



Conteúdo exclusivo

Tendências globais que estão transformando o atendimento ao cliente

VOLL

Primeira Classe

Em maio, em São Paulo, aconteceu a **segunda edição da Primeira Classe de 2025**, evento promovido pela ALAGEV em parceria com a VOLL, voltado ao desenvolvimento de gestores de viagens corporativas.

“Tendências globais que estão transformando o atendimento ao cliente” foi o tema escolhido para mostrar como aplicar na prática indicadores para otimizar processos e elevar a experiência do viajante.

Além disso, teve conteúdo inédito no Brasil: direto do Zendesk Relate 2025, em Las Vegas, vários insights sobre como tecnologia, dados e IA estão revolucionando o atendimento ao viajante corporativo.

A mediação desta edição ficou por conta de Luana Nogueira, diretora executiva da ALAGEV.

Acompanhe o conteúdo do nosso e-book baseado na 6ª edição da Primeira Classe!



Sumário

Insights inéditos diretamente do Zendesk Relate 2025	<u>04</u>
IA não é de hoje nas empresas	<u>06</u>
Popularidade do assistente pessoal de IA	<u>07</u>
O gigante poder da experiência do cliente	<u>09</u>
Para cada público, um tipo de atendimento	<u>11</u>
Atendimento ao viajante corporativo ao longo dos anos	<u>12</u>
Métricas de atendimento que todo gestor deve dominar	<u>15</u>
Novidades no atendimento VOLL	<u>16</u>
Case de sucesso McDonald's	<u>17</u>
Melhores momentos da Primeira Classe	<u>18</u>

Insights inéditos diretamente do Zendesk Relate 2025

Todos os anos a Zendesk, plataforma de soluções de atendimento ao cliente líder global do mercado, elabora uma pesquisa com mais de 5.000 consumidores e 5.500 executivos em 22 países para elencar tendências no atendimento ao cliente.

A 7ª edição do **Zendesk Relate**, lançada este ano em Las Vegas, Estados Unidos, mostra que a **IA já provocou enormes mudanças no atendimento**, e a transformação está acelerando rapidamente.

De acordo com o estudo, 78% dos líderes de CX concordam que a IA está impulsionando a maior transformação em CX nos últimos 50 anos. Os líderes de CX relatam um aumento de 66% no volume de tickets desde 2022, com um aumento adicional de 34% projetado. Além disso, 70% dos consumidores veem uma lacuna crescente entre as empresas que usam bem a IA no setor de atendimento e aquelas que não usam.



Insights inéditos diretamente do Zendesk Relate 2025

Além disso, o estudo mostra que os inovadores em CX estão avançando com base em 5 tendências de IA focada em pessoas. São elas:

1) Impulsionadas pelo sucesso do copiloto de IA, as empresas estão **agilizando a adoção do atendimento autônomo** para elevar o nível das interações.

2) A confiança do consumidor nos agentes de IA **depende da evolução deles** para se tornarem agentes envolventes, simpáticos e humanos.

3) A popularidade do assistente pessoal de IA **leva as empresas a se prepararem para um futuro** em que os assistentes assumem a liderança.

4) A IA de voz, com seus recursos de linguagem natural, **ajuda os consumidores a se sentirem ouvidos** em todos os pontos de contato.

5) Em um mundo de experiências viabilizadas por IA, **a personalização gera mais fidelidade** do cliente do que nunca.

IA não é de hoje nas empresas

Daniela Reis, Diretora de Vendas da Zendesk, percebeu nos **últimos dois anos uma forte disseminação da inteligência artificial**, muito por conta da popularização do Chat GPT, porém revelou que antes disso diversas empresas que são referência por prestar um bom atendimento, como Nubank e iFood, já utilizavam IA. Agora, cada vez mais outras empresas estão adotando esse tipo de tecnologia para trazer soluções para os clientes.

“A IA não vem para tirar o nosso trabalho. Ela vem para tirar uma série de coisas repetitivas. **A IA resolve coisas simples e o humano o mais complexo**, com mais atrito. É o humano que trata com mais carinho e empatia”, disse Daniela.

Para ela, tecnologias como copiloto de IA não ajudam o cliente final, mas sim o humano que está atendendo. “Antigamente dentro da área de atendimento ao cliente tinha o TXT. Hoje o script é inteligente, vai moldando e sugerindo as melhores respostas”.



Popularidade do assistente pessoal de IA

Segundo o Zendesk Relate 2025, as empresas estão agilizando a adoção do atendimento autônomo para elevar o nível das interações. Entretanto, a confiança do consumidor nos agentes de IA depende do quão envolventes, amigáveis e humanos eles se tornarão. O estudo aponta que **68% dos consumidores se envolveriam mais com a IA se as interações parecessem mais humanas.**

A popularidade do assistente pessoal de IA leva as empresas a se prepararem para um futuro em que os assistentes assumem a liderança.

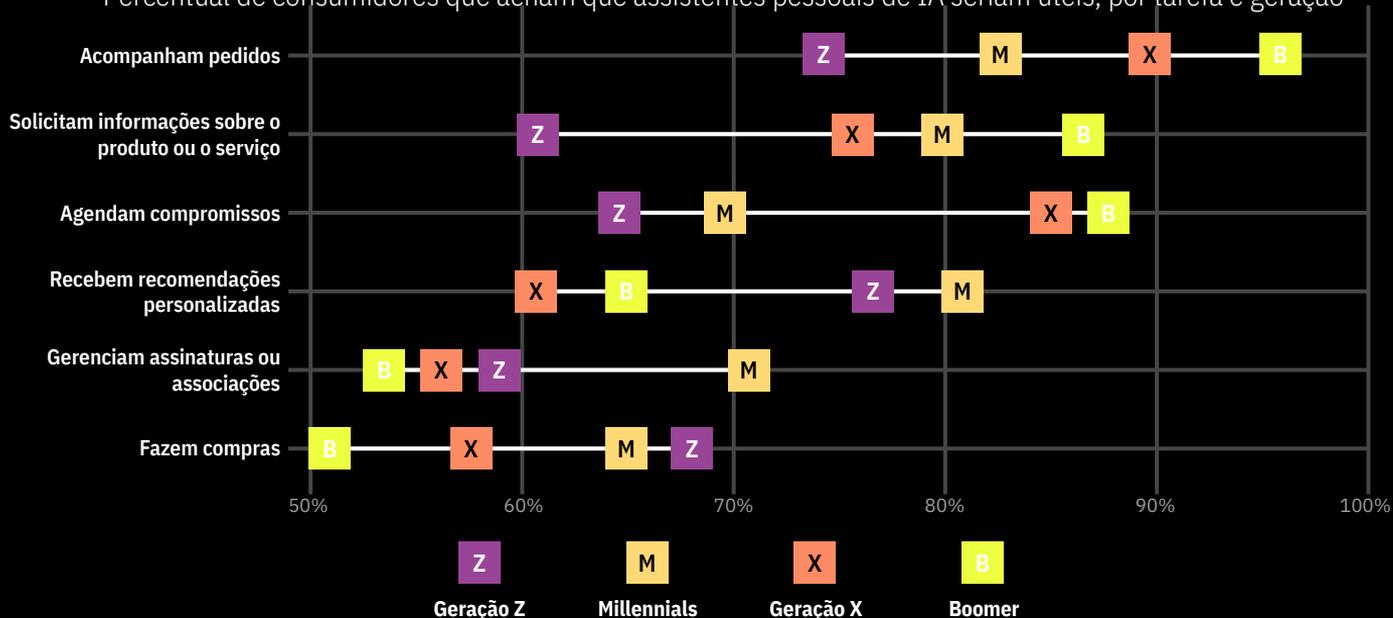
A utilização vai desde em tarefas de rotina, como o rastreamento de pedidos e redigir e-mails, até a personalização do suporte ao aprender as preferências do usuário e adaptar as respostas para cada indivíduo.

Um dado interessante é que 67% dos consumidores querem seu próprio assistente pessoal de IA para gerenciar as interações do atendimento ao cliente. É curioso notar que **cada geração utiliza os assistentes de alguma maneira.** “A IA não é só para jovens”, comenta Daniela.



As gerações dividem as tarefas cotidianas dos assistentes de IA de maneiras diferentes

Percentual de consumidores que acham que assistentes pessoais de IA seriam úteis, por tarefa e geração



FONTE ZENDESK RELATE 2025

O gigante poder da experiência do cliente

A Diretora de Vendas da Zendesk também comentou o quanto uma **experiência ruim de atendimento faz com que os clientes mudem de empresa**. “Estamos acompanhando a porcentagem de clientes que mudariam de empresa após apenas uma interação negativa nos últimos seis anos. Embora tenhamos visto algumas flutuações durante a COVID, este ano 63% dos clientes disseram que mudariam de empresa após uma única experiência ruim”.

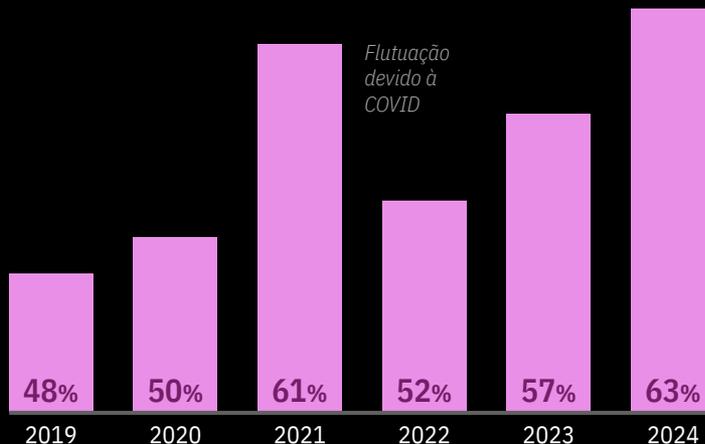
Este é o ponto mais alto desde que começaram a monitorar essa métrica, sendo que reforça por que é tão importante usar a IA para personalizar todas as experiências.

E Daniela complementa: “Quanto mais personalização, mais assertivo vai ser o atendimento. Daí vem a importância do humano para calibrar esse conteúdo”.



Número recorde de clientes que não perdoam uma experiência de atendimento ruim

Percentual de clientes que mudariam após **UMA** experiência ruim de atendimento



Quais métricas os líderes em CX acham ser as mais importantes no próximo ano

Classificação	Inovadores em CX	Conservadores em CX
1	Taxa de retenção	Taxa de retenção
2	Satisfação do cliente (CSAT)	Satisfação do cliente (CSAT)
3	Resolução no primeiro contato (FCR)	Net Promoter Score (NPS)
4	Pontuação de qualidade interna (IQS)	Resolução no primeiro contato (FCR)
5	Taxa de resolução da IA	Tempo de triagem manual

FONTE ZENDESK RELATE 2025

Para cada público, um tipo de atendimento

Livia Maciel, COO da VOLL, trouxe um panorama sobre os tipos de público e o atendimento que cada um deles demanda. Na gestão de viagens corporativas, são basicamente três perfis: **gestor de viagens, viajante e secretária executiva**.

A VOLL traz a integração de todas as frentes em um processo de melhoria contínua com foco no negócio do cliente.

“Atuamos em um segmento de mercado em que os relacionamentos são primordiais e a VOLL compreende isso muito bem. Não à toa, ela usa a tecnologia como meio para aproximar e gerar experiências memoráveis, colocando à disposição do cliente variados canais de comunicação e suporte para que haja sempre autonomia do cliente na escolha da melhor forma de interação para sanar dúvidas ou possíveis problemas”, afirma Livia Maciel.

A COO da VOLL ainda explica que o **uso da inteligência artificial é usado em situações estratégicas, não em substituição ao atendimento humano**. “A IA é capaz de resolver tarefas simples, operacionais, enquanto o humano, o mais complexo”, conclui.



Atendimento ao viajante corporativo ao longo dos anos

A **diretora de operações da VOLL, Dalva Camargo**, traçou uma linha do tema da evolução da gestão de viagens corporativas desde os anos de 1980 até os dias atuais.

Nos anos 80 e 90, o atendimento era restrito ao horário comercial, sendo feito apenas por telefone ou balcão, em agências internas. Os processos eram manuais, com **emissão de bilhetes em papel**, conferência de voos via GDS e solicitações feitas por formulários físicos ou fax.

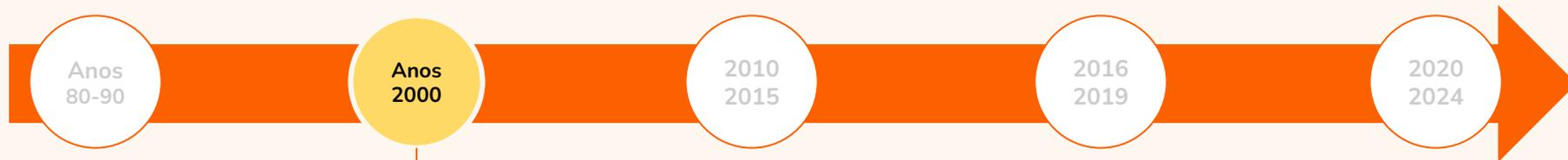
Dalva considera que **os anos 2000 foram o primeiro grande marco das viagens corporativas**, quando o setor passou a contar com mais recursos, tecnologia e a oferecer, por exemplo, **plantão 24 horas terceirizado**. Além disso, foi nesse período que o e-mail começou a ser usado como canal de atendimento, substituindo parcialmente o fax.

Entre 2010 e 2015, o **atendimento se tornou multicanal e 24h**, com a chegada de chats, apps e SMS. Viajantes ganharam mais autonomia e consultores passaram a contar com sistemas integrados à política de viagens.



Atendimento ao viajante corporativo ao longo dos anos

Automação inicial e canais digitais



- Introdução do **email** como canal de atendimento, substituindo parcialmente o fax.
- Atendimento ainda humano, mas com uso crescente de **sistemas backoffice** para registro e rastreamento de solicitações.
- Início de **plantões 24h terceirizados**, via telefone.
- Alguns viajantes começam a interagir com **portais de autoatendimento**, mas dúvidas ainda exigem suporte humano.
- A emissão já era eletrônica, mas dependia da atuação do consultor.

Atendimento ao viajante corporativo ao longo dos anos

Entre 2016 e 2019, surgem os primeiros atendimentos automatizados e a integração de dados. **TMCs passam a oferecer emissão assistida via app**, com sugestões automáticas e chat. O atendimento humano é aprimorado com dashboards integrados e sistemas de filas inteligentes, que priorizam demandas por urgência e perfil do viajante.

Impulsionada pela pandemia, a transformação digital entre 2020 e 2024 marcou a **consolidação da IA e do autosserviço inteligente** no atendimento de viagens corporativas. Canais como WhatsApp e Teams se integraram a sistemas de gestão, chatbots assumiram tarefas simples e viajantes passaram a emitir passagens com validação automática da política.

Agora em **2025, o atendimento se torna preditivo e totalmente integrado**. IA e chatbots avançados resolvem tarefas como reembolsos e reemissões, enquanto sistemas antecipam problemas e notificam o viajante. O suporte por voz se amplia e o atendimento humano foca no consultivo, com operações automatizadas.

“Hoje o **cliente quer respostas mais rápidas, mas sem abandonar a qualidade**, por isso não é possível atender um banco e uma empresa de engenharia, por exemplo, da mesma forma, uma vez que são mercados distintos, Nesse cenário, o **atendimento humano é o que vai diferenciar o relacionamento com o cliente**”, pontua a diretora de operações da VOLL.

Métricas de atendimento que todo gestor deve dominar

Na rotina da gestão de viagens corporativas, acompanhar os indicadores certos faz toda a diferença. Durante o evento, Lívia mostrou **como usar essas métricas de forma prática** para ganhar eficiência e melhorar a experiência do viajante.

Entre os principais destaques estão SLA, CSAT, CES, FCR e TMR, que revelam a percepção do cliente. Além disso, dados internos como NPS, produtividade da equipe, % de emissões touchless e nível de conformidade com QA, são essenciais para a visão estratégica do gestor.

Métricas relevantes para o cliente

	TMPR	Tempo médio de 1a Resposta	<ul style="list-style-type: none"> • Primeiro acolhimento ao cliente • Mais utilizado para canais digitais
	TMR	Tempo Médio de Resolução	<ul style="list-style-type: none"> • Avalia eficiência / agilidade da operação • Muito importante em situações de emergência
	FCR	First Call Resolution	<ul style="list-style-type: none"> • % de contatos resolvido na 1a interação • Avalia capacidade de resolutividade da agência
	CSAT	Customer Satisfaction Score	<ul style="list-style-type: none"> • Avalia a satisfação do cliente com o atendimento • É uma avaliação transaccional diferente do NPS
	SLA	Service Level Agreement	<ul style="list-style-type: none"> • Prazos e a qualidade acordados no atendimento e na entrega dos serviços.

Métricas internas relevantes

	NPS - Net Promoter Score	Índice de Recomendação do atendimento para outros clientes
	Produtividade do time	Diretamente relacionada com o tempo de resolução
	% de emissões touchless	Permite direcionarmos corretamente nossa estrutura para o melhor atendimento
	% de conformidade com QA	Avalia a qualidade dos atendimentos e direciona ações de desenvolvimento do time

Novidades no atendimento VOLL

Trazendo mais qualidade e agilidade para gestores e viajantes, a COO da VOLL destacou três novidades que a VOLL está implementando. São elas:

Monitoria de Qualidade por IA

Zendesk QA implantado para acompanhar atendimentos em tempo real, gerar alertas e apoiar o desenvolvimento da equipe.

Nova área de Suporte ao Gestor

Unificação dos serviços em um único canal, com apoio financeiro, técnico, de comunicação, treinamento e mais.

Assistente virtual via WhatsApp

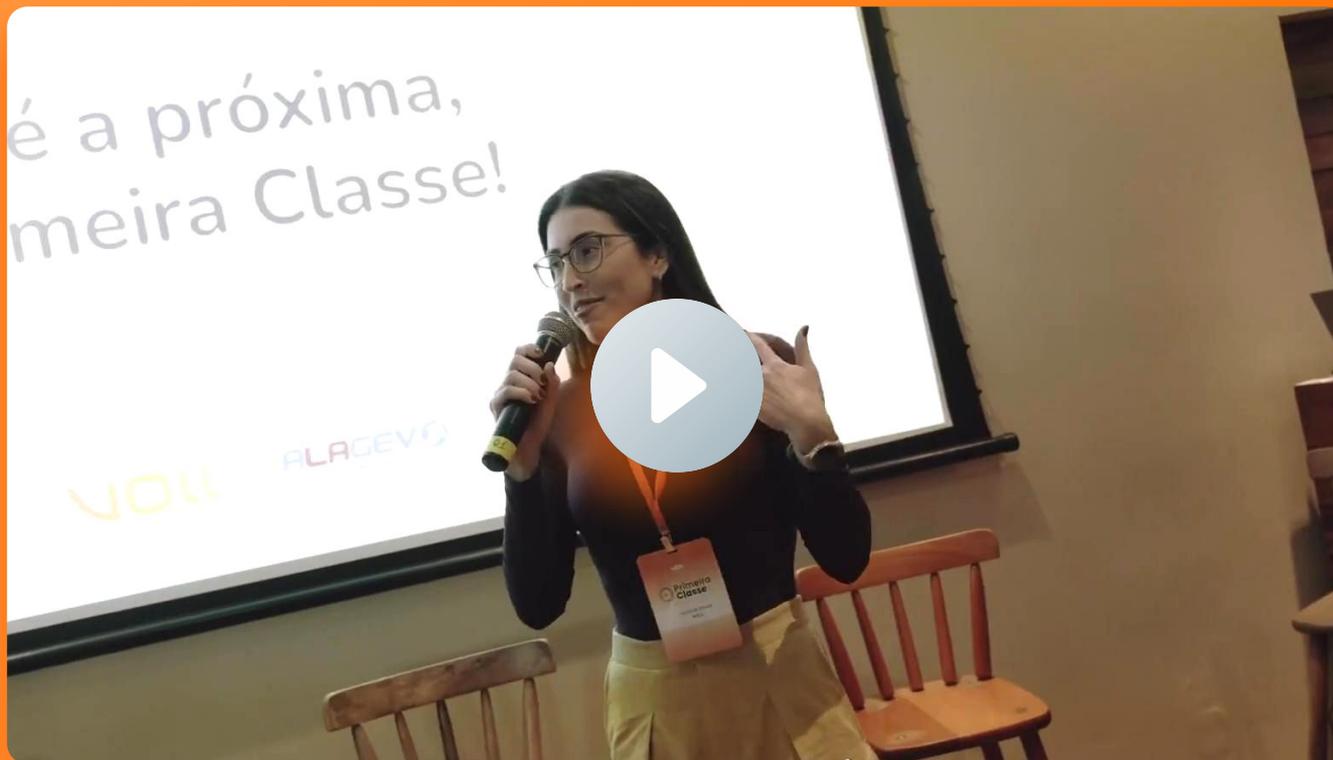
Novo canal para resolver dúvidas, consultar vouchers, solicitar cotações e agilizar emissões simples.

Case de sucesso McDonald's

No segundo momento do encontro, **Viviane Moraes, gestora de viagens do McDonald's**, participou de uma roda de conversa ao lado das demais palestrantes. Ela apresentou os resultados de uma transformação marcante na experiência dos colaboradores com o app da VOLL. O NPS, que antes era inferior a 40, saltou para 73, entrando na zona de qualidade. **Hoje já atingiu a marca inédita de 82.**



Melhores momentos da Primeira Classe



VOLL

Como a VOLL otimiza a gestão de viagens corporativas



Transformação digital para a gestão de viagens das grandes empresas

Conecte a jornada completa do seu viajante na única TMC com tecnologia própria e certificação ISO 27001 da América Latina.

VOLL

A VOLL é a maior agência de viagens corporativas digital da América Latina e oferece uma **solução completa de gestão de viagens, transporte e despesas corporativas**.

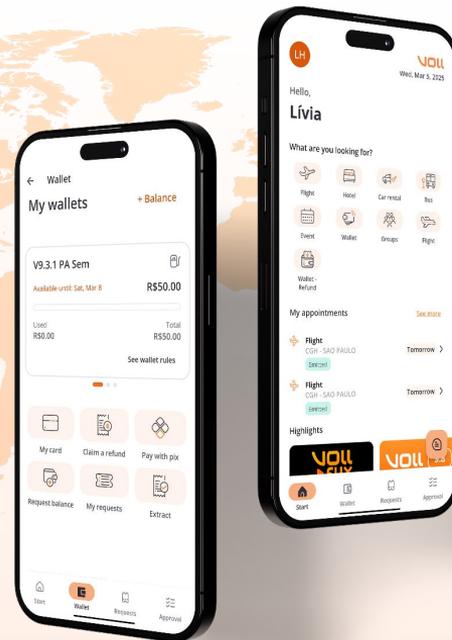
Hoje, os **mais de 750 mil usuários** do app VOLL são atendidos 24/7, via canais diversos e em três idiomas (português, inglês e espanhol), por uma equipe especializada distribuída por todo o território nacional.

Com um **NPS de 75**, a VOLL já foi investida pela Vivo e pela Localiza e é uma das integrantes do Ranking TOP 100 Open Scale Ups 2023. Dentre seus clientes, destacam-se Banco Itaú, CPFL Energia, iFood, Nubank, Cogna, Syngenta e Andrade Gutierrez.



★★★★★
4,9 • 8 mil avaliações

★★★★★
4,9 • 5 mil avaliações



Certificação ISO 27001

Proteção de dados e 100% de conformidade com regulamentações para sua **segurança e governança**



Atuação em 8 países
com nossa operação global



540 mil viagens
todos os meses



R\$ 140 milhões
transacionados por mês



Disponível em 9
moedas diferentes



Converse com quem esteve na Primeira Classe



Jordana Souza
Chief Revenue Officer
jordana.souza@govoll.com



Fabio Souza
Head de Novos Negócios
fabio.souza@govoll.com



Não perca a próxima edição da Primeira Classe, acompanhe as publicações do perfil da VOLL no LinkedIn