI lança assistente digital omnicanal com inteligência artificial desenvolvida em Portugal

<b>FREQUENCY</b>	Daily	<b>MEDIA TYPE</b>	Website	<b>OUTLET COUNTRY</b>	Portugal
<b>OUTLET LANGUAGE</b>	Portuguese	<b>AVE</b>	€ 2,826	<b>IMPRESSIONS</b>	8,985
<b>MUV</b>	359,400				
<b>TAGS</b>	<a href="#">Contact Centers</a>				

O BPI anunciou o lançamento de um assistente digital suportado por tecnologia de inteligência artificial (IA) desenvolvida em Portugal. A tecnologia de IA foi desenvolvida pela AgentifAI, uma tecnológica de Braga, e permite uma conversa natural e humanizada.

O assistente omnicanal estará disponível 24 horas por dia, 7 dias por semana e servirá os clientes do BPI Directo. Numa primeira fase estará disponível no canal telefónico, assegurando o serviço de Contact Center, estando planeado o roll-out faseado aos diferentes canais de contacto do Banco.

Este assistente digital omnicanal permite ao cliente manter uma conversa natural e humanizada, criando uma experiência personalizada e única.

“Seleccionámos a AgentifAI por fornecer uma experiência humanizada omnicanal, em especial no canal de voz, ter um rápido ‘time-to-market’ e por ser uma solução comprovada no mercado bancário,” afirma Sérgio Miguel Santos, diretor executivo da Banca Digital do BPI, acrescentando que o banco acredita que “esta solução será um grande avanço na experiência do cliente com o BPI”.

A tecnológica de Braga que desenvolveu esta tecnologia foi distinguida internacionalmente com vários prémios de relevo na área financeira, sendo o mais recente o “Best Use of AI – Intelligent Assistant” nos Banking Tech Awards.

Para Rui Lopes, CEO da AgentifAI, “é com grande entusiasmo que assinalamos a parceria com o BPI, um Banco que se distingue pela procura de inovação com vista à excelência de serviço aos seus clientes. Esta parceria reforça a liderança da AgentifAI no domínio do ‘Conversacional AI’ na Banca com uma solução de Voice Assistant. Colocamos assim a tecnologia de AI ao serviço da eficiência operacional com uma superior experiência de cliente.”

Ler Mais ✱



Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

GRANDE CONSUMO 

Tue, 11 Apr 2023

# BPI lança assistente digital omnicanal com inteligência artificial da AgentifAI

<b>FREQUENCY</b>	Daily	<b>MEDIA TYPE</b>	Website	<b>OUTLET COUNTRY</b>	Portugal
<b>OUTLET LANGUAGE</b>	Portuguese	<b>AVE</b>	€ 179	<b>IMPRESSIONS</b>	569
<b>MUV</b>	22,760				
<b>TAGS</b>	<a href="#">Contact Centers</a>				

O BPI lançou um assistente digital suportado por tecnologia de inteligência artificial (IA) desenvolvida em Portugal. Este assistente omnicanal estará disponível 24 horas por dia, 7 dias por semana e servirá os clientes do BPI Directo. Numa primeira fase estará disponível no canal telefónico, assegurando o serviço de Contact Center, estando planeado o roll-out faseado aos diferentes canais de contacto do Banco.

O assistente agora lançado tem por base tecnologia de IA desenvolvida pela empresa portuguesa AgentifAI. A tecnológica de Braga foi distinguida internacionalmente com vários prémios de relevo na área financeira, sendo o mais recente o "Best Use of AI – Intelligent Assistant" nos Banking Tech Awards.

Para Rui Lopes, CEO da AgentifAI, "é com grande entusiasmo que assinalamos a parceria com o BPI, um Banco que se distingue pela procura de inovação com vista à excelência de serviço aos seus clientes. Esta parceria reforça a liderança da AgentifAI no domínio do 'Conversacional AI' na Banca com uma solução de Voice Assistant. Colocamos assim a tecnologia de AI ao serviço da eficiência operacional com uma superior experiência de cliente".

## Experiência humanizada

"Selecionámos a AgentifAI por fornecer uma experiência humanizada omnicanal, em especial no canal de voz, ter um rápido 'time-to-market' e por ser uma solução comprovada no mercado bancário", afirma Sérgio Miguel Santos, diretor executivo da Banca Digital do

BPI. “ Acreditamos que esta solução será um grande avanço na experiência do cliente com o BPI. Estamos muito entusiasmados em oferecer esta solução inovadora aos nossos clientes, especialmente num momento em que a experiência de cliente nos serviços digitais é determinante na diferenciação das empresas “, refere.

Um dos elementos diferenciadores da solução lançada pelo BPI, reside na capacidade de manter uma conversa natural e humanizada, criando uma experiência personalizada e única para os clientes BPI.

O uso de técnicas avançadas de processamento de linguagem natural e de desenho conversacional pela AgentifAI, permite disponibilizar interações mais humanizadas, fluidas e naturais, proporcionando respostas efetivas com uma experiência geradora de maior satisfação e envolvimento dos clientes.

A solução está agora disponível para todos os clientes do BPI Directo. ✨

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

TECHBIT 

Tue, 11 Apr 2023

# BPI lança assistente digital omnicanal com inteligência artificial da AgentifAI | TechBit

<b>FREQUENCY</b>	N/A	<b>MEDIA TYPE</b>	Website	<b>OUTLET COUNTRY</b>	Portugal
<b>OUTLET LANGUAGE</b>	Portuguese	<b>AVE</b>	€ 62	<b>IMPRESSIONS</b>	196
<b>MUV</b>	7,840				
<b>TAGS</b>	<a href="#">Contact Centers</a>				

 Ouvir o post

Depois de lançar um balcão digital no Metaverso, o BPI continua a apostar e novas formas de interagir com os seus clientes.

Conheça agora a nova assistente omnicanal, suportada por inteligência artificial, que irá ajudar no atendimento dos seus clientes.

O BPI lançou um assistente digital suportado por tecnologia de inteligência artificial (IA) desenvolvida em Portugal.

Este assistente omnicanal estará disponível 24 horas por dia, 7 dias por semana e servirá os clientes do BPI Directo.

Numa primeira fase estará disponível no canal telefónico, assegurando o serviço de Contact Center, estando planeado o roll-out faseado aos diferentes canais de contacto do Banco.

O assistente agora lançado tem por base tecnologia de IA desenvolvida pela empresa portuguesa AgentifAI. A tecnológica de Braga foi distinguida internacionalmente com vários prémios de relevo na área financeira, sendo o mais recente o "Best Use of AI – Intelligent Assistant" nos Banking Tech Awards.

> Selecionamos a AgentifAI por fornecer uma experiência humanizada omnicanal, em especial no canal de voz, ter um rápido 'time-to-market' e por ser uma solução comprovada no mercado bancário. Acreditamos que esta solução será um grande avanço na experiência do cliente com o BPI. Estamos muito entusiasmados em oferecer esta solução inovadora aos nossos clientes, especialmente num momento em que a experiência de cliente nos serviços digitais é determinante na diferenciação das empresas.

Sérgio Miguel Santos, diretor executivo da Banca Digital do BPI.

> É com grande entusiasmo que assinalamos a parceria com o BPI, um Banco que se distingue pela procura de inovação com vista à excelência de serviço aos seus clientes. Esta parceria reforça a liderança da AgentifAI no domínio do 'Conversacional AI' na Banca com uma solução de Voice Assistant. Colocamos assim a tecnologia de AI ao serviço da eficiência operacional com uma superior experiência de cliente.

Rui Lopes, CEO da AgentifAI

Um dos elementos diferenciadores da solução lançada pelo banco, reside na capacidade de manter uma conversa natural e humanizada, criando uma experiência personalizada e única para os clientes BPI.

O uso de técnicas avançadas de processamento de linguagem natural e de desenho conversacional pela AgentifAI, permite disponibilizar interações mais humanizadas, fluidas e naturais, proporcionando respostas efetivas com uma experiência geradora de maior satisfação e envolvimento dos clientes.

A solução está agora disponível para todos os clientes do BPI Directo.

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

NEWS CISION 

Tue, 11 Apr 2023

# BPI lança assistente digital omnicanal com inteligência artificial da portuguesa AgentifAI

<b>FREQUENCY</b>	Daily	<b>MEDIA TYPE</b>	Website	<b>OUTLET COUNTRY</b>	Portugal
<b>OUTLET LANGUAGE</b>	Portuguese	<b>AVE</b>	€ 3,069	<b>IMPRESSIONS</b>	9,758
<b>MUV</b>	390,320				
<b>TAGS</b>	<a href="#">Contact Centers</a>				

BPI LANÇA ASSISTENTE DIGITAL OMNISCANAL COM INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL DA PORTUGUESA AGENTIFAI

ter, abr 11, 2023 10:46 CET Report this content

Informação à Imprensa – 11 de abril de 2023

\* NOVO ASSISTENTE DIGITAL SERVIRÁ, NUMA PRIMEIRA FASE, OS CLIENTES DO SERVIÇO DE BANCA TELEFÓNICA BPI DIRECTO, ASSEGURANDO O SERVIÇO DE CONTACT CENTER.

\* A TECNOLOGIA DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL FOI DESENVOLVIDA PELA AGENTIFAI, UMA TECNOLÓGICA DE BRAGA, E PERMITE UMA CONVERSA NATURAL E HUMANIZADA.

Tags: ✳

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

DISTRIBUIÇÃO HOJE 

Mon, 10 Apr 2023

# Tecnologia e empatia de mãos dadas. O match de sucesso para os contact centers? - Distribuição Hoje

<b>FREQUENCY</b>	Daily	<b>MEDIA TYPE</b>	Website	<b>OUTLET COUNTRY</b>	Portugal
<b>OUTLET LANGUAGE</b>	Portuguese	<b>AVE</b>	€ 116	<b>IMPRESSIONS</b>	368
<b>MUV</b>	14,720				
<b>TAGS</b>	<a href="#">Contact Centers</a>				

A inteligência artificial e o machine learning já são uma tendência no setor do apoio ao cliente. Apesar disso, a empatia e a ligação humana entre colaboradores e consumidores continua a ganhar peso e a mostrar-se determinante na jornada de compra. Pode a tecnologia ajudar o ser humano a ser mais empático? Perceba como.

O equilíbrio entre humanização e robotização é uma questão incontornável nos contact centers. Se por um lado é impossível negar que a automação permite reduzir custos, simplificar processos e melhorar o tempo de respostas, a empatia e o contacto humano continuam a ser valorizadas, principalmente, em questões mais complexas. De acordo com um estudo da TCN, sete em cada dez consumidores americanos prefere falar com um operador humano.

Os chatbots com recurso ao processamento de língua natural, a automação dos processos e a utilização de algoritmos para avaliar as interações podem auxiliar o operador do contact center nas suas interações com os clientes, permitindo ao colaborador responder mais facilmente às perguntas mais complexas, com o tom certo e mantendo a empatia.

“Nos contacts centers, muitas vezes queremos pressionar por maior produtividade e eficiência”, afirma o strategy and optimization leader da Call Design North America, Dan Smitley. “Vemos o número de chamadas na fila ou as chamadas que abandonamos e queremos correr para a próxima interação. Mas quando fazemos isso, deixamos de pensar

nos nossos clientes como pessoas e muitas vezes acabamos por encará-los como problemas e seguimos em frente”, alerta o operador.

Com mais tempo libertado, resultado da utilização dos chatbots para questões mais simples, é possível dar tempo aos operadores para ouvir as necessidades dos consumidores e criar empatia, melhorando a capacidade de comunicação com os mesmos.

A própria tecnologia pode ainda ser utilizada para medir a empatia gerada na conversa e auxiliar o operador na tomada de decisão, ajudando-o a tornar-se melhor profissional.

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

LINK TO LEADERS [🔗](#)

Mon, 10 Apr 2023

# “A lealdade permite construir equipas que funcionam muito bem umas com as outras”

<b>FREQUENCY</b>	Daily	<b>MEDIA TYPE</b>	Website	<b>OUTLET COUNTRY</b>	Portugal
<b>OUTLET LANGUAGE</b>	Portuguese	<b>AVE</b>	€ 189	<b>IMPRESSIONS</b>	599
<b>MUV</b>	23,960				
<b>TAGS</b>	<a href="#">Contact Centers</a>				

> Contratar cerca de 1000 novos colaboradores, nos próximos dois anos, e ajudar os clientes a fortalecer o seu desenvolvimento internacional, são algumas das metas da Armatís, afirmou Pedro Alves, o novo Country Manager da empresa em Portugal.

Especialista na gestão da relação com o cliente, a Armatís é um grupo internacional francês que está no mercado há mais de 30 de três décadas, e está presente em 21 sites. Atua nos setores de Customer Interaction e Customer Experience e no mercado nacional marca presença em Lisboa, Porto e Guimarães.

No final de março, a empresa apresentou um novo country manager para o mercado português. Pedro Alves, que anteriormente desempenhava o cargo de Multi Site Director, assumiu o cargo e, agora, partilha com o Link to Leaders os objetivos que pretende alcançar nesta nova fase da empresa.

Qual o core business da Armatís?

Sob a assinatura Your Customer First, a Armatís posiciona-se no mercado colocando o cliente no centro da sua atenção e atua nas áreas de Customer Interaction e Customer Experience. Em Portugal, está distribuída por três sites – Lisboa, Porto e Guimarães -, e conta com uma equipa de mais de 1.100 colaboradores, onde 66% são mulheres. De realçar, ainda, que 100% destes contratos são celebrados diretamente com a Armatís, dos quais 81% são



efetivos.

> “A lealdade permite construir equipas que funcionam muito bem umas com as outras”.

Que proposta têm para o mercado empresarial nacional? O que vos distingue face à concorrência?

Os nossos valores são o respeito multidirecional. Isso significa respeito pelos clientes, pelos clientes dos nossos clientes e pelos nossos colaboradores. Na minha opinião, se tivermos sempre presente este valor, é possível alcançar outro fundamental, a lealdade, ponto forte do grupo!

A duração média de colaboração com os dez maiores clientes do grupo é de 14 anos, a senioridade da nossa Comissão de Direção é de 17 anos. A lealdade permite construir equipas que funcionam muito bem umas com as outras. Desenvolvem automatismos e são capazes de responder com precisão às expectativas dos clientes, com respostas personalizadas a necessidades específicas. A Armatris foi construída em torno desses valores de crescimento, compromisso, relevância, coesão e respeito pelos valores humanos e pela diversidade. Este é o ADN do nosso grupo.

De que setores de atividade são os vossos clientes?

As nossas parcerias são multissetoriais, vão desde o e-commerce à aviação, das telco ao setor energético, apenas para evidenciar alguns dos setores em que acompanhamos os clientes diariamente.

> “No lado da gestão, transformamos gestores em gestores-coaches (...)”.

Ajudar os clientes a fortalecer o seu desenvolvimento internacional é uma das vossas bandeiras. De que forma põem essa abordagem em prática?

Há muitos ingredientes que precisam de ser bem equilibrados para garantir o sucesso de um desenvolvimento internacional. O primeiro ingrediente é a marca: é uma questão de compreender e transcrever a relação que a marca tem (ou deseja ter) com os seus clientes. Com uma boa compreensão da imagem, do tom, da estratégia comercial e de comunicação da marca, é possível reproduzir esta relação no contacto com o cliente e criar emoções, surpresas e hiper personalização.

O segundo ingrediente é o onboarding dos colaboradores. O onboarding é a última fase de recrutamento e a primeira fase da vida na empresa. É um período crucial para obter o

melhor compromisso dos nossos colaboradores e para imergi-los no mundo da empresa e da marca desde o primeiro dia. Para tal, são trabalhados dois conceitos nesta fase: os valores da marca “Love Brand” e o compromisso “Your Customer First” da Armatís.

O terceiro ingrediente é a construção da equipa. É fundamental criar uma equipa de colaboradores que aprenda a trabalhar em conjunto num espírito de colaboração e benevolência, e a viver uma marca em conjunto.

O quarto ingrediente são os instrumentos pedagógicos. A escolha dos instrumentos de formação é essencial: devem ser experimentais, inovadores e divertidos. O objetivo é criar emoções positivas para ancorar os novos conhecimentos, utilizando situações reais para transpor os novos conhecimentos de forma mais eficaz. Por exemplo, a realidade virtual para dar a impressão de viver dentro da marca; aprendizagem social para profissionalização pelo grupo para além da sala de formação; aprendizagem imersiva para sentir a emoção do cliente no seu contacto físico com a marca e para melhor falar sobre ela, melhor guiar e melhor aconselhar.

O quinto ingrediente é a simetria das emoções e a benevolência de gestão. Um colaborador que se sinta confortável com as suas emoções terá uma maior capacidade de transmiti-las e de acompanhar os clientes.

No lado da gestão, transformamos gestores em gestores-coaches que ajudarão os colaboradores a crescer emocionalmente. Isto significa interessarem-se pelas suas equipas, compreenderem as suas dificuldades e áreas de melhoria, e oferecerem as ferramentas de apoio certas.

> “A expansão para Portugal prende-se com o facto de ser um mercado de oportunidades e crescimento (...)”.

Qual a estratégia do grupo para Portugal? No fundo, quais as expectativas da “casa mãe” face ao mercado nacional?

A expansão para Portugal prende-se com o facto de ser um mercado de oportunidades e crescimento e onde se pretende cimentar a posição como empresa de referência no mercado, criando ligações duradouras com os clientes e colaboradores. Para a atração de novos clientes temos como mais-valia o sucesso em aliar a evolução tecnológica às competências humanas das nossas pessoas, criando ligações customizadas com os nossos clientes fortemente orientadas para a melhoria da experiência do cliente final.

Como referiu, a Armatís está presente com call centers em Lisboa, no Porto e em Guimarães.

Há planos para alargar a atividade a outras localizações?

Os nossos sites de Lisboa, Porto e Guimarães melhoram diariamente a experiência dos clientes dos nossos clientes, através de multicanais de contacto, não só via chamada, mas igualmente via email, sms, chat, website e redes sociais, melhorando a experiência de forma similar em todos eles. O trabalho remoto permite-nos hoje em dia ter uma presença diversificada, sendo que atualmente 25% dos nossos colaboradores trabalham em diversas geografias por trabalho remoto.

> “Prevemos contratar nos próximos dois anos cerca de 1000 novos colaboradores (...)”

Depois de um ano e meio na Armatis, agora passa a liderar as operações da empresa no território nacional. Que metas quer atingir até ao final deste ano?

Temos como objetivo principal continuar o nosso crescimento nos projetos internacionais em Portugal, mas igualmente continuar a acrescentar valor e a acompanhar o crescimento dos clientes nacionais. Prevemos contratar nos próximos dois anos cerca de 1000 novos colaboradores para podermos ter um crescimento sustentável em ambos os mercados, nacional e internacional.

Quais são as suas vossas apostas prioritárias neste momento? Equipa, produto /serviço, tecnologia...

O objetivo passa por termos diariamente as melhores soluções à disposição dos nossos parceiros, isto é, acompanhar os clientes em consultoria através da tradução das trends do mercado e setores, aplicarmos a melhor tecnologia disponível e o melhor talento do mercado aos nossos serviços de Customer Service, Customer Acquisition, Customer Engagement e Customer Relationship Expertise.

E quais são os princípios de que uma empresa não pode abdicar na gestão da sua relação com o cliente?

Trabalhamos para estruturas de diferentes dimensões, incluindo grupos de grande dimensão, mas sobretudo para os seus clientes finais. Para isso, decidimos dirigir-nos aos nossos clientes dizendo: “O mais importante para si é o seu cliente”, daí esta nova assinatura em 2021 “Your Customer First”. Se cuidarmos do cliente do nosso cliente, ele ficará satisfeito, o modelo é virtuoso. Os clientes confiam-nos os seus negócios, de certa forma elevamos a sua imagem e os seus valores. Se fornecermos um trabalho de qualidade, a sua imagem junto dos seus clientes será melhorada. E isso é mensurável graças ao NPS (Net Promoter Score).

O consumidor final está no centro da nossa estratégia. Diante das situações, e às vezes diante de problemas complexos, devemos trazer criatividade, ideias e soluções.

Qual vai ser o próximo nível da Armatís?

O plano da empresa, para o futuro, passa sobretudo por ajudar os clientes a fortalecer o seu desenvolvimento internacional. Empresas como as do e-commerce, por exemplo, que se internacionalizam muito rapidamente. Contamos com um vasto leque de clientes, desde empresas que se estão a externalizar pela primeira vez, como empresas multinacionais que desejam fornecer serviços multilíngues.

Respostas rápidas:

O maior risco: Quem vai mais longe é geralmente aquele que está disposto a arriscar mais.

O maior erro: Acho que ainda está para acontecer.

A maior lição: Cada dia para mim é uma lição.

A maior conquista: Ser pai de duas meninas maravilhosas. ✨