



APCC - Associação Portuguesa de
Contact Center

THU, 06 OCT 2022

Table of Contents

HEADLINE	OUTLET	PUBLISHED AT
Festival de entrega dos prémios da SICCC2022 é já dia 3 de outubro	Pontos De Vista	Fri, 30 Sep 2022
Empresas reforçam investimento contra riscos cibernéticos	Jornal Económico	Fri, 30 Sep 2022
"O maior mito é que a inteligência artificial está aqui para substituir os humanos"	Call Center	Wed, 28 Sep 2022
"As interações do contact center podem fazer ou quebrar uma relação com o cliente"	Call Center	Wed, 28 Sep 2022
EUA: Automação nos contact centers já é uma realidade comum	Call Center	Wed, 28 Sep 2022
Como os sistemas inteligentes estão a mudar a experiência de contact center	Dinheiro Vivo	Fri, 23 Sep 2022
Salesforce reforça capacidade das empresas acelerarem digitalização e crescimento com automação e inteligência — InforGames	InforGames	Mon, 19 Sep 2022
Talkdesk entra no top 10 do Forbes Cloud 100 - Silicon Portugal	Silicon Portugal	Fri, 16 Sep 2022
Estão abertas as inscrições para a Conferência APCC Porto 2022	Pontos De Vista	Fri, 16 Sep 2022
Talkdesk líder no Quadrante Mágico da Gartner	Diário De Notícias	Sat, 10 Sep 2022
GoContact tem novo líder para a América Latina	APDC	Thu, 08 Sep 2022
Unicórnio português Talkdesk posiciona-se como líder no Quadrante Mágico da Gartner	Dinheiro Vivo	Thu, 08 Sep 2022
Escritório da Webhelp em Aveiro entra em funcionamento já este mês. Há 100 vagas até final do ano	MSN Portugal	Wed, 07 Sep 2022
Escritório da Webhelp em Aveiro entra em funcionamento já este mês. Há 100 vagas até final do ano	ECO	Wed, 07 Sep 2022
Fórum JM aborda tema da fixação de jovens	Jornal Da Madeira	Tue, 06 Sep 2022
A IMPORTÂNCIA DOS CONTACT CENTERS PARA A ECONOMIA PORTUGUESA	Portugal Global	Mon, 05 Sep 2022
Opinião: A arte e ciência por detrás da inteligência artificial conversacional	Sapo - Tek	Thu, 01 Sep 2022

KPI Summary



17

Articles



283.24k

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.

PONTOS DE VISTA 

Fri, 30 Sep 2022

Festival de entrega dos prémios da SICC2022 é já dia 3 de outubro

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 107	IMPRESSIONS	341
MUV	13,640				
TAGS	APCC Contact Centers				

O Festival que encerra as comemorações da Semana Internacional dos Contact Centers (SICC) e que serve de palco para a entrega dos prémios do passatempo promovido pela Associação Portuguesa de Contact Centers (APCC), vai decorrer no dia 3 de outubro, na Quinta da Rainha, em Queluz.

Data:

Neste dia vão ser conhecidas as equipas vencedoras que se destacaram pelos seus vídeos com registo das iniciativas desenvolvidas durante a semana dedicada ao Setor, que decorreu de 10 a 17 de setembro.

De referir que a Semana Internacional dos Contact Centers, que se realiza desde 2005, pretende dinamizar o espírito de grupo das pessoas que integram as operações e contribuir para credibilizar e prestigiar uma atividade de enorme importância para a Economia e para a Sociedade.

Durante esta semana todas as Empresas do Setor e os Associados da APCC, em particular, são convidadas a realizar atividades que evidenciem, o espírito de equipa das suas operações e ações de solidariedade. Simultaneamente todos os participantes são "desafiados" pela APCC a divulgar as atividades desenvolvidas num vídeo de dois ou três minutos, que são avaliados por um júri independente. É com base nessa seleção que são entregues troféus aos vencedores durante o Festival da SICC.

Ana Gonçalves, Secretária-Geral da APCC, explica a importância da promoção deste tipo de iniciativas, até porque «sendo os Contact Centers, fundamentalmente, uma Indústria de pessoas, o excelente ambiente que se vive nas operações é parte integrante, fulcral mesmo, do sucesso das importantes tarefas desenvolvidas».

Este Festival pretende ser uma festa de convívio para todos os participantes na SICCC, com muita música e animação. Conta com o apoio da Genesys, da Poly e da Happy Work,

À semelhança das edições anteriores, este ano são esperados centenas de profissionais do Setor.

Com cerca de 104 mil colaboradores e uma faturação de 3 mil milhões de euros, o Setor dos Contact Centers tem um papel relevante para a Economia Portuguesa, tanto pela significativa criação de Emprego como pelo relevante volume de exportação de serviços (nearshoring), que já ascende a 1.5 mil milhões de euros.

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

Fri, 30 Sep 2022

Empresas reforçam investimento contra riscos cibernéticos

FREQUENCY	Weekly	MEDIA TYPE	Newspaper	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 22,535	IMPRESSIONS	20,000
CIRCULATION	10000	DISTRIBUTION	Portugal	SECTION	N/A
PAGES	16, 17, 18, 19	SIZE	1600 cc		
TAGS	Contact Centers				

Almerinda Romeira

A cibersegurança é uma prioridade para as empresas. O reforço do investimento na proteção de contra ataques mantém-se apesar da conjuntura atual marcada pela subida dos custos.

Se havia dúvidas, estão desfeitas. O investimento na área da cibersegurança é e vai continuar a ser uma prioridade para as empresas apesar da conjuntura adversa marcada pela subida dos custos e das taxas de juro. Nem as nuvens da recessão que emergem no horizonte são suscetíveis de alterar o azimute. “Temos uma profunda mudança em curso que é irreversível e imparável”, afirma Carlos Jesus, Country Manager da Colt Portugal e VP Global Service Delivery da Colt, ao Jornal Económico. Na sua perspetiva, o reforço do investimento na proteção dos ataques vai não só manter-se como aumentar. “A pandemia tornou ainda mais evidente e premente a transformação digital e obrigou as empresas a digitalizar todos os seus processos e negócios”, justifica. Atualmente, defende, nenhuma empresa pode ignorar a necessidade de digitalização, dado que dela depende o sucesso e o futuro da sua atividade. “Diria até que, o aumento de custos veio, inclusive, reforçar esta tendência e acelerar ainda mais o processo, até como forma de limitar o aumento dos

custos. Basta pensar no que a implementação das tecnologias inteligentes nos pode proporcionar a nível de otimização de custos e de aceleração dos negócios”.

Os indicadores mais recentes publicados pela Gartner e pela PwC corroboram as palavras de Carlos Jesus. A Gartner prevê que o investimento na segurança da informação e na gestão dos riscos cibernéticos cresça este ano para os 172,5 mil milhões de euros em 2022, e que até 2026 se situe nos 267,3 mil milhões de euros, atingindo uma taxa de crescimento anual composta (CAGR) de 11%. Já a PwC inquiriu vários gestores num estudo recente concluindo que 69% tenciona aumentar os seus gastos em cibersegurança ao longo de 2022, contra 55% em 2021. E mais de 26% referiu que este aumento será de 10% ou mais.

“O aumento dos custos — explica o Country Manager da Colt Portugal — provoca um alargamento dos tempos de decisão das empresas, mas não um movimento de desinvestimento, até porque os empresários e os gestores sabem o quão crítica é a transformação digital para que possam manter e desenvolver os seus negócios, e isto inclui evidentemente a segurança das infraestruturas, das redes, das ferramentas, dos processos, dos dados, dos dispositivos, dos utilizadores.... Um dos principais pilares da transformação digital é a cibersegurança, sem ela não há transformação digital”.

Não é diferente a perspectiva de Carlos Vidinha, Principal Solutions Director e Head of Cloud Infrastructure Services da Capgemini Portugal. Ao Jornal Económico, este especialista começa por lembrar que muitos analistas de referência mundial convergem na estimativa de que a despesa em cibersegurança à escala global atinja este ano um valor na ordem dos 150 mil milhões de dólares, com uma tendência de crescimento de dois dígitos num horizonte a cinco anos, bem longe dos singelos cinco mil milhões de dólares que foram contabilizados em 2004. “O racional por detrás desta evolução meteórica — explica — tem as suas raízes na crescente vaga de digitalização da nossa sociedade, que se reflete transversalmente nos comportamentos das pessoas, nas operações das organizações e nos processos de negócio. Consequentemente, evolução semelhante regista a superfície de exposição ao risco cibernético, com volumes de dados cada vez maiores, a velocidades crescentes e de maior diversidade a fluírem em formato digital, garantindo o pulsar crítico da sociedade e da economia”.

O reflexo deste fenómeno, adianta o responsável da Capgemini Portugal, tem-se vindo a materializar “de forma proporcional” na proliferação das ameaças em número, frequência e sofisticação, mobilizando recursos que constituem um fator de risco incontornável para organizações e indivíduos, pondo em causa a sua própria existência. Nas suas palavras, “quaisquer cenários futuros, onde são incontornáveis desenvolvimentos em áreas tais como a proliferação do IoT, 5G, analytics, AI, reforçam a criticidade do risco associado à segurança de informação”.

Perante este contexto e independentemente da conjuntura macroeconómica e geopolítica, é incontornável a necessidade do reforço dos investimentos em cibersegurança. Segundo Carlos Vidinha, este investimento tem de ser acompanhado e entendido numa ótica de “evolução de maturidade, suportada em vetores tais como o crescimento da automatização e aplicação de machine learning aos processos de cibersegurança, adoção generalizada dos princípios de zero trust architecture, ou da sofisticação das técnicas de avaliação monetizada do risco cibernético incorrido por forma a suportar as tomadas de decisão de investimento nas respetivas medidas de mitigação.”

INVESTIMENTO SIM, NÃO CUSTO

A Warpcom anunciou, em junho, o reforço do investimento no sector dos Contact Centers através da disponibilização de uma oferta tecnológica completa que maximiza as sinergias estratégicas com a Evolutio, que lidera o mercado espanhol nesta área. Bruno Gonçalves, Cybersecurity Business Unit Manager da Warpcom, diz ao Jornal Económico que a empresa continua a fazer um trabalho de sensibilização sobre a importância da cibersegurança nas organizações. “Agora mais do que nunca, a cibersegurança deve ser vista como um investimento e não um custo. E este investimento deve ser encarado como algo vital para a sua sobrevivência no contexto atual”, afirma. “Continuamos ativamente a procurar as soluções mais adaptadas às diferentes necessidades das organizações e a posicionar-nos junto dos nossos clientes como parceiros de confiança, empenhados em entender o seu negócio e os seus desafios no contexto atual”. A Warpcom tem uma ampla rede de parceiros de software e hardware de primeira linha, conta com escritórios em Lisboa, Porto, Faro, Funchal e Madrid e uma equipa com mais de 130 pessoas.

Os desafios e escolhos crescem à medida que aumenta a lupa da análise. Bruno Gonçalves lembra a pandemia, a situação de guerra na Europa, a instabilidade económica generalizada no mundo, a crise energética e os consequentes aumentos no custo de vida no geral como “algo que todos nós – individualmente – temos sentido diariamente, e que colocam também uma pressão adicional em qualquer organização”. A generalidade das organizações, salienta, está a enfrentar uma nova realidade e a ter que procurar alternativas para, pelo menos, manterem as receitas e otimizarem os custos operacionais. “E é precisamente por causa deste contexto que investimentos contínuos na cibersegurança das organizações são, agora talvez mais do que nunca essenciais”, afirma, garantindo: “Nesta altura em que as empresas precisam de se focar para manterem as suas receitas - ou transformarem-se para as aumentar e otimizarem os seus custos operacionais - não podem correr o risco de sofrerem um incidente de segurança que comprometa as suas operações diárias, a sua marca e os seus clientes”.

Na mesma linha de análise, Vesku Turtia, Diretor Regional para Iberia da Armis, fala de empresas a cortar custos, sem beliscar o essencial. “Num mundo híbrido onde a adoção de ativos conectados é exponencial, a segurança é um dos focos para as administrações das empresas. Por essa razão — explica — o investimento em proteção tem de continuar a aumentar para integrar completamente a tecnologia e segurança”. A transformação digital, conjugada com a pandemia e a mudança para o trabalho remoto, acelerou o ritmo de ligação de novos ativos às redes empresariais. Ativos que podem ser geridos, como portáteis, smartphones, smartwatches, ou não-geridos, como dispositivos de Internet of Things industrial (IIoT) e tecnologia operacional (OT). O gestor explica que no mundo atual, temos de ter em conta os dois tipos. Quer se trate de robôs em armazéns, máquinas de ressonância magnética nos hospitais ou terminais de pontos de venda no comércio, tudo está ligado à rede da empresa e, por isso, possivelmente exposto a cibercriminosos.

Até 2025, espera-se que existam aproximadamente 27 mil milhões de dispositivos Internet of Things (IOT) ligados, adianta Vesku Turtia. “Estes dispositivos ajudam as empresas a melhorar a eficiência, aumentar a satisfação dos clientes e mais, para o número crescente de ativos que são utilizados numa organização também aumenta inevitavelmente a superfície de ataque dos cibercriminosos”. Principal consequência? “Se uma empresa não está equipada para identificar e quantificar o risco e ver onde se encontram as lacunas do seu ambiente, é apenas uma questão de tempo até que ocorra uma violação”, conclui. E isso é algo que

ninguém que esteja no negócio quer.

Carlos Vidinha

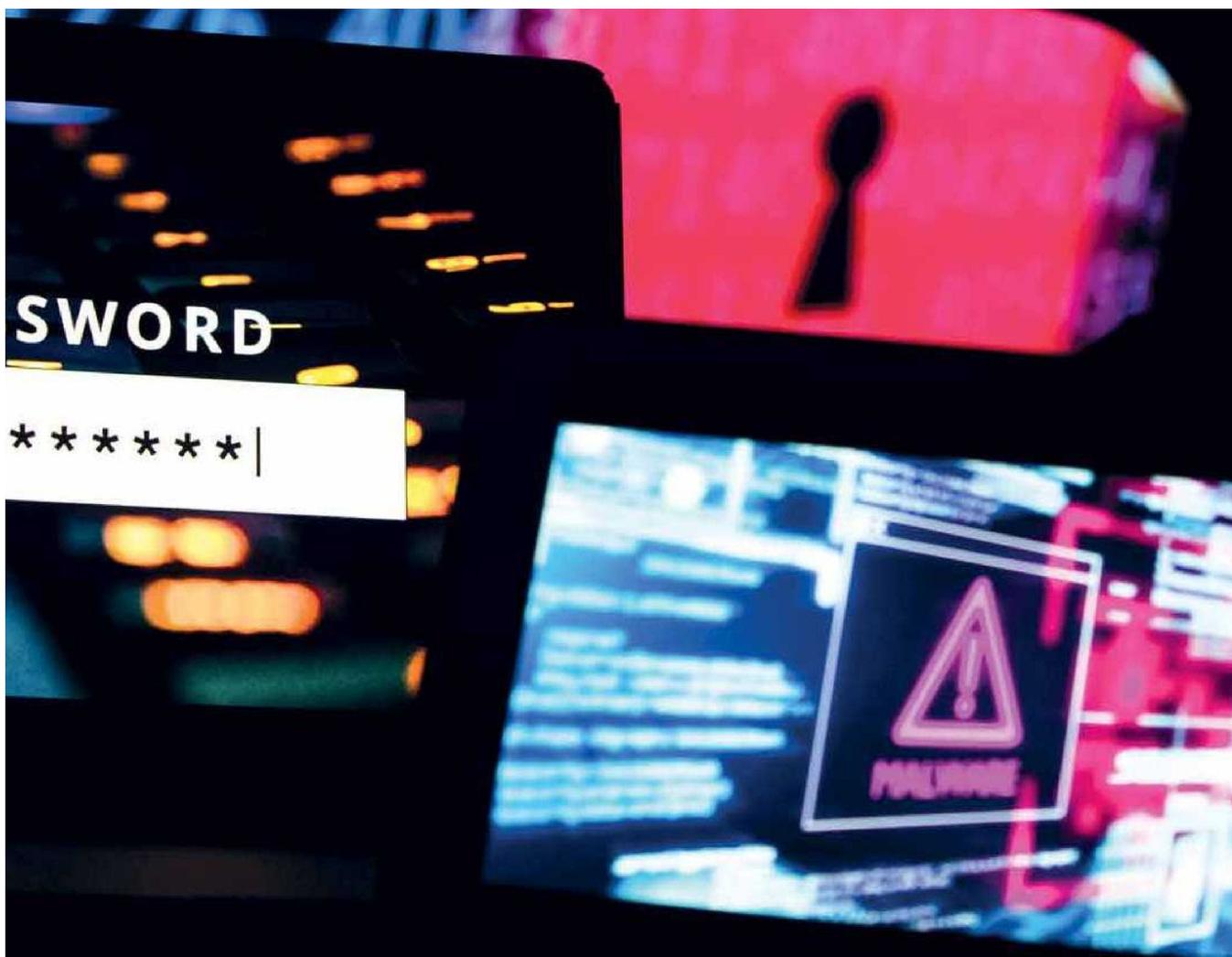
Principal Solutions Director e Head of Cloud Infrastructure Services da Capgemini Portugal
Bruno Gonçalves

Cybersecurity Business Unit Manager da Warpcom Vesku Turtia

Diretor Regional para Iberia da Armis Carlos Jesus

Country Manager da Colt Portugal e VP Global Service Delivery da Colt





Por Almerinda Romeira

Análise

Empresas reforçam investimento contra riscos cibernéticos

A cibersegurança é uma prioridade para as empresas. O reforço do investimento na proteção de contra ataques mantém-se apesar da conjuntura atual marcada pela subida dos custos.



Se havia dúvidas, estão desfeitas. O investimento na área da cibersegurança é e vai continuar a ser uma prioridade para as empresas apesar da conjuntura adversa marcada pela subida dos custos e das taxas de juro. Nem as nuvens da recessão que emergem no horizonte são suscetíveis de alterar o azimute. “Temos uma profunda mudança em curso que é irreversível e imparável”, afirma Carlos Jesus, Country Manager da Colt Portugal e VP Global Service Delivery da Colt, ao *Jornal Económico*. Na sua perspetiva, o reforço do investimento na proteção dos ataques vai não só manter-se como aumentar. “A pandemia tornou ainda mais evidente e premente a transformação digital e obrigou as empresas a digitalizar todos os seus processos e negócios”, justifica. Atualmente, defende, nenhuma empresa pode ignorar a necessidade de digitalização, dado que dela depende o sucesso e o futuro da sua atividade. “Diria até que, o aumento de custos veio, inclusive, reforçar esta tendência e acelerar ainda mais o processo, até como forma de limitar o aumento dos custos. Basta pensar no que a implementação das tecnologias inteligentes nos pode proporcionar a nível de otimização de custos e de aceleração dos negócios”. Os indicadores mais recentes publicados pela Gartner e pela PwC corroboram as palavras de Carlos Jesus. A Gartner prevê que o investimento na segurança da

informação e na gestão dos riscos cibernéticos cresça este ano para os 172,5 mil milhões de euros em 2022, e que até 2026 se situe nos 267,3 mil milhões de euros, atingindo uma taxa de crescimento anual composta (CAGR) de 11%. Já a PwC inquiriu vários gestores num estudo recente concluindo que 69% tenciona aumentar os seus gastos em cibersegurança ao longo de 2022, contra 55% em 2021. E mais de 26% referiu que este aumento será de 10% ou mais.

“O aumento dos custos — explica o Country Manager da Colt Portugal — provoca um alargamento dos tempos de decisão das empresas, mas não um movimento de desinvestimento, até porque os empresários e os gestores sabem o quão crítica é a transformação digital para que possam manter e desenvolver os seus negócios, e isto inclui evidentemente a segurança das infraestruturas, das redes, das ferramentas, dos processos, dos dados, dos dispositivos, dos utilizadores.... Um dos principais pilares da transformação digital é a cibersegurança, sem ela não há transformação digital”.

Não é diferente a perspectiva de Carlos Vidinha, Principal Solutions Director e Head of Cloud Infrastructure Services da Capgemini Portugal. Ao *Jornal Económico*, este especialista começa por lembrar que muitos analistas de referência mundial convergem na estimativa de que a despesa em cibersegurança à escala glo-

17

Análise

bal atinja este ano um valor na ordem dos 150 mil milhões de dólares, com uma tendência de crescimento de dois dígitos num horizonte a cinco anos, bem longe dos singelos cinco mil milhões de dólares que foram contabilizados em 2004. “O racional por detrás desta evolução me-



Bruno Gonçalves
Cybersecurity Business
Unit Manager
da Warpcom



teórica — explica — tem as suas raízes na crescente vaga de digitalização da nossa sociedade, que se reflete transversalmente nos comportamentos das pessoas, nas operações das organizações e nos processos de negócio. Consequentemente, evolução semelhante regista a superfície de exposição ao risco cibernético, com volumes de dados cada vez maiores, a velocidades crescentes e de maior diversidade a fluírem em formato digital, garantindo o pulsar crítico da sociedade e da economia”.

O reflexo deste fenómeno, adianta o responsável da Capterio Portugal, tem-se vindo a materializar “de forma proporcional” na proliferação das ameaças em número, frequência e sofisticação, mobilizando recursos que constituem um fator de risco incontornável para organizações e indivíduos, pondo em causa a sua própria existência. Nas suas palavras, “quaisquer cenários futuros, onde são incontornáveis desenvolvimentos em áreas tais como a proliferação do IoT, 5G, analytics, AI, reforçam a criticidade do risco associado à segurança de informação”.

Perante este contexto e independentemente da conjuntura macroeconómica e geopolítica, é incontornável a necessidade do reforço dos investimentos em cibersegurança. Segundo Carlos Vidinha, este investimento tem de ser acompanhado e entendido numa ótica de “evolução de maturidade, suportada em vetores tais como o crescimento da automatização e aplicação de machine learning aos processos de cibersegurança, adoção generalizada dos princípios de zero trust architecture, ou da sofisticação das técnicas de avaliação monetizada do risco cibernético incorrido por forma a suportar as



Carlos Vidinha
Principal Solutions
Director e Head of
Cloud Infrastructure
Services da Capterio
Portugal



Carlos Jesus
Country Manager
da Colt Portugal
e VP Global Service
Delivery da Colt

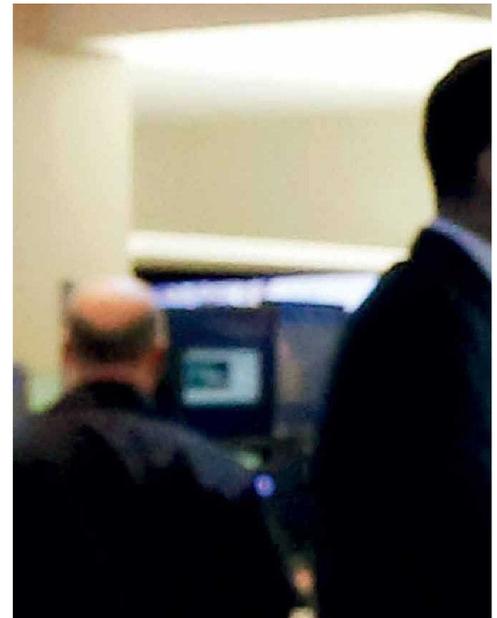


Vesku Turtia
Diretor Regional
para Iberia da
Arnis

tomadas de decisão de investimento nas respetivas medidas de mitigação.”

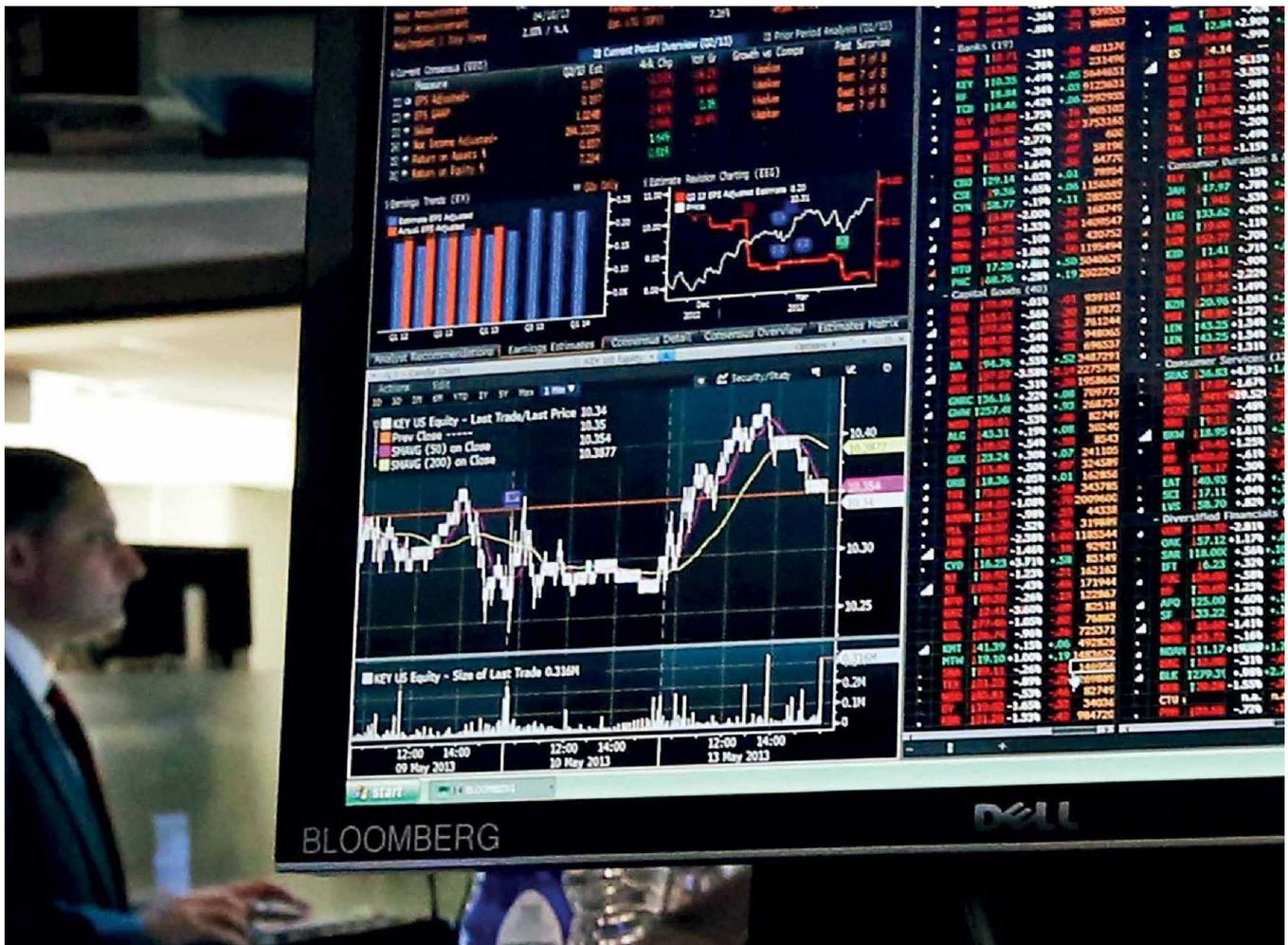
INVESTIMENTO SIM, NÃO CUSTO

A Warpcom anunciou, em junho, o reforço do investimento no sector dos Contact Centers através da disponibilização de uma oferta tecnológica completa que maximiza as sinergias estratégicas com a Evolutio, que lidera o mercado espanhol nesta área. Bruno Gonçalves, Cybersecurity Business Unit Manager da Warpcom, diz ao Jornal Económico que a empresa continua a fazer um trabalho de sensibilização sobre a importância da cibersegurança nas organizações. “Agora mais do que nunca,



a cibersegurança deve ser vista como um investimento e não um custo. E este investimento deve ser encarado como algo vital para a sua sobrevivência no contexto atual”, afirma. “Continuamos ativamente a procurar as soluções mais adaptadas às diferentes necessidades das organizações e a posicionar-nos junto dos nossos clientes como parceiros de confiança, empenhados em entender o seu negócio e os seus desafios no contexto atual”. A Warpcom tem uma ampla rede de parceiros de software e hardware de primeira linha, conta com escritórios em Lisboa, Porto, Faro, Funchal e Madrid e uma equipa com mais de 130 pessoas.

Os desafios e escolhos crescem à medida que aumenta a lupa da análise. Bruno Gonçalves lembra a pandemia, a situação de guerra na Europa, a instabilidade económica generalizada no mundo, a crise energética e os consequentes aumentos



no custo de vida no geral como “algo que todos nós – individualmente – temos sentido diariamente, e que colocam também uma pressão adicional em qualquer organização”. A generalidade das organizações, salienta, está a enfrentar uma nova realidade e a ter que procurar alternativas para, pelo menos, manterem as receitas e otimizar os custos operacionais. “E é precisamente por causa deste contexto que investimentos contínuos na cibersegurança das organizações são, agora talvez mais do que nunca essenciais”, afirma, garantindo: “Nesta altura em que as empresas precisam de se focar para manterem as suas receitas - ou transformarem-se para as aumentar e otimizar os seus custos operacionais - não podem correr o risco de sofrerem um incidente de segurança que comprometa as suas operações diárias, a sua marca e os seus clientes”.

Na mesma linha de análise, Vesku Turtia, Diretor Regional para Iberia da Armis, fala de empresas a cortar custos, sem beliscar o essencial. “Num mundo híbrido onde a adoção de ativos conectados é exponencial, a segurança é um dos focos para as administrações das empresas. Por essa razão — explica — o investimento em proteção tem de continuar a aumentar para integrar completamente a tecnologia e segurança”. A transformação digital, conjugada com a pandemia e a mudança para o trabalho remoto, acelerou o ritmo de ligação de novos ativos às redes empresariais. Ativos que podem ser geridos, como portáteis, smartphones, smartwatches, ou não-geridos, como dispositivos de Internet of Things industrial (IIoT) e tecnologia operacional (OT). O gestor explica que no mundo atual, temos de ter em conta os dois tipos. Quer se trate de robôs em armazéns, máquinas de

ressonância magnética nos hospitais ou terminais de pontos de venda no comércio, tudo está ligado à rede da empresa e, por isso, possivelmente exposto a cibercriminosos. Até 2025, espera-se que existam aproximadamente 27 mil milhões de dispositivos Internet of Things (IOT) ligados, adianta Vesku Turtia. “Estes dispositivos ajudam as empresas a melhorar a eficiência, aumentar a satisfação dos clientes e mais, para o número crescente de ativos que são utilizados numa organização também aumenta inevitavelmente a superfície de ataque dos cibercriminosos”. Principal consequência? “Se uma empresa não está equipada para identificar e quantificar o risco e ver onde se encontram as lacunas do seu ambiente, é apenas uma questão de tempo até que ocorra uma violação”, conclui. E isso é algo que ninguém que esteja no negócio quer.

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.

CALL CENTER 

Wed, 28 Sep 2022

“O maior mito é que a inteligência artificial está aqui para substituir os humanos”

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 39	IMPRESSIONS	125
MUV	5,000				
TAGS	Contact Centers				

Com os contact centers a gastar quase dois mil milhões de dólares este ano em melhorias da inteligência artificial (IA) de conversação (de acordo com as previsões da Gartner), importa perceber o impacto desta tecnologia dos contact centers.

Um dos impactos é ao nível de gastos laborais, com uma redução estimada de 80 mil milhões de dólares em quatro anos. No entanto, o CEO da plataforma Skit.ai, Sourabh Gupta, em declarações ao Cmswire, aponta que “o maior mito é que a inteligência artificial está aqui para substituir os humanos”.

“As soluções alimentadas por inteligência artificial destinam-se a aliviar a carga de trabalho dos colaboradores do apoio ao cliente e a melhorar o seu trabalho, em vez de automatizar e assumir totalmente os seus postos de trabalho”, disse. “A inteligência artificial é mais propensa a assumir tarefas e atividades específicas que são atualmente realizadas pelos seres humanos, tornando os processos mais fáceis e eficientes, libertando os humanos de tarefas cognitivamente rotineiras e abrindo novas vias para enriquecer o seu trabalho”, declarou ainda.

Atualmente, a adoção deste tipo de inteligência artificial ainda está num estado jovem. No entanto, já podem ter um grande impacto. De acordo com um estudo da PWC, quase 80% dos consumidores norte-americanos dizem que a velocidade, conveniência/facilidade de utilização, assistência com conhecimentos e serviço amigável são os elementos mais importantes para uma experiência positiva do cliente.

Dos cerca de 17 milhões de contact centers em todo o mundo, o VP analyst na Gartner, Daniel O'Connell, disse que muitos têm de lidar com falta de pessoal, enquanto continuam sob pressão para reduzir os custos de mão-de-obra — o que pode representar até 95% das suas despesas.

Ao contrário dos chatbots tradicionais, a IA de conversão incorpora o processamento de linguagem natural (NLP) e o machine learning (ML) para simular a inteligência humana. O custo atual para substituir um operador humano por um assistente de voz de IA conversacional está entre mil e dois mil dólares por operador, de acordo com os investigadores da Gartner.

Através do uso de plataformas de inteligência por voz, estes assistentes de IA – modelados a partir de interações humanas – prometem a capacidade de continuar conversas “naturais” com os seus clientes humanos, independentemente do seu sotaque, linguagem ou mesmo uma mudança repentina de tópicos.

Apesar de no papel parecer muito convincente trocar um humano por tecnologia de IA de conversação, Daniel O'Connell não vê o job attrition como uma peça primária da história por causa de várias considerações:

- * Encontrar candidatos qualificados é um desafio: Muitas empresas reportam a dificuldade em recrutar, formar e manter o número necessário de operadores. O seu objetivo é tornar a sua força de trabalho atual mais eficiente do ponto de vista operacional, para que não precisem de contratar mais operadores.

- * A procura aumentará: O crescimento económico, o aumento da regulação, o crescimento populacional e a complexidade da vida estão a aumentar a procura de operadores. Assim, embora possamos automatizar 30% das interações até 2031, a procura vai aumentar 10%.

- * Alto turnover entre operadores: A taxa de automatização de operadores é incremental, não transformadora. O turnover entre os operadores é tipicamente elevado, talvez 33-50% por ano, por isso as empresas contratam menos operadores à medida que os existentes saem. Por conseguinte, não esperaríamos uma deslocação de emprego em larga escala, uma vez que a mão-de-obra tem tempo para se adaptar.

“Haverá sempre a necessidade de os operadores humanos responderem às questões mais complexas que a IA não consegue resolver. O processo é gradual, um pouco a cada ano. Assim, à medida que os operadores saem, contratar-se-á menos em troca. E não prevemos em nenhum momento que todas as interações sejam tratadas pela IA”, explica Daniel O'Connell.

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.

CALL CENTER 

Wed, 28 Sep 2022

"As interações do contact center podem fazer ou quebrar uma relação com o cliente"

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 39	IMPRESSIONS	125
MUV	5,000				
TAGS	Contact Centers				

O relatório "State of the Contact Center 2022: Empowering the Contact Center as a Brand Guardian" descobriu uma lacuna entre o papel que os operadores de contact center desempenham na perceção da marca e como os gestores apoiam e dão poder a esses mesmos operadores para serem protetores das marcas.

Em comunicado, a Calabrio, promotora do estudo, destaca que quer os consumidores (97%) como os gestores de contact center (98%) concordam que a interação de apoio ao cliente tem um impacto na lealdade de um consumidor para com uma marca. A maioria dos gestores (88%) concorda ainda que a perceção da marca impacta diretamente as receitas gerais de uma empresa.

"Sabemos que as interações do contact center podem fazer ou quebrar uma relação com o cliente, levando a aumentos ou diminuição de receitas", disse o presidente e CEO da Calabrio, Tom Goodmanson.

"É fundamental para a lealdade da marca que os operadores se sintam confiantes em tomar as decisões certas a qualquer momento. E a forma mais eficiente de melhorar a experiência do cliente é capacitar os operadores do contact center como guardiões da marca", explica ainda.

No entanto, o relatório aponta várias situações em que a perceção dos consumidores é

diferente da que os gestores têm.

Apesar da popularidade dos chatbots com IA, quase 80% dos consumidores destacam os telefonemas como o seu canal de apoio ao cliente preferido. Já os gestores colocaram-no em terceiro, atrás do email e das interações na internet.

Outro ponto a destacar é que os consumidores consideram que deve-se priorizar o treino dos operadores (70%) e corrigir as faltas de colaborador (58%), em vez de adicionar canais como chatbots ou assistentes virtuais.

Relativamente à lealdade, 60% dos consumidores declarou ter mudado de marca devido a uma má experiência de apoio ao cliente – a maioria abandonando a sua lealdade após duas experiências negativas.

O impacto é tão grande que apenas uma experiência negativa recente impacta a perceção. O consumidor com esse tipo de experiência tinha menos de metade da probabilidade de dizer que os contact centers estavam a fazer um bom trabalho em qualquer categoria.

OUTRAS LACUNAS NAS INTERAÇÕES NOS CONTACT CENTERS

O estudo identifica outras lacunas significativas entre as experiências dos consumidores e o que os gestores estão a pensar:

- * Disponibilidade dos operadores humanos – 80% dos gestores considera estar a atingir ou superar as expetativas de acesso a estes operadores. Apenas 37% dos consumidores concorda;

- * Resposta rápida – 79% dos gestores acredita estar a atingir ou superar a expetativa. Apenas 45% dos consumidores concorda;

- * Necessidade de sentirem-se ouvidos e percebidos – 84% dos gestores acredita estar a conseguir ou a ultrapassar essa expetativa. Apenas 45% dos consumidores concorda.

“As expetativas dos consumidores continuam a crescer, exigindo melhores e mais rápidos resultados. Aos olhos do consumidor, os contact center não estão a fazer o suficiente para capacitar os agentes nos canais que têm mais impacto na perceção da marca”, diz o especialista, Blake Morgan.

O estudo tem como base a resposta de 500 inquiridos dos EUA, Reino Unido, países nórdicos, Áustria, Suíça e Alemanha, divididos uniformemente entre consumidores e gestores.

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.

CALL CENTER 

Wed, 28 Sep 2022

EUA: Automação nos contact centers já é uma realidade comum

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 39	IMPRESSIONS	125
MUV	5,000				
TAGS	Contact Centers				

Quase a totalidade (95%) dos líderes de contact centers nos Estados Unidos da América já adotaram, estão a implementar ou planeiam utilizar automação dentro do próximo ano, revela um estudo da Replicante daDemand Metric.

De acordo com o portal Venturebeat, com base em inquéritos realizados pela Demand Metric a mais de 300 líderes de contact centers, 77% dos inquiridos afirmaram que melhorar o atendimento ao cliente é uma prioridade máxima e 60% afirmaram que abordar as questões da workforce é uma das principais preocupações.

O relatório também detalha dados orçamentais e de investimento em torno da automatização do contact center. Os principais desafios que os líderes enfrentam são os custos elevados ou crescentes (54%), seguidos da contratação de operadores suficientes (49%), do turnover dos operadores (39%) e da gestão dos picos de volume de chamadas (39%).

Para aqueles que ainda estão em fase de planeamento, a maioria procura implementar a automatização do contact center em breve – 80% dos participantes do estudo dizem que estão a avaliar a automação e pretendem investir nela nos próximos 12 meses. Quase todos os líderes (91%) referem que a automação é uma prioridade crítica ou importante no próximo ano

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.

DINHEIRO VIVO 

Fri, 23 Sep 2022

Como os sistemas inteligentes estão a mudar a experiência de contact center

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 5,991	IMPRESSIONS	19,049
MUV	761,960				
TAGS	Contact Centers				

Apesar da inteligência artificial (IA) parecer nova para muitos, esta já existe há mais de 70 anos. Em 1950, Alan Turing, no seu artigo "Computing Machinery and Intelligence", levantou a famosa questão: "Podem as máquinas pensar?". Já, em 1955, o cientista informático John McCarthy criou o termo

"inteligência artificial" para descrever o processo de construção e treino de máquinas inteligentes, e Eliza, o primeiro chatbot, foi desenvolvido pelo MIT em 1966. A questão é que a IA e a tecnologia dos assistentes de voz não foram construídas num ápice. Foram precisas décadas para conseguir alcançar o ponto em que se encontram hoje.

Atualmente, os gestores de contact centers estão a demonstrar um grande interesse na IA e desejam ver como esta pode ser incorporada nas suas organizações. Com mais colaboradores remotos devido à pandemia, as empresas querem perceber como podem apoiar melhor as equipas alocadas à experiência do cliente, mesmo quando os agentes não estão dentro da formalidade do escritório. Em vez de utilizar um chatbot baseado em texto, estão interessados em perceber como é que um assistente virtual capacitado pela IA pode interpretar a intenção humana e padrões de fala de uma forma mais eficaz. A tecnologia da IA pode resolver uma série de problemas, para além de respostas simples de sim ou não, e os assistentes virtuais podem replicar a experiência de loja, desde que as funções sejam cuidadosamente consideradas.

Mas é essencial que a tecnologia seja utilizada como uma ferramenta de trabalho em conjunto com os recursos humanos. Um estudo recente sobre a fidelidade dos clientes à

marca afirma que esta se baseia principalmente na capacidade das empresas de resolver os problemas dos consumidores logo no primeiro contacto. A maioria dos clientes prefere falar com um ser humano, mas, ao mesmo tempo, quer que os pedidos mais básicos sejam resolvidos rapidamente, algo que muitas vezes não é possível pessoalmente. A IA pode ajudar a aliviar esta pressão sobre os agentes, uma vez que os assistentes alimentados por esta tecnologia podem responder a estas perguntas e desempenhar funções mais simples. Isto liberta o agente para que este se possa concentrar em tarefas que requerem uma resposta mais complexa.

As capacidades analíticas da IA permitem processos mais rápidos e eficientes, como se pode ver, por exemplo, nos bancos, que recebem milhares de pedidos por dia. Os robôs equipados com a IA poderiam facilmente tratar dos detalhes administrativos de rotina, como do processo de pedido de hipoteca, algo que liberta os recursos humanos para que tenham mais tempo para lidar com os

fatores complexos de decisão envolvidos neste procedimento.

Mais assistentes virtuais não significa menos postos de trabalho. Uma preocupação comum é a possibilidade de postos de trabalho virem a ser substituídos por assistentes equipados com IA. Mas será isto realmente um perigo, mesmo a muito longo prazo?

A resposta é não. Os agentes passaram de gestores de chamadas para conselheiros de confiança capazes de guiar habilmente o cliente. Neste sentido, a IA funcionará sempre melhor ao lado dos seres humanos, ajudando-os e não os substituindo, como tem sido o caso do desenvolvimento tecnológico ao longo da história.

Isto porque as conversas humanas são ilusoriamente complexas, algo que é fácil de subestimar porque as tomamos por garantidas. Qualquer pessoa que tenha aprendido uma língua estrangeira na sua vida adulta saberá que é surpreendentemente difícil, e que muitas horas são dedicadas a dominar o vocabulário, tempos e opções linguísticas corretas.

Uma regra fundamental é que os humanos devem sempre orientar a IA e dar ao sistema ações corretivas, uma vez que este não saberá como atender os clientes sozinho, tal como acontece com um agente. As organizações podem confiar em parceiros de contact center, que não têm de ser Data Scientists ou engenheiros de Software, uma vez que têm uma melhor perceção das perguntas e respostas necessárias e lidam diretamente com os clientes.

Há muitas situações que ainda são mais adequadas ao contacto humano. Por exemplo, durante toda a pandemia, as organizações tiveram muitas conversas difíceis com os clientes,

em circunstâncias particularmente invulgares. Assim, a ligação humana e a empatia serão sempre uma parte fundamental do serviço ao cliente e, portanto, um elemento essencial na construção da lealdade do cliente.

Susan Ysona, Vice Presidente de Marketing, EMEA & Ásia do Pacífico na Talkdesk ✨

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.

INFORGAMES 

Mon, 19 Sep 2022

Salesforce reforça capacidade das empresas acelerarem digitalização e crescimento com automação e inteligência — InforGames

FREQUENCY	N/A	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 39	IMPRESSIONS	125
MUV	5,000				
TAGS	Contact Centers				

A Salesforce, empresa tecnológica multinacional líder em Customer Relationship Management (CRM), apresenta hoje as inovações do Customer 360, que fornecem às empresas tecnologias de automação e inteligência para impulsionar o crescimento eficiente e proporcionar experiências personalizadas em escala aos clientes. As novidades prometem ajudar as empresas a fazerem mais com menos.

Com as atuais e desafiantes condições de mercado, como a inflação, interrupção da cadeia de abastecimento e a escassez de mão de obra, as empresas devem investir em tecnologia que melhore a eficiência operacional e mantenha os colaboradores produtivos. Paralelamente, devem ainda oferecer excelentes experiências que são esperadas pelos clientes finais.

A automatização de tarefas manuais ajuda as empresas a fornecerem melhores experiências para os clientes e os colaboradores. Na verdade, 91% das organizações afirmam que precisam de tecnologia de automação, mas apenas 23% a implementaram em todas as funções de negócio. À medida que as expectativas dos clientes continuam a aumentar, a necessidade de processos mais automatizados e inteligentes aumentou também, e 86% dos consumidores dizem que a sua experiência com uma marca é tão relevante como os seus produtos, enquanto 57% preferem relacionar-se em canais digitais.

Empresas de todas as dimensões podem beneficiar da tecnologia de inteligência e automação. Com essas inovações, as equipas de vendas podem usar bots para responder às perguntas dos clientes e dar mais rapidamente seguimento aos negócios. Os profissionais de marketing podem automatizar a forma como interagem com os clientes em todos os canais, permitindo que respondam imediatamente a ações com conteúdo relevante. Os clientes que ligam para um contact center podem resolver as suas solicitações, instantaneamente, com recurso a bots com inteligência artificial, ou ser direcionados para o canal apropriado, com base nas suas atividades no site da empresa. Os operadores de retalho podem entregar rapidamente novas promoções digitais aos consumidores, e encontrar a forma mais rápida de colocarem os seus produtos nas mãos dos clientes.

> “Em tempos de incerteza, é fundamental que as empresas se concentrem em maior inteligência e eficiência, mantendo-se flexíveis e resilientes a pressões externas e mudanças nas expectativas dos clientes”, explica David Schmaier, President and Chief Product Officer, Salesforce. “Com o Salesforce Customer 360, as empresas podem automatizar para pouparem tempo e dinheiro para que possam gastar os seus valiosos recursos no que importa: proporcionar experiências inteligentes e personalizadas para clientes e colaboradores.”

Informações sobre o produto

O Customer 360 da Salesforce traduz-se numa única fonte de verdade para cada cliente, oferecendo automação de ponta a ponta e IA poderosa numa plataforma low-code e altamente escalável. A plataforma conecta ainda dados entre vendas, serviços, marketing, comércio e muito mais, para que as empresas possam personalizar cada interação e impulsionar o crescimento de forma eficiente.

As inovações do Sales Cloud ajudam a aumentar a eficácia dos representantes

Para dar rapidamente o seguimento necessário aos negócios, as equipas de vendas precisam de tecnologia para ajudá-las a prever, com precisão, e garantir que cada representante seja produtivo e confiante.

* As equipas de vendas podem gerar leads mais qualificados e acelerar o pipeline virtualmente com o Einstein Bot for Sales, que ajuda os representantes a evitar minúcias e a concentrarem o seu tempo nos negócios. O bot pode executar várias tarefas, incluindo responder a perguntas dos clientes, conectá-los ao representante certo através do Slack e agendar reuniões de forma automática.

* As empresas podem aumentar a produtividade dos representantes com o Enablement,

que disponibiliza formação orientada por dados para ajudar os gestores de vendas a concentrarem-se em melhorar as competências mais importantes para impulsionar o crescimento eficiente. A capacitação rastreia automaticamente os marcos de conquista e oferece programas de formação no fluxo de trabalho, garantindo que os representantes possam melhorar rapidamente as suas competências.

Inovações no Service Cloud impulsionam um maior envolvimento do cliente com dados e automação

Os líderes em serviço estão a lidar com um vasto conjunto de questões, desde o aumento das expectativas dos clientes até a escassez de recursos humanos. A automação inteligente e os dados conectados podem ajudar as organizações a reduzir custos e fornecer experiências envolventes aos clientes.

* Com a solução Contact Center de última geração do Service Cloud, as organizações podem beneficiar dos dados em tempo real para fornecer um serviço proativo e personalizado em qualquer canal, em escala. Os contact centers podem melhorar a produtividade e a eficiência do agente com um desktop de agente unificado em todos os canais e recomendações baseadas em IA.

Experiências pré-criadas para serviços permitem que as empresas aumentem a produtividade e reduzam custos através da automação. O Catálogo de Serviços permite que as empresas automatizem solicitações de serviços frequentes, como reembolsos ou alterações de planos de assinatura, poupando o tempo dos agentes e permitindo que os clientes solicitem serviços através de uma experiência semelhante à de uma loja. E os Flow Automation Packs fornecem recursos para automatizar os ciclos de vida de várias tarefas, como a gestão de tickets de incidentes e processos de integração de clientes.

Marketing Cloud gera ROI e economia de custos com personalização e envolvimento automatizado

Atualmente, os profissionais de marketing precisam de entregar o envolvimento do cliente com orçamentos mais reduzidos. As novas inovações do Marketing Cloud oferecem personalização em tempo real e envolvimento automatizado.

* As melhorias da API de envolvimento de conta permitem que as equipas de marketing e vendas B2B trabalhem juntas de forma mais eficaz para aumentar o pipeline, aumentar a eficiência e reduzir custos com uma API mais flexível e escalável que permite novas integrações com a plataforma de dados do cliente da Salesforce e ferramentas de segmentação externa. Agora, os profissionais de marketing podem criar e partilhar segmentos com o CDP, tirar partido de um conjunto mais rico de atributos de conta para

personalização e ativar o envolvimento em canais utilizando a Salesforce e plataformas de terceiros – como envolver utilizadores de software freemium com uma jornada personalizada de atualização de software empresarial em vídeo, e-mail e mobile.

Inovações no Commerce Cloud ajudam as empresas a aumentar a flexibilidade, as margens e melhorar a experiência do cliente

Neste mundo cada vez mais digital, os líderes do comércio precisam de encontrar formas de aumentar a relevância e impulsionar o crescimento eficiente. Para serem bem-sucedidos, precisam de uma plataforma flexível, rápida e personalizada.

* Com o novo Composable Storefront do Commerce Cloud, os retalhistas podem adotar uma abordagem separada para o comércio enquanto descarregam a gestão de alojamento, segurança e escalabilidade do site. A nova montra permite que criem e forneçam rapidamente experiências de comércio flexíveis e personalizadas para qualquer dispositivo ou aplicação, sem a necessidade de uma arquitetura cara, ajudando os retalhistas online a aumentar as conversões e os tamanhos dos cestos enquanto reduzem os custos.

* A aplicação Store Associate preenche a lacuna entre compras digitais e físicas, disponibilizando aos funcionários da loja informações automáticas sobre os clientes e níveis de stock, ajudando a transformar a loja num centro de atendimento. Os retalhistas podem reduzir custos, melhorar a produtividade e oferecer experiências de compras mais personalizadas com a funcionalidade de envio da loja, compra online levantamento em loja, visibilidade de stock omnicanal e personalização de clientes.

Empresas de qualquer setor podem tirar partido da Salesforce para gerar ROI mais rapidamente

As empresas precisam de tecnologia desenvolvida especificamente para o seu setor, quer seja para necessidades de conformidade, gestão ou para dar mais rapidamente resposta aos clientes. Com a Salesforce, empresas de qualquer setor podem desenvolver mais rapidamente com tecnologia flexível e automatizada criada para as suas necessidades específicas.

* Com o MuleSoft Direct for Industry Clouds, os administradores de Salesforce podem capacitar casos de uso de conectividade pré-criados diretamente em Salesforce que os programadores do MuleSoft personalizam e mantêm na Anypoint Platform – reduzindo o tempo de implementação de meses para dias.

* O Flow for Industries é uma ferramenta de automação desenvolvida para fins específicos que agora está incluída no Manufacturing Cloud, Health Cloud e Financial Services Cloud. Com ferramentas de configuração e integração baseadas em cliques, as organizações podem

simplificar a criação e a entrega de experiências automatizadas e de marca para as empresas desses setores.

* Mais do que nunca, os governos precisam de fornecer serviços aos cidadãos com maiores níveis de velocidade e escala. Com o Composable Case Management para o Setor Público, os profissionais desta área podem atender os cidadãos mais rapidamente, automatizando a admissão de casos e a determinação de elegibilidade, digitalizando a documentação do caso e utilizando dados para obter melhores resultados.

Além disso, a Salesforce conta com um amplo ecossistema de parceiros que fornece conhecimentos e soluções exclusivas para empresas que procuram transformar digitalmente os seus negócios. Esses parceiros estão equipados para implementarem essas soluções sob medida para as necessidades de negócios individuais, permitindo interações automatizadas e inteligentes que melhoram a experiência geral do cliente.

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.

SILICON PORTUGAL 

Fri, 16 Sep 2022

Talkdesk entra no top 10 do Forbes Cloud 100 - Silicon Portugal

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 39	IMPRESSIONS	125
MUV	5,000				
TAGS	Contact Centers				

A empresa avança nove posições em relação ao ano anterior no ranking das 100 maiores empresas privadas de cloud do mundo.

ATalkdesk anunciou que a empresa está entre os dez primeiros lugares no Forbes Cloud 100 2022.

Este ano marca “a quarta vez consecutiva que a Talkdesk é reconhecida”, subindo para o oitavo lugar, nove lugares acima da classificação de 2021.

A sétima edição do Forbes Cloud 100, lista anual das maiores organizações privadas do mundo, produzida em parceria com a Bessemer Venture Partners e a Salesforce Ventures, distingue as empresas na categoria mais proeminente do setor tecnológico, desde pequenas startups a gigantes apoiados por capital privado.

De Helsínquia a Hong Kong, as empresas da lista são selecionadas pelo seu crescimento, vendas, valorização e cultura, para além de uma pontuação de reputação obtida através da consultoria de 26 CEOs juizes e executivos de empresas públicas de cloud do mesmo setor.

Em 2011, quando a Talkdesk foi fundada, o seu CEO Tiago Paiva tinha “uma visão ousada e disruptiva para um mercado antigo através de novas e melhores formas de prestar um bom serviço ao cliente”.

Durante a última década, “a paixão da sua equipa pela inovação” ajudou organizações em todo o mundo a transformarem as suas interações com os clientes “em momentos significativos com o potencial de construir confiança e lealdade à marca”.

Ao mesmo tempo, a Talkdesk “cresceu rapidamente e tornou-se uma das empresas privadas mais valorizadas no mercado de Software as a Service (SaaS)/Software para Empresas”.

Só nos últimos quatro anos, a Talkdesk introduziu “mais de 50 inovações de produtos”, inclusive plataformas de contact centers adaptadas às necessidades específicas de cada indústria, um sistema telefónico para empresas nativamente construído sobre uma plataforma de Contact Center as a Service (CCaaS) e soluções de inteligência artificial e automatização para interações com os consumidores “mais rápidas e sem obstáculos”.

“Estamos muito honrados por sermos reconhecidos como parte deste prestigioso ranking”, diz Tiago Paiva, diretor executivo principal da Talkdesk.

O mesmo responsável acrescentou ainda que “esta conquista celebra a inovação corajosa e a obsessão com o cliente que está no centro de tudo o que fazemos na nossa jornada para dar às empresas melhores formas de criar experiências mais personalizadas, produtivas e lucrativas para os clientes”.

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 

Fri, 16 Sep 2022

Estão abertas as inscrições para a Conferência APCC Porto 2022

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 107	IMPRESSIONS	341
MUV	13,640				
TAGS	APCC				

A APCC vai levar a cabo a 5ª edição da Conferência Internacional da APCC no Porto, no próximo dia 26 de outubro, no Porto Palácio Hotel, subordinada ao tema: "The Contact Center Industry in Portugal: Plunging into the Future – Nearshoring and Modernity".

Data:

O regresso das Conferências APCC ao Porto, após dois anos do interregno causado pela pandemia, reflete a crescente importância do Norte do País e, particularmente, da Região Metropolitana do Porto, para o crescimento do nosso Setor. O tema principal da Conferência aborda o nearshoring pela sua importância para a Economia designadamente nas exportações e no contributo para o prestígio internacional do nosso país.

Todos os Associados da APCC têm direito a três inscrições gratuitas na Conferência e preços especiais para inscrições adicionais e jantar.

O número de lugares é limitado pelo que deverá fazer as suas inscrições com a maior brevidade. Acompanhe todas as novidades em <https://www.conferenciaapcc.org/porto2022/index.html>

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.

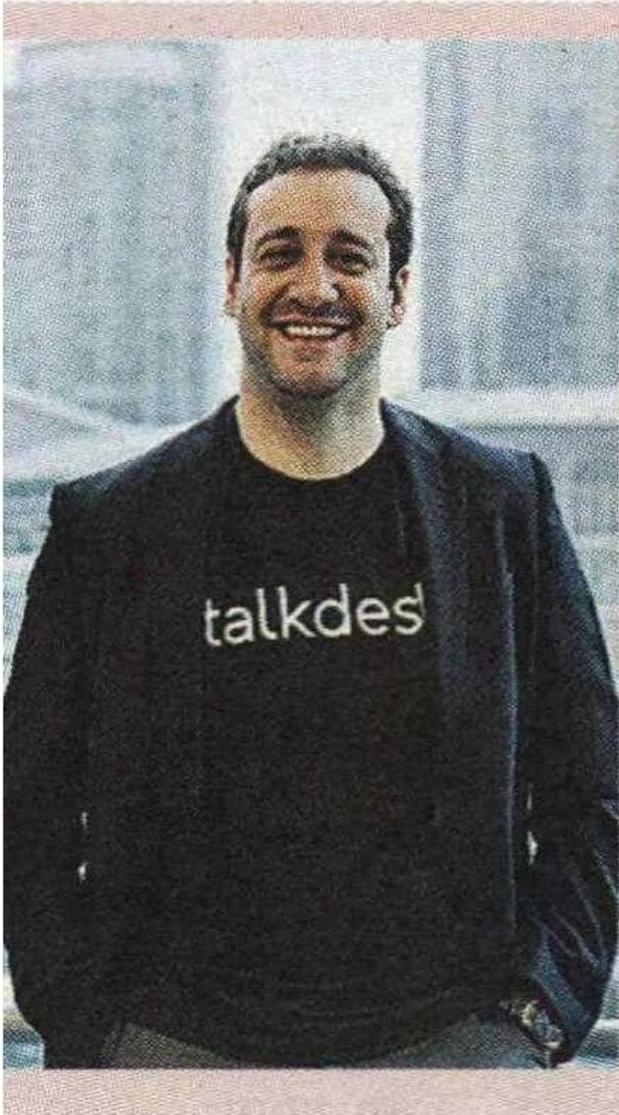
DIÁRIO DE NOTÍCIAS

Sat, 10 Sep 2022

Talkdesk líder no Quadrante Mágico da Gartner

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Newspaper	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 3,998	IMPRESSIONS	130,000
CIRCULATION	20000	DISTRIBUTION	Portugal	SECTION	Dinheiro Vivo
PAGE	16	SIZE	100 cc		
TAGS	Contact Centers				

O unicórnio português Talkdesk, cofundado por Tiago Paiva (na foto), foi nomeado líder no Quadrante Mágico da | Gartner de 2022 na categoria | de Contact Center as a Service. | Esta é a quarta vez consecutiva que a tecnológica recebe a distinção, que resulta de uma análise rigorosa a fornecedores de contact centers globais.



Talkdesk líder no Quadrante Mágico da Gartner

O unicórnio português Talkdesk, cofundado por Tiago Paiva (*na foto*), foi nomeado líder no Quadrante Mágico da Gartner de 2022 na categoria de Contact Center as a Service. Esta é a quarta vez consecutiva que a tecnológica recebe a distinção, que resulta de uma análise rigorosa a fornecedores de *contact centers* globais.

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.

APDC 

Thu, 08 Sep 2022

GoContact tem novo líder para a América Latina

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 55	IMPRESSIONS	175
MUV	7,000				
TAGS	Contact Centers				

2022-09-08A GoContact, a Broadvoice Company, empresa de software cloud native de Contact Center as a Service tem um novo líder para os mercados da América Latina. Depois de um período de expansão na região latino-americana, liderado por Mónica Rodríguez De Azambuja, que deixa a companhia para desenvolver novos projetos, foi nomeado Tito Aponte Mesa como VP Business Developer Latam.

A operação na região agrupa más de 25 pessoas no HUB Colombiano da GoContact que, como parte do seu processo de expansão e crescimento dos negócios regionais e offshore na América Latina, continuará a reforçar a sua equipa. O objetivo é responder às necessidades do mercado com o portfolio em constante crescimento. Até final deste ano espera chegar às 40 pessoas naquela região.

"Estou muito contente por me juntar à GoContact para colaborar e contribuir no desenvolvimento de projetos e aportar valor, com todo o meu conhecimento e experiência, para a evolução e aproveitamento da tecnologia para obter melhores resultados nos serviços prestados à indústria, refere Tito Aponte. O gestor desenvolveu a sua carreira no setor de Contact Centers & BPOs do mercado sul-americano e conta com mais de 20 anos de experiência na liderança de empresas de Contact Center e BPO, assim como nas áreas de informática e tecnologia.

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.

DINHEIRO VIVO 

Thu, 08 Sep 2022

Unicórnio português Talkdesk posiciona-se como líder no Quadrante Mágico da Gartner

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 5,991	IMPRESSIONS	19,049
MUV	761,960				
TAGS	Contact Centers				

A tecnológica que desenvolve software cloud para contact centers foi nomeada líder na categoria de Contact Center as a Service pelo quarto ano consecutivo.

A tecnológica portuguesa com estatuto de unicórnio Talkdesk, foi nomeada líder no Quadrante Mágico da Gartner de 2022 na categoria de Contact Center as a Service . Esta é a quarta vez consecutiva que a startup recebe a distinção, que este ano resultou de uma análise rigorosa de nove fornecedores de contact centers globais para avaliar a totalidade da sua visão e a sua capacidade de execução.

"A Talkdesk avançou significativamente para cumprir a sua visão ousada", destaca a startup em comunicado. "Isto inclui o lançamento de 50 inovações de produto nos últimos quatro anos, bem como novas expansões no mercado global", assim como o reforço do seu compromisso de "enfrentar os desafios únicos de indústrias específicas com soluções de contact center" personalizadas para as diferentes necessidades dos setores de serviços financeiros, saúde e retalho. Além disto, refere, "as funcionalidades da IA da Talkdesk reforçam as ferramentas e processos diários dos contact centers com uma tecnologia robusta, o que alavanca uma melhor experiência de cliente num mundo digital".

Tiago Paiva, fundador e CEO da Talkdesk, considera que a tecnológica está assim "a construir uma reputação inigualável na inovação da experiência do cliente, serviço e apoio ao cliente" - e a prova, é este "sucessivo reconhecimento".

Segundo a Gartner, empresas líderes são "fornecedores com forte capacidade de apoiar os quatro pilares de um ótimo serviço ao cliente e de satisfazer organizações multinacionais com empresas locais de vendas e apoio". Estas, são também "mais suscetíveis a prestar serviços a clientes através de parceiros". Adicionalmente, "têm capacidade de suportar diferentes níveis de complexidade de implementação, inclusive integrações com parceiros através de mercados estabelecidos", explica a consultora.

A Talkdesk garante continuar a trabalhar para dar às organizações formas mais inteligentes de transformar os seus contact centers e experiência de cliente através de soluções específicas de indústria, inteligência artificial, automatização e ferramentas de envolvimento da força de trabalho. "Estamos também presentes para os apoiar ao longo desta jornada como um parceiro de negócios dedicado ao seu sucesso", conclui Tiago Paiva. ✨

JN DN TSF Dinheiro Vivo O Jogo Motor 24 Men's Health Women's Health Eusões Volta ao Mundo NM N-TV Delas GRI

GRUPO BEL CLASSIFICADOS

≡ **d dinheiro vivo** Economia Empresas Mercados Fazedores Gestão Marketing Opinião Capas (TSF) 🔍 👤

FAZEDORES

Unicórnio português Talkdesk posiciona-se como líder no Quadrante Mágico da Gartner

A tecnológica que desenvolve *software cloud* para *contact centers* foi nomeada líder na categoria de *Contact Center as a Service* pelo quarto ano consecutivo.



Mariana Coelho Dias

08 Setembro, 2022 • 16:19

PARTILHAR

f Facebook

🐦 Twitter

📧 WhatsApp

✉ E-mail

+

💬 Comentar



O fundador e CEO da Talkdesk, Tiago Paiva © Direitos Reservados

A tecnológica portuguesa com estatuto de unicórnio Talkdesk, foi nomeada líder no Quadrante Mágico da Gartner de 2022 na categoria de *Contact Center as a Service*. Esta é a quarta vez consecutiva que a startup recebe a distinção, que este ano resultou de uma análise rigorosa de nove fornecedores de *contact centers* globais para avaliar a totalidade da sua visão e a sua capacidade de execução.

RELACIONADOS

[Portuguesa Talkdesk distinguida como melhor contact center em evento](#)

nacional

Talkdesk levanta 230 milhões e já vale mais de 10 mil milhões de dólares

Portuguesas Talkdesk e OutSystems entre as 100 melhores empresas de cloud para a Forbes

"A Talkdesk avançou significativamente para cumprir a sua visão ousada", destaca a startup em comunicado. "Isto inclui o lançamento de 50 inovações de produto nos últimos quatro anos, bem como novas expansões no mercado global", assim como o reforço do seu compromisso de "enfrentar os desafios únicos de indústrias específicas com soluções de *contact center*" personalizadas para as diferentes necessidades dos setores de serviços financeiros, saúde e retalho. Além disto, refere, "as funcionalidades da IA da Talkdesk reforçam as ferramentas e processos diários dos *contact centers* com uma tecnologia robusta, o que alavanca uma melhor experiência de cliente num mundo digital".

Tiago Paiva, fundador e CEO da Talkdesk, considera que a tecnológica está assim "a construir uma reputação inigualável na inovação da experiência do cliente, serviço e apoio ao cliente" - e a prova, é este "sucessivo reconhecimento".

Segundo a Gartner, empresas líderes são "fornecedores com forte capacidade de apoiar os quatro pilares de um ótimo serviço ao cliente e de satisfazer organizações multinacionais com empresas locais de vendas e apoio". Estas, são também "mais suscetíveis a prestar serviços a clientes através de parceiros". Adicionalmente, "têm capacidade de suportar diferentes níveis de complexidade de implementação, inclusive integrações com parceiros através de mercados estabelecidos", explica a consultora.

PUBLICIDADE • CONTINUE A LEITURA A SEGUIR

A Talkdesk garante continuar a trabalhar para dar às organizações formas mais inteligentes de transformar os seus *contact centers* e experiência de cliente através de soluções específicas de indústria, inteligência artificial, automatização e ferramentas de envolvimento da força de trabalho. "Estamos também presentes para os apoiar ao longo desta jornada como um parceiro de negócios dedicado ao seu sucesso", conclui Tiago Paiva.

SUBSCREVER NEWSLETTER

Subscreva a nossa newsletter e tenha as notícias no seu e-mail todos os dias

SUBSCREVER

PARTILHAR ESTE ARTIGO



COMENTÁRIOS

MAIS NOTÍCIAS

Zara reabre no coração do Porto com tecnologia de ponta

Já pode transformar qualquer carro numa autocaravana por 1.500 euros

Bancários pedem "tratamento igualitário" nos apoios anunciados

Governo dá 100 euros às famílias e até 2 milhões a empresas eletrointensivas

Rússia vai promover uso do rublo digital nas transações internacionais

Forças Armadas alvo de ciberataque, Costa garante credibilidade na NATO

O carro mais vendido na Europa é fabricado em Portugal

Acionistas do banco BAI Micro Finanças pedem dissolução e liquidação

Governo recomenda horários limitados para luzes decorativas e poupanças com sistem...



PATROCINADO Recuperar a Mata Nacional de Leiria, uma árvore de cada vez



PATROCINADO O contributo da investigação na luta contra o cancro em debate

EUA anunciam 2.000 milhões para ajuda militar à Ucrânia e a outros 18 países europeus

Portugal gastou 2,5 mil milhões com auxílios estatais devido à pandemia em 2020

Governo quer aumentar de 2% para 5% parque habitacional público

Governo aprova criação da direção executiva do Serviço Nacional de Saúde



Cheque de 125 euros para rendimentos até 2700 euros

PATROCINADO Qualidade dos brancos e rosés aumentou na última década

BCE sobe taxas de juro em 75 pontos base, o maior aumento de sempre



PATROCINADO Uva de Ouro: a prova que mostra que em Portugal se brinda com o melhor

Nem Porsche, nem Ferrari. O desportivo mais procurado no Google é surpresa



Títulos de dívida pública valorizaram-se pela primeira vez este ano

Estudo: confiança nos governos está em declínio, mas as redes sociais podem ajudar

PATROCINADO Os percursos naturais e urbanos que tem de visitar em Santa Maria da Feira

Agência Nacional de Inovação vai transformar 15 projetos académicos em negócios

Setor de ativos digitais cria federação de criptoconomia

OUTROS CONTEÚDOS GMG

O massacre de Wiriamu e a declaração de Costa: "O que aconteceu nos últimos dias é bastante..."

"Quando me ligaram do Benfica, pensei logo: 'Não há qualquer hipótese de deixar isto escapar'"

O Titanic como nunca antes tinha sido visto através de novas imagens em 8K

A receção dos adeptos do FC Porto no Metropolitan a Paulo Futre

Nobel da Física sugere cozinhar massa com o fogão desligado para poupar

Apple anuncia novos iPhone 14 com superecrãs e deteção de acidentes

Para receber apoios é preciso ter IBAN atualizado. Saiba como fazê-lo online

"FC Porto sólido e compacto" contra um Atlético "com pouca clarividência" e um Pep...

"Prefiro morrer a dizer que sou o Paulo Futre e tenho de estar à frente de outro português"

Cadastrado julgado por violar mulher duas horas no Porto



PATROCINADO **Está de volta o prémio de excelência do vinho nacional!**

Klopp após derrota pesada do Liverpool: "No Wolverhampton não paramos de rir"

Vacinação sazonal contra covid-19 e gripe começa hoje. O que precisa de saber

Abel emocionado no discurso após a eliminação: "Não conheço guerreiros sem as p..."

Darwin rendeu cerca de 37 milhões de euros ao Benfica

Sismo de magnitude 3,4 registado no norte de Portugal

Homenagens de peso e D. Isabel de Bragança fecham temporada tauromáquica do Camp...

Autoridade da Concorrência dá luz verde à venda da Burger King



PATROCINADO **Uva de Ouro: "Portugal tem a sorte de ter castas e vinhos com identidade vincada"**

Turista norte-americano multado em 450 euros após comer e beber ao lado de fonte em Roma

Sismo de magnitude 3,4 registado no norte de Portugal

Juan Jose Marco: "O nosso propósito é construir Um Amanhã Melhor"

Papiro raro com inscrição hebraica e cerca de 2.700 anos comprado por Israel

Circulação do Metro de Lisboa interrompida nas linhas verde e amarela

Documentos portugueses da NATO apanhados à venda na darkweb

Clima: França não perdoa gargalhadas de Galtier e Mbappé

Líder do PSD diz que projeto de aeroporto em Santarém "deve ser ponderado"

Putin diz que nada perdeu. Kiev apela para a desocupação da Crimeia

Militar da GNR de folga salva bebé de engasgamento

Juntas de Gondomar herdaram ruas "muito, muito" sujas

Reformados levam corte de 252 euros nas pensões daqui a dois anos

PATROCINADO **Já conhece os vinhos premiados de 2022?**

Revista de imprensa: Sporting "tecnicamente superior e mais letal" e "Frankfurt em choque"

Pagaram férias mas ficaram sem viagens e sem dinheiro

PATROCINADO

Apoio de

Está de volta o prémio de excelência do vinho nacional!

Uva de Ouro: a prova que mostra que em Portugal se brinda com o melhor

Recuperar a Mata Nacional de Leiria, uma árvore de cada vez

Os percursos naturais e urbanos que tem de visitar em Santa Maria da Feira

Já conhece os vinhos premiados de 2022?

NEWSLETTER • APPS E RSS • PUBLICIDADE

SECÇÕES

- Economia
- Empresas
- Mercados
- Fazedores
- Gestão & RH
- Marketing & Pub
- Opinião
- Capas

ESPECIAIS

- Pergunte ao Advogado
- Campus Santander
- Made in Portugal
- Reboot Portugal

SERVIÇOS

- Newsletter
- Ranking Nacional de Empresas
- APPS e RSS
- Publicidade
- Termos e Condições
- Ficha Técnica
- Contactos

MARCAS DO GRUPO

- JN
- DN
- TSF
- O Jogo
- Motor 24
- Men's Health
- Women's Health
- Evasões
- Volta ao Mundo
- Noticias Magazine
- N-TV
- Delas
- Açoriano Oriental

SIGA-NOS



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.

MSN PORTUGAL 

Wed, 07 Sep 2022

Escritório da Webhelp em Aveiro entra em funcionamento já este mês. Há 100 vagas até final do ano

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 8,810	IMPRESSIONS	28,015
MUV	1,120,600				
TAGS	Contact Centers				

Com sede em Lisboa, um escritório em Oeiras e dois em Braga,

e implicou um investimento de um milhão de euros. Com capacidade para 170 pessoas,

, que se vão juntar aos mais de 60 que já estavam a trabalhar a partir de Aveiro, em regime remoto, e que assim irão continuar.

Esta quinta-feira, a Webhelp inaugura – agora de forma oficial – o novo escritório sede, em Lisboa. O objetivo será atingir os 3.000 colaboradores em Portugal, em 2023, contribuindo com 600 novos postos de trabalho no país. O investimento total da Webhelp em Portugal ascende ronda os 15 milhões de euros em infraestruturas.

“Para já, o escritório de Aveiro será mais pequeno do que os que agora inauguramos oficialmente em Lisboa e Braga. Terá 1.300 metros quadrados e capacidade para cerca de 170 pessoas, ainda assim um grande investimento da Webhelp numa cidade em expansão e com enormes atrativos do ponto de vista da qualidade de vida e potencial de crescimento”, começa por dizer Carlos Moreira, CEO da Webhelp Portugal, em declarações à Pessoas.

“Desde que nos instalámos em Portugal, em 2015, temos vindo a apostar e a investir cada vez mais no país, a nível de infraestruturas e contratações. O percurso tem sido de crescimento constante, não só em Lisboa, mas em cidades intermédias que consideramos

dinâmicas e com potencial de maior desenvolvimento, como o caso de Braga e, agora, Aveiro”, continua o gestor.

“O sucesso da estratégia inicial de crescimento comprova-se pelo facto de termos continuado a desenvolver as nossas operações a nível nacional, nos últimos sete anos. Analisando o nosso percurso até aqui, a projeção que fazemos para o futuro é a contínua aposta no país, com uma estratégia estruturada de acordo com as oportunidades que surjam ou que sejam criadas.”

Portugal é um mercado “essencial” para a expansão da empresa de contact centers a nível global enquanto hub multilingue, mas, sobretudo, a nível europeu. “Trabalhamos mais de 50 clientes internacionais e Portugal é um país onde encontramos pessoas com conhecimento de inúmeros idiomas a um nível nativo. Por outro lado, temos excelente qualidade e talento dentro do país devido à aposta no aumento do nível de educação que foi feita nas últimas duas décadas”, justifica.

Para já, decorrem as inaugurações oficiais dos escritórios de Lisboa e Braga, onde a companhia também já tinha anteriormente escritórios. Em Lisboa, o novo escritório substitui o antigo e passa a ser a sede oficial da multinacional em Portugal, localizado no Parque das Nações. A área deste novo hub multilingue é de 6.400 metros quadrados e terá uma capacidade para 835 colaboradores.

“É um projeto que teve início em julho do ano passado e já está operacional desde dezembro”, diz Carlos Moreira. Apesar de já estar em funcionamento, o evento de inauguração da sede da companhia, em Lisboa, terá lugar esta quinta-feira e conta com os anfitriões Olivier Duha, fundador e CEO do Grupo Webhelp, e Carlos Moreira. Diversos membros da direção do Grupo Webhelp, incluindo Vincent Bernard, chief operating officer, e Francesca Zanisi, chief people officer da Webhelp, também estarão presentes no evento.

© Swipe News, SA

Escritório da Webhelp em Aveiro entra em funcionamento já este mês. Há 100 vagas até final do ano

“No caso de Braga, passámos a ter dois escritórios. O novo espaço, na Rua das Cabanas, tem 3.000 metros quadrados e capacidade para 400 colaboradores. É também multilingue e trabalha projetos de diversos setores de atividade, estando operacional desde setembro de 2021”, continua. A inauguração oficial do segundo escritório de Braga acontece a 12 de setembro.

O montante total de investimento implicado na abertura do novo escritório de Lisboa foi de

4,5 milhões de euros, enquanto no novo de Braga foi de 1,5 milhões. Em Aveiro, o valor implicado é de um milhão de euros. Ao todo, desde que a Webhelp chegou a Portugal, em 2015, já foram investidos cerca de 15 milhões de euros em infraestruturas no país. Cerca de oito milhões foram investidos entre 2015 e 2020, enquanto o restante foi investido desde então nestes novos escritórios nacionais.

Ao nível do recrutamento, até ao final deste ano, a meta é alcançar os 2.500 colaboradores. No entanto, a previsão é de alargamento da equipa para as 3.000 pessoas em território nacional, em 2023. Atualmente, a Webhelp conta com 2.400 colaboradores, de 75 nacionalidades e que trabalham em 19 línguas para 52 clientes, sediados em Portugal.

Os perfis mais procurados são de assistentes de apoio ao cliente e suporte técnico, que sejam fluentes em línguas como o francês, inglês, alemão, espanhol, neerlandês, entre outras. Para além disso, o CEO recorda que a empresa está também a aumentar as suas equipas de suporte com marketing managers, operations managers, security analysts e BI & reporting specialists.

“A nível local, ficamos extremamente satisfeitos e faz parte da nossa estratégia estarmos a contribuir ao nível do emprego, mas também a participar na descentralização para outras cidades muito relevantes do país. Adicionalmente, cerca de 45% da nossa equipa no país é estrangeira e Portugal tem inúmeros atrativos e vantagens ao nível da qualidade de vida e diversidade de território, o que também se tornam boas motivações para estes colaboradores”, explica.

Neste momento, o modelo de trabalho adotado varia consoante o projeto em questão. “Temos um pouco de tudo, entre projetos 100% em teletrabalho, em formato híbrido e 100% em formato presencial. Depende do setor e requisitos de segurança dos nossos clientes, necessidades às quais nos adaptamos e ajustamos as equipas”, conta Carlos Moreira.

Nesse sentido, a aposta em novos escritórios surge para garantir o bem-estar de todos os colaboradores, independentemente do modelo em que trabalhem. “A nossa estratégia continuará sempre a ser dar as melhores condições aos nossos Webhelpers, quer estejam em teletrabalho, em formato híbrido ou no escritório. Qualquer um dos formatos traz desafios que ultrapassamos em equipa e de forma que todos se sintam parte integrante da Webhelp e gostem do seu ambiente de trabalho.”

Atualmente, a companhia conta com 213 unidades distribuídas por 58 países e com mais de 110.000 colaboradores em todo o mundo.

]]> ✱

msn finanças

pesquisa Web

Iniciar sessão

Escritório da Webhelp em Aveiro entra em funcionamento já este mês. Há 100 vagas até final do ano

Joana Nabais Ferreira 2 horas atrás

A partir deste ano, a Webhelp passará a contar com cinco escritórios em Portugal. Com sede em Lisboa, um escritório em Oeiras e dois em Braga, o mais recente escritório da companhia localiza-se em Aveiro. Este novo espaço começa a funcionar em “meados” de setembro e implicou um investimento de um milhão de euros. Com capacidade para 170 pessoas, a empresa francesa pretende recrutar 100 novos colaboradores até ao final do ano, que se vão juntar aos mais de 60 que já estavam a trabalhar a partir de Aveiro, em regime remoto, e que assim irão continuar.

Esta quinta-feira, a Webhelp inaugura – agora de forma oficial – o novo escritório sede, em Lisboa. O objetivo será atingir os 3.000 colaboradores em Portugal, em 2023, contribuindo com 600 novos postos de trabalho no país. O investimento total da Webhelp em Portugal ascende ronda os 15 milhões de euros em infraestruturas.

“Para já, o escritório de Aveiro será mais pequeno do que os que agora inauguramos oficialmente em Lisboa e Braga. Terá 1.300 metros quadrados e capacidade para cerca de 170 pessoas, ainda assim um grande investimento da Webhelp numa cidade em expansão e com enormes atrativos do ponto de vista da qualidade de vida e potencial de crescimento”, começa por dizer Carlos Moreira, CEO da Webhelp Portugal, em declarações à Pessoas.

“Desde que nos instalámos em Portugal, em 2015, temos vindo a apostar e a investir cada vez mais no país, a nível de infraestruturas e contratações. O percurso tem sido de crescimento constante, não só em Lisboa, mas em cidades intermédias que consideramos dinâmicas e com potencial de maior desenvolvimento, como o caso de Braga e, agora, Aveiro”, continua o gestor.

“O sucesso da estratégia inicial de crescimento comprova-se pelo facto de termos continuado a desenvolver as nossas operações a nível nacional, nos últimos sete anos. Analisando o nosso percurso até aqui, a projeção que fazemos para o futuro é a contínua aposta no país, com uma estratégia estruturada de acordo com as oportunidades que surjam ou que sejam criadas.”

Portugal é um mercado “essencial” para a expansão da empresa de *contact centers* a nível global enquanto *hub multilingue*, mas, sobretudo, a nível europeu. “Trabalhamos mais de 50 clientes internacionais e Portugal é um país onde encontramos pessoas com conhecimento de inúmeros idiomas a um nível nativo. Por outro lado, temos excelente qualidade e talento dentro do país devido à aposta no aumento do nível de educação que foi feita nas últimas duas décadas”, justifica.

Novos escritórios de Lisboa e Braga somam 1.235 colaboradores e seis milhões

Para já, decorrem as inaugurações oficiais dos escritórios de Lisboa e Braga, onde a companhia também já tinha anteriormente escritórios. Em Lisboa, o novo escritório substitui o antigo e passa a ser a sede oficial da multinacional em Portugal, localizado no

PODERÁ GOSTAR

- É bom saber: como abrir uma lata sem...
Conselhos e Truques
- 40 piores filmes de todos os tempos, de...
Vida Brilhante
- Ele pica uma agulha numa banana e olha...
Conselhos e Truques

substituir o antigo e passa a ser a sede oficial da multinacional em Portugal, localizado no Parque das Nações. A área deste novo *hub multilingue* é de 6.400 metros quadrados e terá uma capacidade para 835 colaboradores.

“É um projeto que teve início em julho do ano passado e já está operacional desde dezembro”, diz Carlos Moreira. Apesar de já estar em funcionamento, o evento de inauguração da sede da companhia, em Lisboa, terá lugar esta quinta-feira e conta com os anfitriões Olivier Duha, fundador e CEO do Grupo Webhelp, e Carlos Moreira. Diversos membros da direção do Grupo Webhelp, incluindo Vincent Bernard, *chief operating officer*, e Francesca Zanisi, *chief people officer* da Webhelp, também estarão presentes no evento.



© Swipe News, SA Escritório da Webhelp em Aveiro entra em funcionamento já este mês. Há 100 vagas até final do ano

“No caso de Braga, passámos a ter dois escritórios. O novo espaço, na Rua das Cabanas, tem 3.000 metros quadrados e capacidade para 400 colaboradores. É também *multilingue* e trabalha projetos de diversos setores de atividade, estando operacional desde setembro de 2021”, continua. A inauguração oficial do segundo escritório de Braga acontece a 12 de setembro.

O montante total de investimento implicado na abertura do novo escritório de Lisboa foi de 4,5 milhões de euros, enquanto no novo de Braga foi de 1,5 milhões. Em Aveiro, o valor implicado é de um milhão de euros. Ao todo, desde que a Webhelp chegou a Portugal, em 2015, já foram investidos cerca de 15 milhões de euros em infraestruturas no país. Cerca de oito milhões foram investidos entre 2015 e 2020, enquanto o restante foi investido desde então nestes novos escritórios nacionais.

3.000 pessoas em Portugal durante o próximo ano

Ao nível do recrutamento, até ao final deste ano, a meta é alcançar os 2.500 colaboradores. No entanto, **a previsão é de alargamento da equipa para as 3.000 pessoas em território nacional, em 2023.** Atualmente, a Webhelp conta com 2.400 colaboradores, de 75 nacionalidades e que trabalham em 19 línguas para 52 clientes, sediados em Portugal.

Os perfis mais procurados são de **assistentes de apoio ao cliente e suporte técnico**, que sejam fluentes em línguas como o francês, inglês, alemão, espanhol, neerlandês, entre outras. Para além disso, o CEO recorda que a empresa está também a aumentar as suas equipas de suporte com *marketing managers, operations managers, security analysts* e *BI & reporting specialists*.

A Microsoft preocupa-se com a sua privacidade “A nível local, ficamos extremamente satisfeitos e faz parte da nossa estratégia estarmos a contribuir ao nível do emprego, mas também a participar na descentralização para outras

A Microsoft e os nossos fornecedores terceiros utilizam cookies para armazenar e aceder a informações como IDs de dispositivos e informações de localização. O objetivo de armazenar e aceder informação num dispositivo, fornecer anúncios e conteúdos personalizados, melhorar o desempenho de anúncios e conteúdos, obter informações de audiência e

Aceito

Rejeitar Tudo

preferências" para consultar as suas opções e exercer o seu direito de se opor ao interesse
diversidade de território, o que também se tomam boas motivações para estes
Legítimo onde quer que seja utilizado. Pode alterar a sua seleção em "Gerir Preferências" na
parte inferior desta página. [Declaração de Privacidade](#)

desenvolvimento de produtos
[Lista de parceiros \(fornecedores\)](#)

[Iniciar a conversa](#)

[Gerir preferências](#)

© 2022 Microsoft

Privacidade e Cookies Gerir preferências Termos de utilização

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.

ECO 

Wed, 07 Sep 2022

Escritório da Webhelp em Aveiro entra em funcionamento já este mês. Há 100 vagas até final do ano

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 9,600	IMPRESSIONS	30,525
MUV	1,221,000				
TAGS	Contact Centers				

A partir deste ano, a Webhelp passará a contar com cinco escritórios em Portugal. Com sede em Lisboa, um escritório em Oeiras e dois em Braga, o mais recente escritório da companhia localiza-se em Aveiro. Este novo espaço começa a funcionar em “meados” de setembro e implicou um investimento de um milhão de euros. Com capacidade para 170 pessoas, a empresa francesa pretende recrutar 100 novos colaboradores até ao final do ano, que se vão juntar aos mais de 60 que já estavam a trabalhar a partir de Aveiro, em regime remoto, e que assim irão continuar.

Esta quinta-feira, a Webhelp inaugura – agora de forma oficial – o novo escritório sede, em Lisboa. O objetivo será atingir os 3.000 colaboradores em Portugal, em 2023, contribuindo com 600 novos postos de trabalho no país. O investimento total da Webhelp em Portugal ascende ronda os 15 milhões de euros em infraestruturas.

“Para já, o escritório de Aveiro será mais pequeno do que os que agora inauguramos oficialmente em Lisboa e Braga. Terá 1.300 metros quadrados e capacidade para cerca de 170 pessoas, ainda assim um grande investimento da Webhelp numa cidade em expansão e com enormes atrativos do ponto de vista da qualidade de vida e potencial de crescimento”, começa por dizer Carlos Moreira, CEO da Webhelp Portugal, em declarações à Pessoas.

“Desde que nos instalámos em Portugal, em 2015, temos vindo a apostar e a investir cada vez mais no país, a nível de infraestruturas e contratações. O percurso tem sido de

crescimento constante, não só em Lisboa, mas em cidades intermédias que consideramos dinâmicas e com potencial de maior desenvolvimento, como o caso de Braga e, agora, Aveiro”, continua o gestor.

“O sucesso da estratégia inicial de crescimento comprova-se pelo facto de termos continuado a desenvolver as nossas operações a nível nacional, nos últimos sete anos. Analisando o nosso percurso até aqui, a projeção que fazemos para o futuro é a contínua aposta no país, com uma estratégia estruturada de acordo com as oportunidades que surjam ou que sejam criadas.”

Portugal é um mercado “essencial” para a expansão da empresa de contact centers a nível global enquanto hub multilingue, mas, sobretudo, a nível europeu. “Trabalhamos mais de 50 clientes internacionais e Portugal é um país onde encontramos pessoas com conhecimento de inúmeros idiomas a um nível nativo. Por outro lado, temos excelente qualidade e talento dentro do país devido à aposta no aumento do nível de educação que foi feita nas últimas duas décadas”, justifica.

Para já, decorrem as inaugurações oficiais dos escritórios de Lisboa e Braga, onde a companhia também já tinha anteriormente escritórios. Em Lisboa, o novo escritório substitui o antigo e passa a ser a sede oficial da multinacional em Portugal, localizado no Parque das Nações. A área deste novo hub multilingue é de 6.400 metros quadrados e terá uma capacidade para 835 colaboradores.

“É um projeto que teve início em julho do ano passado e já está operacional desde dezembro”, diz Carlos Moreira. Apesar de já estar em funcionamento, o evento de inauguração da sede da companhia, em Lisboa, terá lugar esta quinta-feira e conta com os anfitriões Olivier Duha, fundador e CEO do Grupo Webhelp, e Carlos Moreira. Diversos membros da direção do Grupo Webhelp, incluindo Vincent Bernard, chief operating officer, e Francesca Zanisi, chief people officer da Webhelp, também estarão presentes no evento.

“No caso de Braga, passámos a ter dois escritórios. O novo espaço, na Rua das Cabanas, tem 3.000 metros quadrados e capacidade para 400 colaboradores. É também multilingue e trabalha projetos de diversos setores de atividade, estando operacional desde setembro de 2021”, continua. A inauguração oficial do segundo escritório de Braga acontece a 12 de setembro.

O montante total de investimento implicado na abertura do novo escritório de Lisboa foi de 4,5 milhões de euros, enquanto no novo de Braga foi de 1,5 milhões. Em Aveiro, o valor implicado é de um milhão de euros. Ao todo, desde que a Webhelp chegou a Portugal, em 2015, já foram investidos cerca de 15 milhões de euros em infraestruturas no país. Cerca de

oito milhões foram investidos entre 2015 e 2020, enquanto o restante foi investido desde então nestes novos escritórios nacionais.

Ao nível do recrutamento, até ao final deste ano, a meta é alcançar os 2.500 colaboradores. No entanto, a previsão é de alargamento da equipa para as 3.000 pessoas em território nacional, em 2023. Atualmente, a Webhelp conta com 2.400 colaboradores, de 75 nacionalidades e que trabalham em 19 línguas para 52 clientes, sediados em Portugal.

Os perfis mais procurados são de assistentes de apoio ao cliente e suporte técnico, que sejam fluentes em línguas como o francês, inglês, alemão, espanhol, neerlandês, entre outras. Para além disso, o CEO recorda que a empresa está também a aumentar as suas equipas de suporte com marketing managers, operations managers, security analysts e BI & reporting specialists.

> Desde que nos instalámos em Portugal, em 2015, temos vindo a apostar e a investir cada vez mais no país, a nível de infraestruturas e contratações. O percurso tem sido de crescimento constante, não só em Lisboa, mas em cidades intermédias que consideramos dinâmicas e com potencial de maior desenvolvimento, como o caso de Braga e, agora, Aveiro.

“A nível local, ficamos extremamente satisfeitos e faz parte da nossa estratégia estarmos a contribuir ao nível do emprego, mas também a participar na descentralização para outras cidades muito relevantes do país. Adicionalmente, cerca de 45% da nossa equipa no país é estrangeira e Portugal tem inúmeros atrativos e vantagens ao nível da qualidade de vida e diversidade de território, o que também se tornam boas motivações para estes colaboradores”, explica.

Neste momento, o modelo de trabalho adotado varia consoante o projeto em questão. “Temos um pouco de tudo, entre projetos 100% em teletrabalho, em formato híbrido e 100% em formato presencial. Depende do setor e requisitos de segurança dos nossos clientes, necessidades às quais nos adaptamos e ajustamos as equipas”, conta Carlos Moreira.

Nesse sentido, a aposta em novos escritórios surge para garantir o bem-estar de todos os colaboradores, independentemente do modelo em que trabalhem. “A nossa estratégia continuará sempre a ser dar as melhores condições aos nossos Webhelpers, quer estejam em teletrabalho, em formato híbrido ou no escritório. Qualquer um dos formatos traz desafios que ultrapassamos em equipa e de forma que todos se sintam parte integrante da Webhelp e gostem do seu ambiente de trabalho.”

Atualmente, a companhia conta com 213 unidades distribuídas por 58 países e com mais de 110.000 colaboradores em todo o mundo.

 MAIL JORNAIS CARROS CASAS EMPREGO BLOGS PROMOS VIRAL TUDO ▾

PESSOAS by  Entrar Assinatura premium

Carreiras Liderança Ecossistema RH Formação Recrutamento Out of Office Opinião Comprar revista Newsletter

Empresas

Escritório da Webhelp em Aveiro entra em funcionamento já este mês. Há 100 vagas até final do ano

Joana Nabais Ferreira
7:20



A empresa quer recrutar 100 colaboradores até final do ano só para Aveiro. A nível nacional, pretende chegar às 3.000 pessoas em 2023. O investimento total no país é de 15 milhões em infraestruturas.

Follow

A partir deste ano, a Webhelp passará a contar com cinco escritórios em Portugal. Com sede em Lisboa, um escritório em Oeiras e dois em Braga, o mais recente escritório da companhia localiza-se em Aveiro. Este novo espaço começa a funcionar em “meados” de setembro e implicou um investimento de um milhão de euros. Com capacidade para 170 pessoas, a empresa francesa pretende recrutar 100 novos colaboradores até ao final do ano, que se vão juntar aos mais de 60 que já estavam a trabalhar a partir de Aveiro, em regime remoto, e que assim irão continuar.

Esta quinta-feira, a Webhelp inaugura – agora de forma oficial – o novo escritório sede, em Lisboa. O objetivo será atingir os 3.000 colaboradores em Portugal, em 2023, contribuindo com 600 novos postos de trabalho no país. O investimento total da Webhelp em Portugal ascende ronda os 15 milhões de euros em infraestruturas.

“Para já, o escritório de Aveiro será mais pequeno do que os que agora inauguramos oficialmente em Lisboa e Braga. Terá 1.300 metros quadrados e capacidade para cerca de 170 pessoas, ainda assim um grande investimento da Webhelp numa cidade em expansão e com enormes atrativos do ponto de vista da qualidade de vida e potencial de crescimento”, começa por dizer Carlos Moreira, CEO da Webhelp Portugal, em declarações à Pessoas.

Trabalhadores da Apple dizem não ao regresso ao escritório

 Ler Mais

“Desde que nos instalámos em Portugal, em 2015, temos vindo a apostar e a investir cada vez mais no país, a nível de infraestruturas e contratações. O percurso tem sido de crescimento constante, não só

em Lisboa, mas em cidades intermédias que consideramos dinâmicas e com potencial de maior desenvolvimento, como o caso de Braga e, agora, Aveiro”, continua o gestor.

“O sucesso da estratégia inicial de crescimento comprova-se pelo facto de termos continuado a desenvolver as nossas operações a nível nacional, nos últimos sete anos. Analisando o nosso percurso até aqui, **a projeção que fazemos para o futuro é a contínua aposta no país**, com uma estratégia estruturada de acordo com as oportunidades que surjam ou que sejam criadas.”

Portugal é um mercado “essencial” para a expansão da empresa de *contact centers* a nível global enquanto *hub multilingue*, mas, sobretudo, a nível europeu.

“Trabalhamos mais de 50 clientes internacionais e Portugal é um país onde encontramos pessoas com conhecimento de inúmeros idiomas a um nível nativo. Por outro lado, temos excelente qualidade e talento dentro do país devido à aposta no aumento do nível de educação que foi feita nas últimas duas décadas”, justifica.

Novos escritórios de Lisboa e Braga somam 1.235 colaboradores e seis milhões

Para já, decorrem as inaugurações oficiais dos escritórios de Lisboa e Braga, onde a companhia também já tinha anteriormente escritórios. **Em Lisboa, o novo escritório substitui o antigo e passa a ser a sede oficial da multinacional em Portugal, localizado no Parque das Nações.** A área deste novo *hub multilingue* é de 6.400 metros quadrados e terá uma capacidade para 835 colaboradores.

“É um projeto que teve início em julho do ano passado e já está operacional desde dezembro”, diz Carlos Moreira. Apesar de já estar em funcionamento, o evento de inauguração da sede da companhia, em Lisboa, terá lugar esta quinta-feira e conta com os anfitriões Olivier Duha, fundador e CEO do Grupo Webhelp, e Carlos Moreira. Diversos membros da direção do Grupo Webhelp, incluindo Vincent Bernard, *chief operating officer*, e Francesca Zanisi, *chief people officer* da Webhelp, também estarão presentes no evento.



“No caso de Braga, passámos a ter dois escritórios. O novo espaço, na Rua das Cabanas, tem 3.000 metros quadrados e capacidade para 400 colaboradores. É também *multilingue* e trabalha projetos de diversos setores de atividade, estando operacional desde setembro de 2021”, continua. A inauguração oficial do segundo escritório de Braga acontece a 12 de setembro.

O montante total de investimento implicado na abertura do novo escritório de

Lisboa foi de 4,5 milhões de euros, enquanto no novo de Braga foi de 1,5 milhões. Em Aveiro, o valor implicado é de um milhão de euros. Ao todo, desde que a Webhelp chegou a Portugal, em 2015, já foram investidos cerca de 15 milhões de euros em infraestruturas no país. Cerca de oito milhões foram investidos entre 2015 e 2020, enquanto o restante foi investido desde então nestes novos escritórios nacionais.

3.000 pessoas em Portugal durante o próximo ano

Ao nível do recrutamento, até ao final deste ano, a meta é alcançar os 2.500 colaboradores. No entanto, a **previsão é de alargamento da equipa para as 3.000 pessoas em território nacional, em 2023**. Atualmente, a Webhelp conta com 2.400 colaboradores, de 75 nacionalidades e que trabalham em 19 línguas para 52 clientes, sediados em Portugal.

Os perfis mais procurados são de **assistentes de apoio ao cliente e suporte técnico**, que sejam fluentes em línguas como o francês, inglês, alemão, espanhol, neerlandês, entre outras. Para além disso, o CEO recorda que a empresa está também a aumentar as suas equipas de suporte com *marketing managers, operations managers, security analysts* e *BI & reporting specialists*.



Desde que nos instalámos em Portugal, em 2015, temos vindo a apostar e a investir cada vez mais no país, a nível de infraestruturas e contratações. O percurso tem sido de crescimento constante, não só em Lisboa, mas em cidades intermédias que consideramos dinâmicas e com potencial de maior desenvolvimento, como o caso de Braga e, agora, Aveiro.

Carlos Moreira
CEO da Webhelp Portugal

“A nível local, ficamos extremamente satisfeitos e **faz parte da nossa estratégia estarmos a contribuir ao nível do emprego**, mas também a participar na descentralização para outras cidades muito relevantes do país. Adicionalmente, **cerca de 45% da nossa equipa no país é estrangeira e Portugal tem inúmeros atrativos e vantagens ao nível da qualidade de vida e diversidade de território**, o que também se tornam boas motivações para estes colaboradores”, explica.

Neste momento, o modelo de trabalho adotado varia consoante o projeto em questão. “Temos um pouco de tudo, entre **projetos 100% em teletrabalho, em formato híbrido e 100% em formato presencial**. Depende do setor e requisitos de segurança dos nossos clientes, necessidades às quais nos adaptamos e ajustamos as equipas”, conta Carlos Moreira.

Nesse sentido, a aposta em novos escritórios surge para garantir o bem-estar de todos os colaboradores, independentemente do modelo em que trabalhem. “A nossa estratégia continuará sempre a ser dar as melhores condições aos nossos Webhelpers, quer estejam em teletrabalho, em formato híbrido ou no escritório. Qualquer um dos formatos traz desafios que ultrapassamos em equipa e de forma que todos se sintam parte integrante da Webhelp e gostem do seu ambiente de trabalho.”

Atualmente, a companhia conta com 343 unidades distribuídas por 50 países e com

Atualmente, a companhia conta com 213 unidades distribuídas por 58 países e com mais de 110.000 colaboradores em todo o mundo.



[https://eco.sapo.pt/2022/09/07/...](https://eco.sapo.pt/2022/09/07/) Copiar

Assine o ECO Premium

No momento em que a informação é mais importante do que nunca, apoie o jornalismo independente e rigoroso.

De que forma? Assine o ECO Premium e tenha acesso a notícias exclusivas, à opinião que conta, às reportagens e especiais que mostram o outro lado da história e às newsletters ECO Insider e Novo Normal.

Esta assinatura é uma forma de apoiar o ECO e os seus jornalistas. A nossa contrapartida é o jornalismo independente, rigoroso e credível.

Assine já

[Veja todos os planos](#)

Para si

[por taboala](#)

Carolina Afonso é a nova CEO do Gato Preto

Governo está a estudar medidas para apoiar prestação da casa ao banco

Rússia está a comprar armamento à Coreia do Norte

Governo dá cheque de 125 euros a trabalhadores com rendimentos até 2.700 euros mensais

Contribuintes têm de atualizar IBAN nas Finanças para receber “cheques” do Governo

Pedro Mourinho vai para a direção da CMTV

Pensionistas criticos sobre medidas anunciadas e exigem cumprimento da lei

Marques Mendes aponta aumento extraordinário de pensões

Subida de rendas limitada a 2% em 2023. Senhorios serão compensados

Pessoas Newsletter

Newsletter diária. [Subscreva aqui.](#)

Explorar

[Carreiras](#)

Sobre

[Estatuto Editorial](#)

Download

[Disponível gratuitamente para](#)

[Subscrever](#)

Siga-nos

[f](#) [@](#) [in](#)

- Liderança
- Ecosistema RH
- Formação
- Recrutamento
- Out of Office
- Opinião
- Comprar revista
- Newsletter

- Ficha Técnica
- Política de Privacidade
- Comprar Revista
- Contactos

iPhone, iPad, Apple Watch e Android

[App Store](#)

[Google Play](#)

© Copyright ECO 2022 Swipe News, SA. Todos os Direitos Reservados

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 DA MADEIRA

Tue, 06 Sep 2022

Fórum JM aborda tema da fixação de jovens

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Newspaper	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 510	IMPRESSIONS	12,000
CIRCULATION	6000	DISTRIBUTION	N/A	SECTION	REGIO
PAGE	6	SIZE	150 cc		
TAGS	Contact Centers				

NORTE

O JM Madeira, a Rádio 88.8 JM-FM e a Rádio Santana vão levar a efeito um Fórum especial subordinado à temática da fixação de jovens no Norte da Madeira.

O mote para esta iniciativa é providenciado pela entrada em funcionamento da primeira empresa informática na freguesia do Faial, concelho de Santana. No passado dia 22 de agosto, o grupo ACIN abriu o primeiro serviço de call center nas zonas rurais, tendo o investimento representado a criação de seis postos de trabalho, e com a capacidade para empregar muitos mais.

A instalação do call center, que permitiu a fixação de jovens na freguesia, contou com o apoio do Governo Regional, no quadro da estratégia de locação de património regional a privados para instalação e atividades ligadas à digitalização potenciando a fixação de jovens nas freguesias a norte da Madeira.

Neste sentido, o Fórum vai tentar perceber se este exemplo é para aprofundar no futuro. O debate vai contar com a presença de Luís de Sousa, CEO do Grupo ACIN, Manuel Luís, presidente da Junta Freguesia do Faial e Rogério Gouveia, secretário regional Finanças. O jornalista Miguel Guarda, diretor Rádios 88.8 JM-FM, Rádio Santana e Rádio Calheta é o moderador.

O Fórum vai ter lugar junto ao call center, e poderá ser acompanhado em direto nas rádios mencionadas, em jm-madeira.pr e nas redes sociais do JM. RC

NORTE

Fórum JM aborda tema da fixação de jovens

O JM Madeira, a Rádio 88.8 JM-FM e a Rádio Santana vão levar a efeito um Fórum especial subordinado à temática da fixação de jovens no Norte da Madeira.

O mote para esta iniciativa é providenciado pela entrada em funcionamento da primeira empresa informática na freguesia do Faial, concelho de Santana. No passado dia 22 de agosto, o grupo ACIN abriu o primeiro serviço de call center nas zonas rurais, tendo o investimento representado a criação de seis pos-

tos de trabalho, e com a capacidade para empregar muitos mais.

A instalação do call center, que permitiu a fixação de jovens na freguesia, contou com o apoio do Governo Regional, no quadro da estratégia de locação de património regional a privados para instalação e atividades ligadas à digitalização potenciando a fixação de jovens nas freguesias a norte da Madeira.

Neste sentido, o Fórum vai tentar perceber se este exemplo é para

aprofundar no futuro. O debate vai contar com a presença de Luís de Sousa, CEO do Grupo ACIN, Manuel Luís, presidente da Junta Freguesia do Faial e Rogério Gouveia, secretário regional Finanças. O jornalista Miguel Guarda, diretor Rádios 88.8 JM-FM, Rádio Santana e Rádio Calheta é o moderador.

O Fórum vai ter lugar junto ao call center, e poderá ser acompanhado em direto nas rádios mencionadas, em jm-madeira.pr e nas redes sociais do JM. **RC**

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.

PORTUGAL GLOBAL

Mon, 05 Sep 2022

A IMPORTÂNCIA DOS CONTACT CENTERS PARA A ECONOMIA PORTUGUESA

FREQUENCY	Monthly	MEDIA TYPE	Magazine	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 1,753	IMPRESSIONS	14,000
CIRCULATION	7000	DISTRIBUTION	Portugal	SECTION	OPINIO
PAGES	44, 45, 46	SIZE	3 pages		
TAGS	APCC Contact Centers				

>POR PEDRO MIRANDA, PRESIDENTE DA APCC – ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE CONTACT CENTERS

O setor dos Contact Centers em Portugal registou uma evolução notável na última década, representando atualmente uma faturação de 3 mil milhões de euros e mais de 100 mil profissionais, com clara vocação para o mercado internacional.

O setor dos Contact Centers e do BPO (Business Process Outsourcing) confundem-se bastante, e com razão, devendo ser clarificada a sua distinção.

O Contact Center, ou os centros de contacto, consistem em instalações que permitem a orquestração organizada de pessoas em equipas, muito desenvolvidas em formação continuada, seja específica dos produtos e serviços que é o âmbito principal das suas atividades, como de comunicação, liderança e gestão de relação, baseada em processos e tecnologia, sendo esta última o suporte dos diversos canais de relacionamento com os clientes finais, como exemplo clássico o canal telefónico, além da tecnologia que serve a

gestão e suporte à própria atividade. Hoje em dia também não podemos deixar de mencionar que a atividade dos centros de contacto é complementada com soluções de trabalho remoto, com necessidades específicas, a começar pela de segurança de acessos entre muitas outras dimensões. Ainda no âmbito destes centros especializados incluem-se atividades que, não sendo diretamente atividades de contacto com clientes finais, estão relacionados, ou contribuem ou complementam essa finalidade, sendo mencionados como atividades de back office. Finalmente, estes centros especializados podem ou não ser externalizados, isto é, há empresas que investem e mantêm centros para sua própria utilização, e também há no mercado empresas especializadas em fornecer para outras este tipo de serviços, com âmbito à medida, podendo ser completo ou parcial.

O BPO é um conceito vasto de externalização de um determinado âmbito de processos, de forma controlada e formal, onde encaixam variadíssimos tipos de âmbito, incluindo atividades de Contact Center, já acima apresentados. No BPO podemos exemplificar com processos relacionados com clientes finais, mas também podemos referir âmbitos completamente diferentes, como a Contabilidade, gestão de Tesouraria, Recursos Humanos componente mais administrativa, entre muitos outros exemplos, diria, infinitos. Por isso, o setor dos Contact Centers refere bastante o BPO para não perder âmbito potencial percebido pelos seus potenciais clientes, mas fundamentalmente o Contact Center envolve uma tipologia de BPO orientada para a relação e as respetivas operações, entre as empresas e os seus clientes finais.

O setor dos Contact Centers em Portugal

O perfil dos Contact Centers evoluiu imenso na última década em Portugal, e referimos, sem falsas modéstias, que está na categoria do “espetacular”! O setor, em 2022, representa no seu todo e na sua essência de prestação de serviços, 104 mil profissionais e fatura algo como 3 mil milhões de euros, sendo mais de metade ao serviço do mercado internacional, e ainda com taxas de crescimento significativas.

O mercado com destino ao segmento português, embora sendo um segmento aparentemente “nacional”, também já possui fortes influências da crescente imigração e do

forte crescimento do turismo em Portugal. Os turistas consomem produtos e serviços que precisam de serviços de Contact Center de apoio, ou os imigrantes que se estabelecem em Portugal, abrem e utilizam contas bancárias, pelo que recorrem a Contact Centers onde o inglês é cada vez mais necessário. Adicionalmente, se a digitalização acelerada das relações é uma realidade, como é exemplo o e-commerce, também é verdade que na retaguarda têm crescido soluções de apoio aos clientes ou potenciais clientes que, embora com apoio tecnológico, nunca deixam de envolver equipas humanas que são imprescindíveis e com dimensões que a maioria das pessoas não tem noção.

Não deixamos de destacar que o setor ainda está muito concentrado em Lisboa e Porto, com um peso de 85 por cento nessas grandes cidades, pelo que o Interior e outras cidades ainda têm oportunidades de capturar centros nas suas localizações, fixando pessoas onde atualmente fazem falta.

Exportação de serviços

O segmento do setor que, operando em Portugal, tem como destino outros países, designamos de segmento internacional. Este segmento, que repito, representa por si, mais de 52 mil pessoas e uma faturação acima de 1,5 mil milhões de euros anuais, tem sentido um enorme crescimento e expressão principalmente através da utilização de empresas de outsourcing especializadas, mas também pela instalação de centros próprios. É uma exportação de serviços digitais, que incorporam mão de obra especializada intensiva e muita tecnologia.

Rapidamente o mercado português esgota a capacidade de fornecer pessoas, pelo que a maioria das pessoas que trabalham no segmento internacional são pessoas estrangeiras e de diversos países. Os fatores que tornam possível esta imigração já todos estamos conscientes e continuam atuais, mas também têm limites que ainda não se sabe bem quais são, nomeadamente o ambiente mais organizado e simpático nas nossas grandes cidades, a crescente oferta de serviços do turismo que também serve bem o segmento das pessoas que vêm de fora para trabalhar em Portugal, como é o caso da oferta de restauração e diversão, o clima e as praias. A habitação é uma limitação geral, como é sabido, mas tem

havido capacidade de absorção porque as empresas do setor têm investido para que as pessoas que são atraídas para Portugal tenham incluído um pacote de alojamento e serviços associados. Geralmente são pessoas qualificadas e, não podemos esquecer, fazem consumo e pagam impostos, diretos e indiretos, em Portugal. Algumas dessas pessoas vão fazer a sua vida cá, o que é ótimo para melhorar o perfil laboral português.

Portugal enfrenta concorrência de outros países neste setor, como é o caso da Grécia, para dar um exemplo. A guerra na Ucrânia e a desestabilização consequente a Leste da Europa favorece outras regiões, como é natural, embora, espera-se, que temporariamente.

Setor com tradição tecnológica

Outra dimensão do setor é a tecnologia, que é um segmento com forte tradição portuguesa, com múltiplas empresas de referência internacional, fundadas em Portugal, por empreendedores Portugueses. Apesar da sua internacionalização, os colaboradores são fundamentalmente portugueses e o Research & Development é mantido no nosso país.

Também neste segmento importa destacar que o mais avançado a nível mundial está disponível e ao serviço do próprio setor, nomeadamente soluções completas de Contact Center e BPO na cloud, soluções de voz natural para os canais de voz, assistentes virtuais, soluções de gestão de relacionamento, bases de conhecimento de suporte, formação, além de soluções de workforce management. Também é verdade que para crescerem de forma internacional essas soluções têm incorporado capital estrangeiro, mas envolvem muitos profissionais portugueses e também trabalham o mercado nacional, como escala mundial.

<https://www.apdc.pt/>

A ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE CONTACT CENTER

A IMPORTANCIA DOS CONTACT CENTERS PARA A ECONOMIA PORTUGUESA

O setor dos Contact Centers em Portugal registou uma evolução notável na última década, representando atualmente uma faturação de 3 mil milhões de euros e mais de 100 mil profissionais, com clara vocação para o mercado internacional.



>POR **PEDRO MIRANDA**,
PRESIDENTE DA APCC – ASSOCIAÇÃO
PORTUGUESA DE CONTACT CENTERS

O setor dos Contact Centers e do BPO (Business Process Outsourcing) confundem-se bastante, e com razão, devendo ser clarificada a sua distinção.

O Contact Center, ou os centros de contacto, consistem em instalações que permitem a orquestração organizada de pessoas em equipas, muito desenvolvidas em formação continuada, seja específica dos produtos e serviços que é o âmbito principal das suas atividades, como de comunicação, liderança e gestão de relação, baseada em processos e tecnologia, sendo esta última o suporte dos diversos canais de relacionamento com os clientes finais, como exemplo

cas, a começar pela de segurança de acessos entre muitas outras dimensões. Ainda no âmbito destes centros especializados incluem-se atividades que, não sendo diretamente atividades de contacto com clientes finais, estão relacionados, ou contribuem ou complementam essa finalidade, sendo mencionados como atividades de *back office*. Finalmente, estes centros especializados podem ou não ser externalizados, isto é, há empresas que investem e mantêm centros para sua própria utilização, e também há no mercado empresas especializadas em fornecer para outras este tipo de serviços, com âmbito à medida, podendo ser completo ou parcial.

O BPO é um conceito vasto de externalização de um determinado âmbito de processos, de forma controlada e formal, onde encaixam variadíssimos tipos de âmbito, incluindo atividades de Contact Center, já acima apresentados. No BPO podemos exemplificar com processos relacionados com clientes finais, mas também podemos referir âmbitos completamente diferentes, como a Contabilidade, gestão de Tesouraria, Recursos Humanos componente mais administrativa, entre muitos outros exemplos, diria, infinitos. Por isso, o setor dos Contact Centers refere bastante o BPO para não perder âmbito

classico o canal telefonico, alem da tecnologia que serve a gestão e suporte à própria atividade. Hoje em dia também não podemos deixar de mencionar que a atividade dos centros de contacto é complementada com soluções de trabalho remoto, com necessidades especifi-

terere sustente e etc para não perder um bom potencial percebido pelos seus potenciais clientes, mas fundamentalmente o Contact Center envolve uma tipologia de BPO orientada para a relação e as respetivas operações, entre as empresas e os seus clientes finais.

O setor dos Contact Centers em Portugal

O perfil dos Contact Centers evoluiu imenso na última década em Portugal, e referimos, sem falsas modéstias, que está na categoria do “espetacular”! O setor, em 2022, representa no seu todo e na sua essência de prestação de serviços, 104 mil profissionais e fatura algo como 3 mil milhões de euros, sendo mais de metade ao serviço do mercado internacional, e ainda com taxas de crescimento significativas.

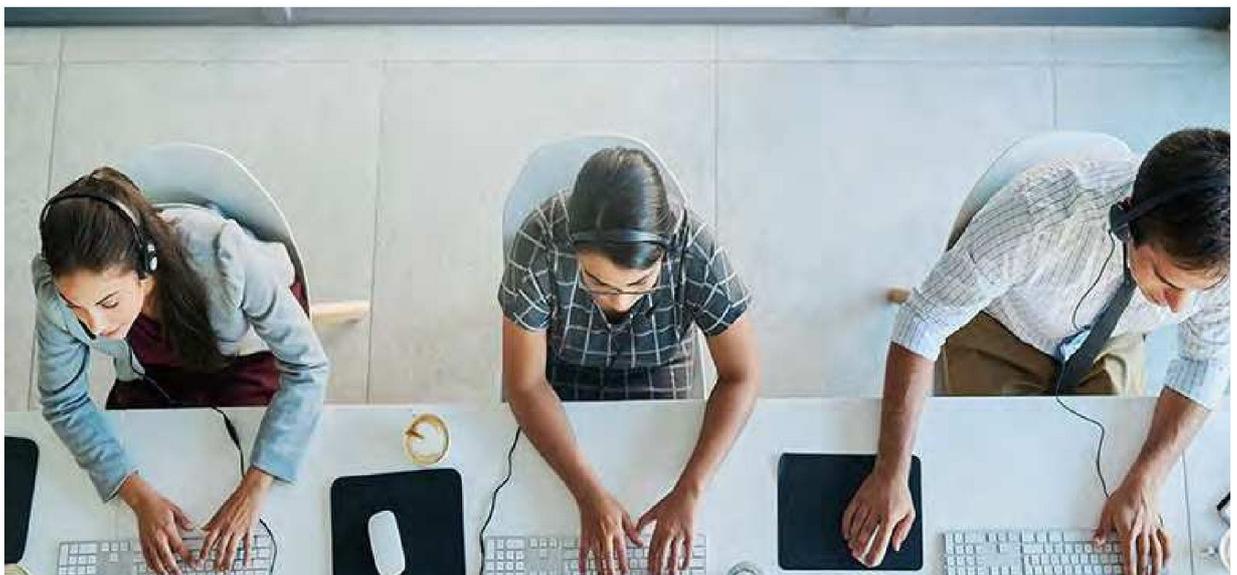
O mercado com destino ao segmento português, embora sendo um segmento aparentemente “nacional”, também já possui fortes influências da crescente imigração e do forte crescimento do turismo em Portugal. Os turistas consomem produtos e serviços que precisam de serviços de Contact Center de apoio, ou os imigrantes que se estabelecem em Portugal, abrem e utilizam contas bancárias, pelo que recorrem a Contact Centers onde o inglês é cada vez mais necessário. Adicionalmente, se a digitalização acelerada das relações é uma rea-

lidade, como é exemplo o *e-commerce*, também é verdade que na retaguarda têm crescido soluções de apoio aos clientes ou potenciais clientes que, embora com apoio tecnológico, nunca deixam de envolver equipas humanas que são imprescindíveis e com dimensões que a maioria das pessoas não tem noção.

Não deixamos de destacar que o setor ainda está muito concentrado em Lisboa e Porto, com um peso de 85 por cento nessas grandes cidades, pelo que o Interior e outras cidades ainda têm oportunidades de capturar centros nas suas localizações, fixando pessoas onde atualmente fazem falta.

Exportação de serviços

O segmento do setor que, operando em Portugal, tem como destino outros países, designamos de segmento internacional. Este segmento, que repito, representa por si, mais de 52 mil pessoas e uma faturação acima de 1,5 mil milhões de euros anuais, tem sentido um enorme crescimento e expressão principalmente através da utilização de empresas de *outsourcing*





especializadas, mas também pela instalação de centros próprios. É uma exportação de serviços digitais, que incorporam mão de obra especializada intensiva e muita tecnologia.

Rapidamente o mercado português esgota a capacidade de fornecer pessoas, pelo que a maioria das pessoas que trabalham no segmento internacional são pessoas estrangeiras e de diversos países. Os fatores que tornam possível esta imigração já todos estamos conscientes e continuam atuais, mas também têm limites que ainda não se sabe bem quais são, nomeadamente o ambiente mais organizado e simpático nas nossas grandes cidades, a crescente oferta de serviços do turismo que também serve bem o segmento das pessoas que

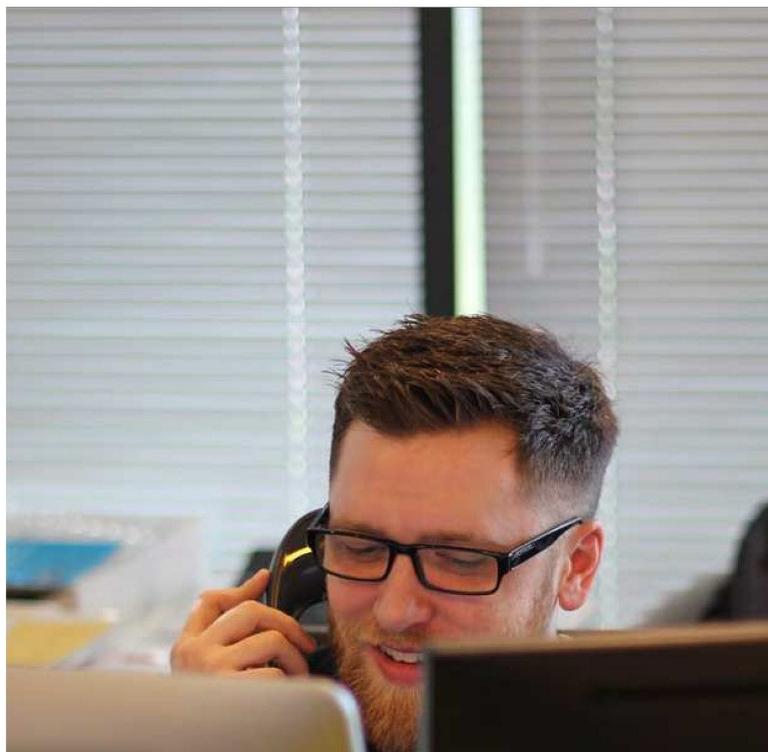
vêm de fora para trabalhar em Portugal, como é o caso da oferta de restauração e diversão, o clima e as praias. A habitação é uma limitação geral, como é sabido, mas tem havido capacidade de absorção porque as empresas do setor têm investido para que as pessoas que são atraídas para Portugal tenham incluído um pacote de alojamento e serviços associados. Geralmente são pessoas qualificadas e, não podemos esquecer, fazem consumo e pagam impostos, diretos e indiretos, em Portugal. Algumas dessas pessoas vão fazer a sua vida cá, o que é ótimo para melhorar o perfil laboral português.

Portugal enfrenta concorrência de outros países neste setor, como é o caso da Grécia, para dar um exemplo. A guerra na Ucrânia e a desestabilização consequente a Leste da Europa favorece outras regiões, como é natural, embora, espera-se, que temporariamente.

Setor com tradição tecnológica

Outra dimensão do setor é a tecnologia, que é um segmento com forte tradição portuguesa, com múltiplas empresas de referência internacional, fundadas em Portugal, por empreendedores Portugueses. Apesar da sua internacionalização, os colaboradores são fundamentalmente portugueses e o Research & Development é mantido no nosso país.

Também neste segmento importa destacar que o mais avançado a nível mundial está disponível e ao serviço do próprio setor, nomeadamente soluções completas de Contact Center e BPO na *cloud*, soluções de voz natural para os canais de voz, assistentes virtuais, soluções de gestão de relacionamento bases





Soluções de gestão de relacionamento, bases de conhecimento de suporte, formação, além de soluções de *workforce management*. Também é verdade que para crescerem de forma internacional essas soluções têm incorporado capital estrangeiro, mas envolvem muitos profissionais portugueses e também trabalham o mercado nacional, como escala mundial. ●

<https://www.apdc.pt/>

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.

SAPO - TEK 

Thu, 01 Sep 2022

Opinião: A arte e ciência por detrás da inteligência artificial conversacional

FREQUENCY	Daily	MEDIA TYPE	Website	OUTLET COUNTRY	Portugal
OUTLET LANGUAGE	Portuguese	AVE	€ 2,868	IMPRESSIONS	9,120
MUV	364,800				
TAGS	Contact Centers				

Com a tecnologia de IA conversacional, os contact centers podem ganhar mais inteligência e automatizar de uma forma mais profunda todos os canais de comunicação, dando origem a personalizações mais significativas, defende Dawn Harpster.

Por Dawn Harpster (*)

Não é segredo que, hoje, os consumidores esperam que as marcas estabeleçam consigo uma comunicação hiperpersonalizada e sem falhas em todos os canais. Por isso, a Inteligência Artificial (IA) está rapidamente a tornar-se indispensável para as marcas que querem manter uma vantagem competitiva na luta pela lealdade dos clientes e o uso de IA conversacional para resolver questões mais básicas é visto como um ponto de partida acessível. Por este motivo, até 2030, espera-se que a indústria de IA conversacional alcance os 41,39 mil milhões de dólares, de acordo com a Grand View Research, Inc..

À medida que esta tecnologia se desenvolve, mais marcas irão investir em melhorar as suas operações de contact center através de funcionalidades, como os agentes virtuais. Para assegurar que este tipo de solução consegue eficazmente satisfazer as expectativas do consumidor e proporcionar-lhe uma boa experiência (CX), há alguns pontos que as marcas devem ter em mente ao desenvolver IA conversacional. E começa por simplificar as coisas.

Um cliente recorre a um contact center para resolver um problema, pelo que é fundamental assegurar que este caminho seja fluido, satisfatório e sem falhas no fluxo de conversa com um agente virtual. Além disto, para proporcionar uma experiência mais envolvente e eficaz,

as empresas devem escrever comandos de voz que reflitam a forma como os clientes realmente falam e evitar sobrecarregá-los com demasiadas mensagens de marketing ou vendas através de um agente virtual. Estes elementos irão atrasar o caminho para a resolução do problema em questão e podem confundir ou frustrar o cliente.

Por outro lado, os peritos que estudam a ciência das interações entre humanos apontam para o papel do tom, expressões e gestos nas conversas produtivas. Na ausência destas indicações visuais e tonais nas interações com a IA, um bom design de IA conversacional fornecerá marcadores discursivos. Palavras como "OK" ou "obrigado" são elementos necessários para marcar o progresso da interação numa conversa virtual e indicar que esta está a avançar e de que o cliente foi compreendido. Esta ação também pode ser utilizada para assinalar uma mudança de tópico dentro de um fluxo de conversação, ou como uma ferramenta de relatório para indicar a conclusão de um indicador-chave de desempenho (KPI).

Outro ponto muito importante é a gestão das expectativas dos consumidores, pois, em alguns casos, podem ocorrer atrasos ou interrupções no sistema, especialmente quando o agente virtual precisa de recuperar informações de uma interface de programação de aplicações (API) ou de um sistema de gestão da relação com o cliente (CRM) para fazer avançar a conversa. Assim, a melhor maneira de gerir proativamente esta situação é incluir avisos que comuniquem claramente o tempo de espera potencial enquanto a informação está a ser localizada.

A repetição incorporada em momentos cruciais do fluxo de conversação é também uma estratégia de recuperação de erros que procura resolver muitas das causas mais comuns de descarrilamento de conversas. Por exemplo, se um utilizador tiver saltado uma pergunta, o assistente virtual pode reconhecer um atraso ou a falta de uma resposta, o que desencadeia uma repetição da pergunta. Adicionar outros detalhes nesta repetição, tais como sugerir possíveis respostas, pode ajudar o cliente a retomar a conversa e avançar na interação. Caso a conversa não possa ser recuperada, é importante ter um ponto definido de "não retorno" que desencadeia uma ligação a um agente humano.

Com a tecnologia de IA conversacional, os contact centers podem ganhar mais inteligência e automatizar de uma forma mais profunda todos os canais de comunicação, dando origem a personalizações mais significativas e à resolução eficiente de problemas. Os agentes virtuais estão rapidamente a substituir a tradicional resposta de voz interativa (IVR) e os chatbots básicos para criar interações mais semelhantes às humanas com o cliente. Inclusive, quando os agentes ainda não estão envolvidos na conversa, uma vez que esta tecnologia lhes permite gerir e ter um melhor desempenho em situações mais complexas dos clientes, libertando-os de tarefas básicas ou repetitivas.

A IA conversacional pode ter um impacto brutal nos contact centers modernos, se for bem implementada, uma vez que o seu design é tanto uma arte como uma ciência. Quem concebe este tipo de interação tem de colmatar a lacuna entre a funcionalidade técnica da máquina e a natureza imprevisível dos seres humanos. Os bons designers de conversação defenderão sempre o cliente e manterão as expectativas realistas sobre o papel da tecnologia de IA conversacional.

(*) Senior Conversation Architect na Talkdesk