



CENTRO DE INTELIGÊNCIA PADRÃO

# **PRÊMIO CONSUMIDOR MODERNO DE EXCELÊNCIA EM SERVIÇOS AO CLIENTE 2021**

**METODOLOGIA**



O Grupo Padrão e o Centro de Inteligência Padrão (CIP) têm a satisfação de comunicar o início de mais um ciclo da maior e mais completa avaliação da qualidade dos serviços ao cliente do Brasil.

Realizado desde 2000, o **Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente** reconhece e homenageia empresas e profissionais que demonstram manter um compromisso com a qualidade no relacionamento com os clientes.

Ou seja, há 22 anos, o Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente é o autêntico Oscar das relações de consumo no Brasil, enaltecendo e valorizando as empresas e profissionais que se notabilizam por aprimorar uma cultura de respeito e dedicação ao cliente.

O estudo, promovido pelo Grupo Padrão e conduzido pelo Centro de Inteligência Padrão (CIP) em parceria com a OnYou, chega à sua 22ª edição. Em constante evolução e buscando sempre se antecipar às mudanças do mercado, o prêmio traz, nesta edição, novos conteúdos e temas relevantes.

O prêmio buscará ampliar o cenário de avaliação das empresas, acompanhando as tendências nas relações de consumo, que passam por profundas mudanças no país.

## SUMÁRIO

<b>EMPRESAS</b> .....	4
<b>PARTICIPAÇÃO</b> .....	4
<b>ESTRUTURA GERAL</b> .....	5
<b>PRIMEIRA FASE (FORMULÁRIO DE INSCRIÇÃO)</b> .....	8
<b>SEGUNDA FASE (CLIENTE OCULTO)</b> .....	10
<b>FORMULÁRIO DE AVALIAÇÃO DE PARCEIROS E FORNECEDORES DE SOLUÇÕES</b> ....	14
<b>SEGMENTOS</b> .....	15
<b>CLASSIFICAÇÃO</b> .....	19
<b>CPOs</b> .....	20
<b>PARTICIPAÇÃO</b> .....	20
<b>ESTRUTURA GERAL</b> .....	20
<b>PRIMEIRA FASE (FORMULÁRIO DE INSCRIÇÃO)</b> .....	22
<b>SEGUNDA FASE (CLIENTE OCULTO)</b> .....	23
<b>FORMULÁRIO DE AVALIAÇÃO DE PARCEIROS E FORNECEDORES DE SOLUÇÕES</b> ....	24
<b>SEGMENTOS</b> .....	25
<b>CLASSIFICAÇÃO</b> .....	25
<b>PARCEIROS E FORNECEDORES DE SOLUÇÕES</b> .....	27
<b>PARTICIPAÇÃO</b> .....	27
<b>ESTRUTURA GERAL</b> .....	27
<b>FASE ÚNICA (AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DO ATENDIMENTO)</b> .....	29
<b>SEGMENTOS</b> .....	29
<b>CLASSIFICAÇÃO</b> .....	33
<b>CATEGORIAS ESPECIAIS</b> .....	34
<b>PARTICIPAÇÃO</b> .....	34
<b>SEGMENTO</b> .....	34
<b>CLASSIFICAÇÃO</b> .....	34

## EMPRESAS

São consideradas nesta categoria empresas atendam o consumidor final e possuam algum tipo de serviço de atendimento ao cliente.

Na primeira fase, as Empresas participarão do prêmio pelo preenchimento de dois formulários online, nos quais informarão dados sobre sua própria estrutura de atendimento, bem como avaliarão seus Parceiros e Fornecedores de Soluções.

As Empresas que obtiverem os melhores desempenhos dentro de seus segmentos de atuação, avançarão para a segunda fase. Na segunda fase será realizado um cliente oculto, com o objetivo de verificar, na prática, os indicadores informados pela Empresa na primeira fase.

Por fim, na terceira fase, o Centro de Inteligência Padrão (CIP) realizará a comparação entre os dados informados na primeira fase e os coletados na segunda fase. Ao fim das três fases, cada qual com suas devidas pontuações, será declarado vencedora a Empresa que obtiver a maior nota.

## PARTICIPAÇÃO

O **Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente 2021** é aberto para as empresas que se enquadrem nos respectivos critérios:

- A empresa deve, **OBRIGATORIAMENTE**, fornecer bens ou serviços diretamente ao consumidor final (B2C).
- **NÃO É PERMITIDA** a participação de empresas que forneçam, exclusivamente, bens ou serviços para outras empresas (B2B).
- **NÃO É PERMITIDA** a participação de escritórios de advocacia e empresas de assessoria jurídica.
- A empresa deve, **OBRIGATORIAMENTE**, possuir um serviço de atendimento no Brasil.
- A empresa deve, **OBRIGATORIAMENTE**, possuir ao menos um canal de atendimento ao cliente, sendo este de qualquer natureza.
- A participação no prêmio estará assegurada apenas após o preenchimento dos dois formulários on-line: Formulário de Inscrição e Formulário de Avaliação de Parceiros e Fornecedores de Soluções. O não preenchimento de quaisquer dos dois formulários acarretará a **DESCLASSIFICAÇÃO** da empresa do prêmio.
- Uma mesma empresa pode participar em dois segmentos diferentes.
- Uma mesma empresa pode participar no mesmo segmento com duas ou mais marcas diferentes, **DESDE QUE POSSUA CENTRAIS DE ATENDIMENTO/RELACIONAMENTO DIFERENTES**.

## **ESTRUTURA GERAL**

O **Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente 2021** está estruturado em três fases com suas respectivas pontuações:

### **1ª Fase – Avaliação da Estrutura de Atendimento**

Na primeira fase, a Empresa fornecerá informações referentes a sua própria estrutura de atendimento pelo preenchimento de um formulário online (Formulário de Inscrição). A primeira fase está dividida nas seguintes dimensões:

#### Parte I – Informações Gerais sobre os canais

Nesta dimensão a empresa informa dados sobre seus canais de atendimento, tais como volume de solicitações, índice de resolutividade, tempo de espera para atendimento e outros.

#### Parte II – Gestão e Estratégia de Relacionamento com o Cliente

Nesta dimensão a empresa informa dados sobre a gestão do relacionamento com o cliente, tais como o monitoramento da qualidade dos canais.

#### Parte III – Recursos Humanos

Nesta dimensão a empresa informa dados sobre seu quadro de funcionários, tais como salários e benefícios fornecidos.

#### Parte IV – Tecnologia e Multicanalidade

Nesta dimensão a empresa informa dados sobre as ferramentas e tecnologias utilizadas em seus canais de atendimento.

#### Parte V – Transformação Digital e Inovação

Nesta dimensão a empresa informa dados sobre suas áreas de pesquisa, desenvolvimento e inovação.

### **2ª Fase – Avaliação da Qualidade do Atendimento**

A segunda fase da premiação consiste na realização do cliente oculto, com o objetivo de verificar, na prática, a qualidade do atendimento da empresa a partir de determinados critérios (Cliente Oculto). A segunda fase está dividida nas seguintes dimensões:

#### Parte I – Telefone

Nesta dimensão é testado o canal de atendimento telefônico da empresa, observando parâmetros como tempo de espera, comunicação com o atendente e resolutividade.

#### Parte II – Fale Conosco/E-mail

Nesta dimensão é testado o canal de atendimento pelo fale conosco ou e-mail da empresa, observando parâmetros como tempo de resposta e funcionalidade do site.

#### Parte III – Chat

Nesta dimensão é testado o canal de atendimento pelo chat da empresa, observando parâmetros como tempo de espera e comunicação.

#### Parte IV – Facebook

Nesta dimensão é testado o canal de atendimento pelo Facebook da empresa, observando parâmetros como tempo de resposta, comunicação e resolutividade.

#### Parte IV – WhatsApp

Nesta dimensão é testado o canal de atendimento pelo WhatsApp da empresa, observando parâmetros como tempo de espera, comunicação, resolutividade etc.

#### Parte V – Multicanalidade

Nesta dimensão é testada a capacidade de a Empresa atender por meio de diferentes canais. Dessa forma, o atendimento é iniciado por um canal e continuado por outro, avaliando a integração dos canais da empresa.

### **3ª Fase – Comparação dos Dados de Atendimento**

A terceira fase consiste na comparação dos dados fornecidos pela empresa na primeira fase com os dados obtidos na segunda fase pelo cliente oculto. O objetivo é analisar o nível de conhecimento da empresa de seus serviços de atendimento. A terceira fase está dividida nas seguintes dimensões:

#### Parte I – Telefone

Nesta dimensão são comparadas a resolutividade, as transferências, o tempo de espera e a opção de avaliação do atendimento.

#### Parte II – Fale Conosco/E-mail

Nesta dimensão são comparadas a resolutividade, o fornecimento do protocolo e a opção de avaliação do atendimento.

### Parte III – Chat

Nesta dimensão são comparadas a resolutividade, o fornecimento do protocolo e a opção de avaliação do atendimento.

### Parte IV – Facebook

Nesta dimensão são comparadas a resolutividade, o fornecimento do protocolo e a opção de avaliação do atendimento.

### Parte IV – WhatsApp

Nesta dimensão são comparadas a resolutividade, o fornecimento do protocolo e a opção de avaliação do atendimento

### Parte V – Multicanalidade

Nesta dimensão é verificado se a empresa adota política multicanal.

### **Quadro de Pontuação**

FASE	DIMENSÃO	% PRÊMIO
1ª FASE - AVALIAÇÃO DA ESTRUTURA DE ATENDIMENTO	PARTE I - INFORMAÇÕES GERAIS SOBRE OS CANAIS	7%
	PARTE II - GESTÃO E ESTRATÉGIA DE RELACIONAMENTO COM O CLIENTE	6%
	PARTE III - RECURSOS HUMANOS	3%
	PARTE IV - TECNOLOGIA E MULTICANALIDADE	3%
	PARTE V – TRANSFORMAÇÃO DIGITAL E INOVAÇÃO	1%
	<b>TOTAL - 1ª FASE</b>	<b>20%</b>
	2ª FASE - AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DO ATENDIMENTO	PARTE I - TELEFONE
PARTE II - FALE CONOSCO/E-MAIL		10%
PARTE III - CHAT		10%
PARTE IV- FACEBOOK		5%
PARTE V - WHATSAPP		10%
PARTE VI - MULTICANALIDADE		5%
<b>TOTAL - 2ª FASE</b>		<b>70%</b>

FASE	DIMENSÃO	% PRÊMIO
3ª FASE - COMPARAÇÃO DOS DADOS DE ATENDIMENTO	PARTE I - TELEFONE	5%
	PARTE II - FALE CONOSCO/E-MAIL	1%
	PARTE III - CHAT	1%
	PARTE IV- FACEBOOK	1%
	PARTE V - WHATSAPP	1%
	PARTE VI - MULTICANALIDADE	1%
	<b>TOTAL - 3ª FASE</b>	<b>10%</b>
<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>

### PRIMEIRA FASE (FORMULÁRIO DE INSCRIÇÃO)

A primeira fase do **Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente 2021** compreende o preenchimento do Formulário de Inscrição e tem como objetivo determinar as empresas que avançam para a segunda fase do prêmio a partir de informações sobre suas estruturas de atendimento.

- Os dados informados neste formulário comporão 20% da nota final da Empresa no prêmio.
- O preenchimento deste formulário é **OBRIGATÓRIO** para todas as Empresas.
- O não preenchimento deste formulário acarretará a **DESCLASSIFICAÇÃO** da empresa contratante do prêmio.
- Algumas perguntas são **OBRIGATÓRIAS** para a conclusão do formulário.

#### Estrutura

O Formulário de Inscrição está dividido seguindo as dimensões da primeira fase do prêmio (ver subtópico “ESTRUTURA GERAL” dentro do tópico “EMPRESAS”). O formulário compreende o seguinte formato:

#### Parte I – Informações Gerais sobre os canais

Nesta dimensão a empresa informa dados sobre seus canais de atendimento, tais como volume de solicitações, índice de resolutividade, tempo de espera para atendimento e outros. Sobre esta parte:



- São considerados como atendimentos realizados pelo TELEFONE contatos realizados pelas centrais de atendimento/relacionamento ou serviços de atendimento ao cliente (SAC). Caso a empresa possua uma central de atendimento/relacionamento e um SAC, ela deve considerar o SAC.
- São considerados como atendimentos realizados pelo FALE CONOSCO/E-MAIL contatos realizados pelo preenchimento de um formulário no site da empresa e/ou diretamente por um e-mail comercial.
- O canal CHAT deve poder ser acessado diretamente no site da empresa. **NÃO DEVEM SER CONSIDERADOS** como CHAT caso estejam dentro de aplicativos da empresa.
- São considerados como atendimentos realizados pelo Facebook contatos realizados na página da empresa na própria rede social, dentro do Messenger. O Messenger **NÃO DEVE SER CONSIDERADO** como chat.
- O canal WHATSAPP deve poder ser acessado diretamente a partir de um número disponibilizado no site ou outro material de comunicação da empresa. O WHATSAPP **NÃO DEVE SER CONSIDERADO** como chat.
- São considerados como atendimentos realizados pela OUVIDORIA quaisquer formas de contatos dirigidas diretamente a este setor.
- Os atendimentos realizados por meio de APLICATIVO são caracterizados por contatos realizados dentro de um aplicativo próprio da empresa. Caso o APLICATIVO abrigue outros canais de atendimento, estes **NÃO DEVEM SER CONSIDERADOS** como atendimento realizado por APLICATIVO.
- São considerados como ATENDIMENTO PRESENCIAL quaisquer tipos de contatos realizados em um ponto físico. São considerados lojas próprias, lojas franquizadas, postos de atendimento, postos autorizados, concessionárias, representantes comerciais e qualquer outro local que possua autorização da empresa/marca para prestar atendimento em nome dela.

#### Parte II – Gestão e Estratégia de Relacionamento com o Cliente

Nesta dimensão a empresa informa dados sobre a gestão do relacionamento com o cliente, tais como o monitoramento da qualidade dos canais.

#### Parte III – Recursos Humanos

Nesta dimensão a empresa informa dados sobre seu quadro de funcionários, tais como salários e benefícios fornecidos.

#### Parte IV – Tecnologia e Multicanalidade

Nesta dimensão a empresa informa dados sobre as ferramentas e tecnologias utilizadas em seus canais de atendimento.

## Parte V – Transformação Digital e Inovação

Nesta dimensão a empresa informa dados sobre suas áreas de pesquisa, desenvolvimento e inovação.

### **SEGUNDA FASE (CLIENTE OCULTO)**

A segunda fase do Prêmio Consumidor de Excelência em Serviços ao Cliente 2021 compreende a realização do Cliente Oculto, com o objetivo de testar, na prática o serviço de atendimento inscrito pela Empresa. Esta fase é realizada em parceria com a OnYou, abordando as Empresas classificadas na primeira fase.

- A avaliação é feita por meio da simulação de uma situação real, onde o Cliente Oculto entra em contato com a empresa por meio de seus canais de atendimento.
- Os dados obtidos nesta avaliação comporão 70% da nota final da Empresa no prêmio.
- O Cliente Oculto entrará em contato com a Empresa a partir das informações fornecidas no preenchimento do Formulário de Inscrição na primeira fase do prêmio.
- Caso o Cliente Oculto não seja capaz de obter o atendimento da Empresa, **POR QUAISQUER MOTIVOS**, a avaliação será descartada.
- É importante que os canais de atendimento sejam abertos para consumidores em geral, e não apenas para clientes da própria empresa.
- O não preenchimento deste formulário acarretará a **DESCCLASSIFICAÇÃO** da empresa contratante do prêmio.

### **Estrutura**

A avaliação do Cliente Oculto está dividida seguindo as dimensões da segunda fase do prêmio (ver subtópico “ESTRUTURA GERAL” dentro do tópico “EMPRESAS”). A avaliação compreende o seguinte formato:

#### Parte I – Telefone

Nesta dimensão é testado o canal de atendimento telefônico da empresa, observando parâmetros como tempo de espera, comunicação com o atendente e resolutividade.

- A avaliação é feita por meio da simulação de uma situação real, onde o Cliente Oculto entra em contato com a empresa por meio de seus canais de atendimento.
- Serão realizados dez contatos.

- Os contatos serão segmentados em “Informações”, “Dúvidas” e “Reclamações”.
- Caso o atendimento exija quaisquer vínculos com a empresa, bem como o fornecimento de dados pessoais, será descartado.
- O avaliador realizará três tentativas de contato com a Empresa, após as quais, caso não seja atendido, a avaliação será descartada.
- O Cliente Oculto entrará em contato com a Empresa a partir das informações fornecidas no preenchimento do Formulário de Inscrição na primeira fase do prêmio.
- Caso o Cliente Oculto não seja capaz de obter o atendimento da Empresa, **POR QUAISQUER MOTIVOS**, a avaliação será descartada.

### Parte II – Fale Conosco/E-mail

Nesta dimensão é testado o canal de atendimento pelo fale conosco ou e-mail da empresa, observando parâmetros como tempo de resposta e funcionalidade do site.

- A avaliação é feita por meio da simulação de uma situação real, onde o Cliente Oculto entra em contato com a empresa por meio de seus canais de atendimento.
- Serão realizados cinco contatos.
- Os contatos serão segmentados em “Informações”, “Dúvidas” e “Reclamações”.
- Caso o atendimento exija quaisquer vínculos com a empresa, bem como o fornecimento de dados pessoais, será descartado.
- O avaliador realizará três tentativas de contato com a Empresa, após as quais, caso não seja atendido, a avaliação será descartada.
- O Cliente Oculto entrará em contato com a Empresa a partir das informações fornecidas no preenchimento do Formulário de Inscrição na primeira fase do prêmio.
- Caso o Cliente Oculto não seja capaz de obter o atendimento da Empresa, **POR QUAISQUER MOTIVOS**, a avaliação será descartada.

### Parte III – Chat

Nesta dimensão é testado o canal de atendimento pelo chat da empresa, observando parâmetros como tempo de espera e comunicação.

- A avaliação é feita por meio da simulação de uma situação real, onde o Cliente Oculto entra em contato com a empresa por meio de seus canais de atendimento.

- Serão realizados cinco contatos.
- Os contatos serão segmentados em “Informações”, “Dúvidas” e “Reclamações”.
- Caso o atendimento exija quaisquer vínculos com a empresa, bem como o fornecimento de dados pessoais, será descartado.
- O avaliador realizará três tentativas de contato com a Empresa, após as quais, caso não seja atendido, a avaliação será descartada.
- O Cliente Oculto entrará em contato com a Empresa a partir das informações fornecidas no preenchimento do Formulário de Inscrição na primeira fase do prêmio.
- Caso o Cliente Oculto não seja capaz de obter o atendimento da Empresa, **POR QUAISQUER MOTIVOS**, a avaliação será descartada.

#### Parte IV – Facebook

Nesta dimensão é testado o canal de atendimento pelo Facebook da empresa, observando parâmetros como tempo de resposta, comunicação e resolutividade.

- A avaliação é feita por meio da simulação de uma situação real, onde o Cliente Oculto entra em contato com a empresa por meio de seus canais de atendimento.
- Serão realizados cinco contatos.
- Os contatos serão segmentados em “Informações”, “Dúvidas” e “Reclamações”.
- Caso o atendimento exija quaisquer vínculos com a empresa, bem como o fornecimento de dados pessoais, será descartado.
- O avaliador realizará três tentativas de contato com a Empresa, após as quais, caso não seja atendido, a avaliação será descartada.
- O Cliente Oculto entrará em contato com a Empresa a partir das informações fornecidas no preenchimento do Formulário de Inscrição na primeira fase do prêmio.
- Caso o Cliente Oculto não seja capaz de obter o atendimento da Empresa, **POR QUAISQUER MOTIVOS**, a avaliação será descartada.

#### Parte V – Whatsapp

Nesta dimensão é testado o canal de atendimento pelo Whatsapp da empresa, observando parâmetros como tempo de resposta, comunicação e resolutividade.

- A avaliação é feita por meio da simulação de uma situação real, onde o Cliente Oculto entra em contato com a empresa por meio de seus canais de atendimento.
- Serão realizados cinco contatos.
- Os contatos serão segmentados em “Informações”, “Dúvidas” e “Reclamações”.
- Caso o atendimento exija quaisquer vínculos com a empresa, bem como o fornecimento de dados pessoais, será descartado.
- O avaliador realizará três tentativas de contato com a Empresa, após as quais, caso não seja atendido, a avaliação será descartada.
- O Cliente Oculto entrará em contato com a Empresa a partir das informações fornecidas no preenchimento do Formulário de Inscrição na primeira fase do prêmio.
- Caso o Cliente Oculto não seja capaz de obter o atendimento da Empresa, **POR QUAISQUER MOTIVOS**, a avaliação será descartada.

#### Parte VI – Multicanalidade

Nesta dimensão é testada a capacidade de a Empresa atender por meio de diferentes canais. Dessa forma, o atendimento é iniciado por um canal e continuado por outro, avaliando a integração dos canais da empresa.

- A avaliação é feita por meio da simulação de uma situação real, onde o Cliente Oculto entra em contato com a empresa por meio de seus canais de atendimento.
- Serão realizados dois contatos, onde o primeiro será iniciado por um canal de atendimento e o segundo continuado por outro, dando preferência para a seguinte ordem, conforme os canais disponibilizados pela Empresa:
  1. Telefone + Chat
  2. Telefone + Fale Conosco
  3. Telefone + Whatsapp
  4. Telefone + Facebook
  5. Chat + Fale Conosco
  6. Chat + Whatsapp
  7. Chat + Facebook
  8. Fale Conosco + Whatsapp
  9. Fale Conosco + Facebook
  10. Whatsapp + Facebook
- Caso o atendimento exija quaisquer vínculos com a empresa, bem como o fornecimento de dados pessoais, será descartado.

- O avaliador realizará três tentativas de contato com a Empresa, após as quais, caso não seja atendido, a avaliação será descartada.
- O Cliente Oculto entrará em contato com a Empresa a partir das informações fornecidas no preenchimento do Formulário de Inscrição na primeira fase do prêmio.
- Caso o Cliente Oculto não seja capaz de obter o atendimento da Empresa, **POR QUAISQUER MOTIVOS**, a avaliação será descartada.

## FORMULÁRIO DE AVALIAÇÃO DE PARCEIROS E FORNECEDORES DE SOLUÇÕES

A avaliação de Parceiros e Fornecedores de Soluções é parte integrante do **Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente** e tem como objetivo premiar os melhores parceiros e fornecedores que atuam no formato B2C. A avaliação é realizada por todas as empresas participantes no prêmio.

- As avaliações realizadas comporão a nota final dos Parceiros e Fornecedores de Soluções no prêmio.
- O preenchimento deste formulário é **OBRIGATÓRIO** para todas as Empresas.
- O não preenchimento deste formulário acarretará a **DESCLASSIFICAÇÃO** da empresa contratante do prêmio, independentemente do desempenho obtido.

### Estrutura

O Formulário de Avaliação de Parceiros e Fornecedores de Soluções está dividido em 48 categorias de soluções (ver subtópico “CATEGORIAS” dentro do tópico “PARCEIROS E FORNECEDORES DE SOLUÇÕES”).

Em cada uma destas categorias, a Empresa deverá avaliar nove critérios:

#### 1. **Agilidade de Implementação**

Capacidade de fornecer os serviços com agilidade e rapidez.

#### 2. **Competência Técnica**

Capacidade técnica demonstrada com a prestação dos serviços.

#### 3. **Inovação Embarcada**

Capacidade de o fornecedor entregar soluções inovadoras.

#### 4. **Integração a Outros Sistemas**

Capacidade de o fornecedor entregar soluções capazes de atuar em conjunto com outros sistemas, ferramentas e soluções.

**5. Manutenção**

Capacidade de o fornecedor oferecer meios para efetuar reparos nas soluções oferecidas.

**6. Qualidade do Suporte Técnico Multicanal**

Capacidade de o fornecedor oferecer suporte técnico de qualidade em diferentes canais de atendimento.

**7. Recomendação**

Possibilidade de recomendar o fornecedor para outras empresas.

**8. Satisfação Geral**

Nível de satisfação com os serviços prestados.

**9. User Experience**

Capacidade de o serviço prestado permitir que a interação entre a ferramenta e o usuário seja eficiente.

- A Empresa poderá avaliar todos os seus fornecedores entre os nomes listados, bem como adicionar mais um que não esteja na lista.
- É permitida a inclusão de apenas um fornecedor que não esteja na lista.
- Para cada um dos critérios, a Empresa deverá fornecer uma nota de 1 a 6 ou “N/A”, se assim desejar.

**SEGMENTOS**

O **Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente** é voltado para Empresas que atuam nos seguintes segmentos:

**ADQUIRENTE:** Empresas responsáveis pelo processamento de pagamentos em e-commerces nas lojas físicas.

**ALIMENTOS:** Empresas responsáveis pela produção de alimentos e ingredientes para alimentos.

**ARTIGOS ESPORTIVOS:** Empresas de equipamentos esportivos.

**AUTO PEÇAS E SERVIÇOS AUTOMOTIVOS:** Empresas que atuam na cadeia automotiva com a produção de equipamentos ou prestação de serviços.

**BANCOS:** Empresas que atuam no segmento bancário para pessoa física.

**BANCOS DIGITAIS:** Empresas que atuam no segmento bancário para pessoa física com operações 100% digitais.

**BEBIDAS:** Empresas responsáveis pela produção de bebidas e ingredientes para bebidas.

**BENEFÍCIOS:** Empresas que prestem serviços de benefícios.

**CARTÕES:** Empresas de operação de cartões de crédito.

**COBRANÇA AUTOMÁTICA:** Empresas que atuam na prestação de serviços de pagamento eletrônico automático em pedágios e estacionamentos.

**COMPANHIAS AÉREAS:** Empresas de transporte aéreo de passageiros.

**CONSTRUTORAS E INCORPORADORAS:** Empresas responsáveis pela execução física de um empreendimento, estudos de viabilidade de um projeto e de articulação de um negócio imobiliário.

**DISTRIBUIDOR DE GÁS:** Empresas responsáveis pela distribuição de gás.

**E-COMMERCE:** Empresas que atuem exclusivamente por meio de lojas virtuais e/ou comércio eletrônico.

**EDUCAÇÃO:** Instituições de ensino superior.

**ENERGIA ELÉTRICA:** Empresas responsáveis pela distribuição de energia elétrica.

**ENTREGA POR APP:** Empresas que atuam por meio de aplicativos e realizam entregas para pessoas físicas.

**FARMÁCIAS:** Empresas que atuam no varejo de medicamentos.

**FINTECHS:** Startups que atuam na prestação de serviços financeiros.

**HIGIENE PESSOAL, PERFUMARIA E COSMÉTICOS:** Empresas que atuem na indústria de Higiene Pessoa, Perfumaria e Cosméticos (HPPC).

**INDÚSTRIA – CASA E CONSTRUÇÃO:** Empresas que atuam na produção de insumos para a construção civil.

**INDÚSTRIA – ELETROELETRÔNICOS:** Empresas que atuam na produção de equipamentos eletroeletrônicos.



**INDÚSTRIA – ELETRODOMÉSTICOS:** Empresas que atuam na produção de equipamentos eletrodomésticos.

**INDÚSTRIA – FARMACÊUTICA:** Empresas que atuam na produção de insumos para medicamentos.

**LOCADORAS DE VEÍCULOS:** Empresas que atuem na locação de automóveis.

**LOGÍSTICA:** Empresas que atuam no transporte de cargas e logística em geral.

**MARKETPLACE:** Empresas que forneçam serviço de marketplace abrigando diferentes lojas virtuais.

**MEDICINA DIAGNÓSTICA E LABORATÓRIOS:** Empresas que atuem exclusivamente na prestação de serviços de medicina diagnóstica.

**MOBILIDADE URBANA:** Empresas que prestem serviços digitais na área de transporte privado de passageiros.

**POSTOS DE COMBUSTÍVEL:** Empresas que atuem no comércio e distribuição de combustíveis por meio de postos de combustível.

**PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS:** Empresas prestadoras de serviços diversos que não se enquadrem nos demais segmentos.

**PREVIDÊNCIA E CAPITALIZAÇÃO:** Empresas que forneçam serviços de previdência complementar.

**PROGRAMAS DE FIDELIDADE:** Empresas que ofereçam programas de incentivo contínuo para recompensar clientes.

**HOSPITAIS:** Hospitais em geral.

**STREAMING POR ASSINATURA:** Empresas que prestem serviços de mídia por meio de assinatura.

**SEGUROS – RAMOS GERAIS:** Empresas que ofereçam serviços de seguro de qualquer natureza, à exceção de seguros de saúde.

**SEGUROS E PLANOS DE SAÚDE:** Empresas que ofereçam serviços de seguro ou planos de saúde.

**SERVIÇOS DE SAÚDE:** Empresas que oferecem soluções em serviços de saúde que não implicam a adesão de um plano de saúde tradicional.

**SERVIÇOS DE TECNOLOGIA:** Empresas que ofereçam serviços de tecnologia que não estejam contemplado nos demais segmentos.

**SERVIÇOS FINANCEIROS:** Empresas que ofereçam serviços financeiros diversos.

**SERVIÇOS PÚBLICOS:** Empresas que atuam na prestação de serviços públicos.

**SHOPPING CENTERS E OUTLETS:** Centros comerciais de qualquer natureza.

**TELECOMUNICAÇÕES – TELEFONIA FIXA:** Empresas que forneçam serviços de telefonia fixa.

**TELECOMUNICAÇÕES – TELEFONIA MÓVEL:** Empresas que forneçam serviços de telefonia móvel.

**TELECOMUNICAÇÕES – TV POR ASSINATURA:** Empresas que forneçam serviços de TV por assinatura.

**TELECOMUNICAÇÕES – BANDA LARGA:** Empresas que forneçam serviços de internet banda larga.

**VAREJO – CASA E CONSTRUÇÃO:** Empresas que atuam no varejo de materiais de construção.

**VAREJO – ELETROELETRÔNICOS E MÓVEIS:** Empresas que atuam no varejo de equipamentos eletroeletrônicos, eletrodomésticos e móveis em geral.

**VAREJO – MODA E CALÇADOS:** Empresas que atuam varejo de produtos de vestuário.

**VAREJO – ÓTICAS:** Empresas que atuam no varejo de óculos em geral.

**VAREJO – PET:** Empresas que atuam no varejo de produtos para animais de estimação.

**VAREJO – REDES ALIMENTÍCIAS E FAST-FOOD:** Empresas que atuam no varejo de refeições prontas para consumo, tais como restaurantes e lanchonetes.

**VAREJO – SUPER, HIPERMERCADOS, ATACADO E CASH&CARRY:** Empresas que atuam nos ramos de supermercados, hipermercados, atacados e atacarejo.

**VEÍCULOS – AUTOMÓVEIS:** Empresas que atuam na produção de automóveis populares.

**VEÍCULOS – AUTOMÓVEIS DE LUXO:** Empresas que atuam na produção de automóveis de luxo.

VEÍCULOS – CAMINHÕES: Empresas que atuam na produção de caminhões.

VEÍCULOS – DUAS RODAS: Empresas que atuam na produção de motocicletas.

- Os segmentos “BANCOS” e “CONSTRUTORAS E INCORPORADORAS” serão divididos entre “PEQUENAS E MÉDIAS OPERAÇÕES” e “GRANDES OPERAÇÕES” após a conclusão da primeira fase, considerando os volumes de operações informados pelas empresas participantes.
- O Centro de Inteligência Padrão (CIP) reserva-se o direito de alterar a lista de segmentos até a comunicação dos resultados, se assim for necessário.
- O Centro de Inteligência Padrão (CIP) reserva-se o direito de realocar empresas para outros segmentos até a comunicação dos resultados, se assim for necessário.

## **CLASSIFICAÇÃO**

A classificação do prêmio levará em consideração as notas obtidas em cada uma das fases, seguindo as respectivas pontuações (ver subtópico “ESTRUTURA GERAL” dentro do tópico “EMPRESAS”).

### **Primeira fase**

A primeira fase do prêmio possui caráter eliminatório. As empresas que obtiverem os melhores desempenhos dentro de seus segmentos avançarão para a segunda fase.

### **Segunda fase**

Todas as empresas classificadas na primeira fase avançarão para a segunda fase do prêmio, que contemplará o Cliente Oculto.

### **Terceira fase**

A terceira fase do prêmio não envolve a participação ativa das empresas, sendo realizada internamente pelo Grupo Padrão e o Centro de Inteligência Padrão (CIP).

### **Classificação final**

A classificação final se dará pela soma do desempenho obtido em cada uma das fases. A empresa que obtiver o melhor desempenho geral dentro de seu segmento, será considerada vencedora.

## CPOs

São consideradas nesta categoria CPOs que prestem serviços de atendimento para empresas que atendam o consumidor final.

Na primeira fase, os CPOs preencherão dois formulários online, nos quais informarão dados sobre sua própria estrutura de atendimento e indicarão suas operações que serão avaliadas durante o cliente oculto, bem como avaliarão seus Parceiros e Fornecedores de Soluções. No caso dos CPOs a primeira fase não é eliminatória.

Na segunda fase será realizado um cliente oculto nas operações indicadas na primeira fase, com o objetivo de verificar, na prática, a qualidade do atendimento prestado pelo CPO. Conforme o resultado obtido nesta fase, serão estabelecidos os CPOs vencedores.

## PARTICIPAÇÃO

O **Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente 2021** é aberto para as CPOs que se enquadrem nos respectivos critérios:

- O CPO deve, **OBRIGATORIAMENTE**, atender empresas que fornecem bens ou serviços diretamente ao consumidor final (B2B).
- **NÃO É PERMITIDA** a participação de CPOs que atendam empresas que forneçam, exclusivamente, bens ou serviços para outras empresas (B2C).
- O CPO deve, **OBRIGATORIAMENTE**, realizar atendimento receptivo.
- O CPO deve, **OBRIGATORIAMENTE**, inscrever cinco operações de atendimento.
- O CPO deve, **OBRIGATORIAMENTE**, ter exclusividade na prestação dos atendimentos inscritos.
- **NÃO É PERMITIDA** a participação de CPOs que realizem, exclusivamente, atendimento ativo.
- O CPO deve, **OBRIGATORIAMENTE**, possuir um serviço de atendimento telefônico.
- A participação no prêmio estará assegurada apenas após o preenchimento dos dois formulários on-line: Formulário de Inscrição e Formulário de Avaliação de Parceiros e Fornecedores de Soluções. O não preenchimento de quaisquer dos dois formulários acarretará a **DESCLASSIFICAÇÃO** da empresa do prêmio.

## ESTRUTURA GERAL

A categoria CPOs do **Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente 2021** está estruturado em três fases com suas respectivas pontuações:

### 1ª Fase – Avaliação da Estrutura de Atendimento

Na primeira fase, o CPO fornecerá informações referentes a sua própria estrutura de atendimento pelo preenchimento de um formulário online (Formulário de Inscrição). A primeira fase está dividida nas seguintes dimensões:

#### Parte I – Informações Gerais

Nesta dimensão o CPO informa dados sobre sua própria estrutura de atendimento, tais como o número de PAs e o volume de interações.

#### Parte II – Recursos Humanos

Nesta dimensão o CPO informa dados sobre seu quadro de funcionários, tais como salários e benefícios fornecidos.

#### Parte III – Segurança da Informação

Nesta dimensão o CPO fornece informações sobre sua gestão da segurança da informação e dados dos consumidores.

#### Parte IV – Operações

Nesta dimensão a empresa inscreve operações de empresas para as quais presta atendimento. Essas operações serão avaliadas na segunda fase.

### **2ª Fase – Avaliação da Qualidade do Atendimento**

A segunda fase da premiação consiste na realização do cliente oculto, com o objetivo de verificar, na prática, a qualidade do atendimento das operações inscritas na primeira fase a partir de determinados critérios (Cliente Oculto). A segunda fase é voltada apenas para a avaliação do atendimento telefônico.

#### Parte Única – Telefone

Nesta dimensão é testado o canal de atendimento telefônico da empresa, observando parâmetros como tempo de espera, comunicação com o atendente e resolutividade.

## Quadro de pontuação

FASE	DIMENSÃO	% PRÊMIO
1ª FASE - AVALIAÇÃO DA ESTRUTURA DE ATENDIMENTO	PARTE I – INFORMAÇÕES GERAIS SOBRE OS CANAIS	0%
	PARTE II – RECURSOS HUMANOS	0%
	PARTE III – SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO	0%
	PARTE IV – OPERAÇÕES	0%
	<b>TOTAL - 1ª FASE</b>	<b>0%</b>
2ª FASE - AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DO ATENDIMENTO	PARTE ÚNICA - TELEFONE	100%
	<b>TOTAL - 2ª FASE</b>	<b>100%</b>
<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>

### PRIMEIRA FASE (FORMULÁRIO DE INSCRIÇÃO)

A primeira fase do **Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente 2021** compreende o preenchimento do Formulário de Inscrição e tem como objetivo determinar quais operações os CPOs inscreverão para avaliação na segunda fase do prêmio a partir de informações sobre suas estruturas de atendimento.

- Os dados informados neste formulário não pontuarão no prêmio.
- O preenchimento deste formulário é **OBRIGATÓRIO** para todos os CPOs.
- O CPO deve informar cinco operações de atendimento.
- O não preenchimento deste formulário acarretará a **DESCLASSIFICAÇÃO** da empresa contratante do prêmio.
- Algumas perguntas são **OBRIGATÓRIAS** para a conclusão do formulário.

### Estrutura

#### 1ª Fase – Avaliação da Estrutura de Atendimento

Na primeira fase, o CPO fornecerá informações referentes a sua própria estrutura de atendimento pelo preenchimento de um formulário online (Formulário de Inscrição). A primeira fase está dividida nas seguintes dimensões:

#### Parte I – Informações Gerais

Nesta dimensão o CPO informa dados sobre sua própria estrutura de atendimento, tais como o número de PAs e o volume de interações.

### Parte II – Recursos Humanos

Nesta dimensão o CPO informa dados sobre seu quadro de funcionários, tais como salários e benefícios fornecidos.

### Parte III – Operações

Nesta dimensão a empresa inscreve operações de empresas para as quais presta atendimento. Essas operações serão avaliadas na segunda fase.

## **SEGUNDA FASE (CLIENTE OCULTO)**

A segunda fase da premiação consiste na realização do cliente oculto, com o objetivo de verificar, na prática, a qualidade do atendimento das operações inscritas na primeira fase a partir de determinados critérios (Cliente Oculto). A segunda fase é voltada apenas para a avaliação do atendimento telefônico.

### Parte Única – Telefone

Nesta dimensão é testado o canal de atendimento telefônico da empresa, observando parâmetros como tempo de espera, comunicação com o atendente e resolutividade.

- Serão realizados dez contatos.
- Os contatos serão segmentados em “Informações”, “Dúvidas” e “Reclamações”.
- Caso o atendimento exija quaisquer vínculos com a empresa, bem como o fornecimento de dados pessoais, será descartado.
- O avaliador realizará três tentativas de contato com a Empresa, após as quais, caso não seja atendido, a avaliação será descartada.
- A avaliação é feita por meio da simulação de uma situação real, onde o Cliente Oculto entra em contato com a empresa por meio de seus canais de atendimento.
- Os dados obtidos nesta avaliação comporão 100% da nota final do CPO no prêmio.
- O Cliente Oculto entrará em contato com a Empresa a partir das informações fornecidas no preenchimento do Formulário de Inscrição na primeira fase do prêmio.
- Caso o Cliente Oculto não seja capaz de obter o atendimento da Empresa, **POR QUAISQUER MOTIVOS**, a avaliação será descartada.

- É importante que os canais de atendimento sejam abertos para consumidores em geral, e não apenas para clientes da própria empresa.

## FORMULÁRIO DE AVALIAÇÃO DE PARCEIROS E FORNECEDORES DE SOLUÇÕES

A avaliação de Parceiros e Fornecedores de Soluções é parte integrante do **Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente** e tem como objetivo premiar os melhores parceiros e fornecedores que atuam no formato B2C. A avaliação é realizada por todas as empresas participantes no prêmio.

- As avaliações realizadas irão compor a nota final dos Parceiros e Fornecedores de Soluções no prêmio.
- O preenchimento deste formulário é **OBIGATÓRIO** para todas as Empresas.
- O não preenchimento deste formulário acarretará a **DESCLASSIFICAÇÃO** da empresa contratante do prêmio, independentemente do desempenho obtido.

### Estrutura

O Formulário de Avaliação de Parceiros e Fornecedores de Soluções está dividido em 48 categorias de soluções (ver subtópico “SEGMENTO” dentro do tópico “PARCEIROS E FORNECEDORES DE SOLUÇÕES”).

Em cada uma destas categorias, o CPO deverá avaliar nove critérios:

**1. Agilidade de Implementação**

Capacidade de fornecer os serviços com agilidade e rapidez.

**2. Competência Técnica**

Capacidade técnica demonstrada com a prestação dos serviços.

**3. Inovação Embarcada**

Capacidade de o fornecedor entregar soluções inovadoras.

**4. Integração a Outros Sistemas**

Capacidade de o fornecedor entregar soluções capazes de atuar em conjunto com outros sistemas, ferramentas e soluções.

**5. Manutenção**

Capacidade de o fornecedor oferecer meios para efetuar reparos nas soluções oferecidas.



**6. Qualidade do Suporte Técnico Multicanal**

Capacidade de o fornecedor oferecer suporte técnico de qualidade em diferentes canais de atendimento.

**7. Recomendação**

Possibilidade de recomendar o fornecedor para outras empresas.

**8. Satisfação Geral**

Nível de satisfação com os serviços prestados.

**9. User Experience**

Capacidade de o serviço prestado permitir que a interação entre a ferramenta e o usuário seja eficiente.

- O CPO poderá avaliar todos os seus fornecedores entre os nomes listados, bem como adicionar mais um que não esteja na lista.
- É permitida a inclusão de apenas um fornecedor que não esteja na lista.
- Para cada um dos critérios, o CPO deverá fornecer uma nota de 1 a 6 ou “N/A”, se assim desejar.

**SEGMENTOS**

Após o preenchimento do Formulário de Inscrição, os CPOs serão divididos em dois segmentos pelo próprio Centro de Inteligência Padrão (CIP):

CPO DO ANO – GRANDES OPERAÇÕES

CPO DO ANO – PEQUENAS E MÉDIAS OPERAÇÕES

- Os CPOs serão divididos de acordo com o volume de interações informados na primeira fase.

**CLASSIFICAÇÃO**

A classificação do prêmio levará em consideração as notas obtidas em cada uma das fases, seguindo as respectivas pontuações (ver subtópico “ESTRUTURA GERAL” dentro do tópico “CPOS”).

**Primeira fase**

A primeira fase do prêmio possui caráter informativo. Não serão atribuídas notas para as informações fornecidas.

**Segunda fase**

Todos os CPOs participantes do prêmio farão parte do Cliente Oculto. Os CPOs que obtiverem os melhores desempenhos nesta fase serão os vencedores do prêmio.

### **Classificação final**

A classificação final se dará pelo desempenho obtido segunda fase. O CPO que obtiver o melhor desempenho geral dentro de seu segmento (ver subtópico “SEGMENTO” dentro do tópico “CPOs”), será considerada vencedora.

## PARCEIROS E FORNECEDORES DE SOLUÇÕES

São consideradas Parceiros e Fornecedores de Soluções as empresas que fornecem serviços para outras empresas, sejam estes relacionados ou não à tecnologia.

Os Parceiros e Fornecedores de Soluções participarão sem a necessidade de preenchimento de formulários. O Centro de Inteligência Padrão (CIP) e o Grupo Padrão elaboraram uma lista de empresas para serem avaliadas, a partir de sua relevância no mercado.

Durante a avaliação, Empresas e CPOs têm a oportunidade de incluir um Parceiro e Fornecedor de Solução de sua preferência, que não esteja listado.

Os Parceiros e Fornecedores de Soluções são divididos por segmentos de atuação. A classificação final é determinada a partir da avaliação recebida por Empresas e CPOs.

## PARTICIPAÇÃO

A participação dos Parceiros e Fornecedores de Soluções não está condicionada ao preenchimento de formulários ou outro tipo de inscrição. As empresas da premiação participam automaticamente a partir de uma lista elaborada pelo Grupo Padrão e pelo Centro de Inteligência Padrão (CIP).

- Os Parceiros e Fornecedores de Soluções não realizam inscrição.
- A lista de participantes é elaborada pelo Grupo Padrão e pelo Centro de Inteligência Padrão (CIP).
- Um Parceiro e Fornecedor de Solução pode ser incluído na lista, caso não esteja presente, pelas Empresas Contratantes e pelos CPO durante a realização da avaliação.

## ESTRUTURA GERAL

A categoria Parceiros e Fornecedores de Soluções do **Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente 2021** está estruturado em da seguinte forma:

### Fase Única – Avaliação da Qualidade do Atendimento

Durante esta fase, os Parceiros e Fornecedores de Soluções serão avaliados por EMPRESAS e CPOs. A fase possui apenas uma dimensão.

### Parte Única – Avaliação Recebida

Empresas e CPOs avaliarão Parceiros e Fornecedores de Soluções, com notas de 1 a 6 em diversos segmentos a partir dos seguintes critérios:

- 1. Agilidade de Implementação**  
Capacidade de fornecer os serviços com agilidade e rapidez.
- 2. Competência Técnica**  
Capacidade técnica demonstrada com a prestação dos serviços.
- 3. Inovação Embarcada**  
Capacidade de o fornecedor entregar soluções inovadoras.
- 4. Integração a Outros Sistemas**  
Capacidade de o fornecedor entregar soluções capazes de atuar em conjunto com outros sistemas, ferramentas e soluções.
- 5. Manutenção**  
Capacidade de o fornecedor oferecer meios para efetuar reparos nas soluções oferecidas.
- 6. Qualidade do Suporte Técnico Multicanal**  
Capacidade de o fornecedor oferecer suporte técnico de qualidade em diferentes canais de atendimento.
- 7. Recomendação**  
Possibilidade de recomendar o fornecedor para outras empresas.
- 8. Satisfação Geral**  
Nível de satisfação com os serviços prestados.
- 9. User Experience**  
Capacidade de o serviço prestado permitir que a interação entre a ferramenta e o usuário seja eficiente.

#### Quadro de Pontuação

FASE	DIMENSÃO	% PRÊMIO
FASE ÚNICA – AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DO ATENDIMENTO	PARTE ÚNICA – AVALIAÇÃO RECEBIDA	100%

## **FASE ÚNICA (AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DO ATENDIMENTO)**

Durante esta fase, os Parceiros e Fornecedores de Soluções serão avaliados por Empresas e CPOs. A fase possui apenas uma dimensão.

### Parte Única – Avaliação Recebida

Empresas e CPOs avaliarão Parceiros e Fornecedores de Soluções, com notas de 1 a 6 em diversos segmentos a partir dos seguintes critérios:

1. Agilidade de Implementação
2. Competência Técnica
3. Inovação Embarcada
4. Integração a Outros Sistemas
5. Manutenção
6. Qualidade do Suporte Técnico Multicanal
7. Recomendação
8. Satisfação Geral
9. User Experience

- As notas recebidas nesta fase comporão 100% da nota final do Parceiro e Fornecedor de Solução no prêmio.
- Os Parceiros e Fornecedores de Solução poderão ser avaliados com notas de 1 a 6.
- Os Parceiros e Fornecedores de Solução podem não receber nota, se a Empresa e/ou CPO assim desejar.

## **SEGMENTOS**

**AGÊNCIA DE PROPAGANDA E MARKETING DIRETO:** Empresas responsáveis pela veiculação de campanhas de marketing.

**AGENTE/ASSISTENTE VIRTUAL PARA ATENDIMENTO RECEPTIVO POR TEXTO:** Robôs digitais que interagem por linguagem natural por texto.

**AGENTE/ASSISTENTE VIRTUAL PARA ATENDIMENTO RECEPTIVO POR VOZ:** Robôs digitais que interagem por linguagem natural por voz.

**APP DE MOBILIDADE URBANA CORPORATIVA:** Aplicativos de transporte privado urbano.

**AUTOMAÇÃO DE FORÇA DE VENDAS (SALES FORCE AUTOMATION):** Parte integrante do CRM operacional que se concentra na plataforma tecnológica que suporta as interações com os clientes e a automação de vendas.

**AUTOMAÇÃO ROBÓTICA DE PROCESSOS (RPA):** Robôs de softwares instalados em servidores, com os recursos para automatizar os processos repetitivos e administrados por humanos.

**BANCO DE DADOS:** Conjunto de softwares responsáveis pelo gerenciamento de um banco de dados. Caracteriza-se por uma interface para incluir, alterar ou consultar dados previamente armazenados

**BANDA LARGA CORPORATIVA:** Solução que tem a função de conectar um computador à internet.

**BENEFÍCIO DE CONVÊNIO DE SAÚDE:** Serviço de convênio de saúde.

**BENEFÍCIO DE VALE-ALIMENTAÇÃO/REFEIÇÃO:** Serviço de vale-alimentação/refeição.

**BIG DATA:** Ferramenta que armazena um conjunto de tecnologias capazes de tratar grandes volumes de dados, estruturados ou não, de diferentes formatos.

**BIOMETRIA DE VOZ:** Sistema ou método de autenticação baseado em características da voz de um indivíduo para validar informações.

**BLOCKCHAIN/CYBER SECURITY:** Sistema de tecnologia de registro distribuído que visa à descentralização como medida de segurança dos dados do usuário.

**BUSINESS INTELLIGENCE (BI):** Ferramenta que tem foco na coleta, organização, transformação e disponibilização de dados estruturados para a tomada de decisão, além de permitir a análise preditiva de forma rápida e assertiva.

**CALLBACK:** Solução que promove o retorno das chamadas de forma automática ou programada para os clientes que estão esperando um atendimento em seu número receptivo. O callback realiza a captação de dados do cliente, desliga a chamada e retorna para o número.

**CONSTRUÇÃO DA JORNADA DO CLIENTE:** Solução que auxilia no desenho da jornada do cliente.

**CONSULTORIA EM CUSTOMER EXPERIENCE:** Serviço empresarial que auxilia no desenvolvimento da experiência do cliente.

**CONSULTORIA ESTRATÉGICA:** Serviço de ajuda às organizações para melhoria de desempenho, operando por meio da análise de problemas organizacionais existentes e do desenvolvimento de planos de melhoria.

**CRM:** Ferramenta que armazena informações de clientes atuais e potenciais, reúne e integra dados para preparar e atualizar equipes com histórico, preferência de compras e outras informações.

**DISCADOR PREDITIVO:** Ferramenta que trabalha com algoritmo que antecipa o volume de chamadas necessário para ocupar os recursos disponíveis.

**DISTRIBUIDOR AUTOMÁTICO DE CHAMADAS (DAC):** Ferramenta para automatizar o processo de ligações, aumentando a produtividade, evitando erros de discagem e mantendo um registro das interações realizadas.

**EMPRESA DE COMUNICAÇÃO DIRIGIDA E RELAÇÕES PÚBLICAS:** Serviço de gerenciamento da comunicação com os diversos grupos de interesse de uma organização.

**ENTERPRISE RESOURCE PLANNING (ERP):** Sistema responsável por cuidar das operações diárias de uma empresa, desde o faturamento até o balanço contábil, de compras ao fluxo de caixa.

**GOVERNANÇA E PROTEÇÃO DE DADOS:** Serviço de proteção e manutenção de dados e informações corporativas.

**INTEGRADOR DE COMPUTADOR/TELEFONE (CTI):** Ferramenta que permite à telefonia trocar informações com outros sistemas, da inteligência ao processo de comunicação, facilitando a coleta de informações para o usuário da solução.

**INTEGRADOR DE CONTACT CENTER:** Serviço de viabilização das soluções de BPO adequados para as empresas.

**INTEGRADOR DE CRM:** Serviço de viabilização da solução de CRM.

**INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL:** Ferramentas de inteligência artificial.

**INTERNET DAS COISAS (IOT):** Sistema que integra objetos e soluções capazes de coletar e transmitir dados.

**PLATAFORMA DE ATENDIMENTO OMNICHANNEL:** Solução que permite às áreas de atendimento ao cliente das empresas oferecerem múltiplos canais de atendimento de forma integrada em uma única plataforma.

**PLATAFORMA DE JORNADA DO CONSUMIDOR:** Plataforma que mapeia a jornada do consumidor.

**PLATAFORMA DE TREINAMENTO DE AGENTE (E-LEARNING):** Ambiente virtual destinado a capacitação e treinamento de agentes de atendimento.

**RECRUTAMENTO E SELEÇÃO:** Serviço de recrutamento e seleção.

**RECRUTAMENTO E SELEÇÃO DE MÃO DE OBRA MAIS QUALIFICADA:** Serviço de recrutamento e seleção de média e alta gerência.

**SEGURO DE VIDA:** Serviço de seguro de vida.

**SERVIÇOS DE TELEFONIA:** Serviço de linha telefônica.

**SERVIÇOS DE TELEFONIA IP/VOIP:** Tecnologia que permite transformar sinais de áudio ou de uma chamada por telefone em dados digitais. Esses dados digitais podem ser transmitidos pela internet ou por uma rede de computadores baseada em IP.

**SERVIÇOS PROFISSIONAIS PARA CENTRAL DE RELACIONAMENTO (PROFESSIONAL SERVICES):** Combinação de metodologias e processos que aceleram a produção de projetos e otimizam a produção de relacionamento na central.

**SISTEMA DE CAPTURA DE INTERAÇÕES OMNICHANNEL:** Ferramenta de conversão ou armazenamento de uma informação ou sinal analógico em uma sequência binária de dados.

**SISTEMA DE MONITORIA DE AGENTES:** Sistema que monitora a qualidade de atendimento na central de relacionamento com o cliente.

**SISTEMA PARA MELHORIA DE EFICIÊNCIA OPERACIONAL DO BACKOFFICE:** Suíte de soluções que permitem medir e impulsionar o desempenho do Backoffice, dando visibilidade da área de trabalho do agente e das atividades dos processos do Backoffice.

**SOFTWARE DE GESTÃO DE CAMPANHAS:** Ferramenta destinada ao gerenciamento de campanhas de marketing.

**SOFTWARE DE FEEDBACK/OPINIÃO DE CLIENTES:** Sistema que avalia o atendimento de clientes com pesquisas de opinião de seus clientes.

**SOLUÇÃO DE AUTOATENDIMENTO (URA):** Ferramenta de serviços automáticos para os clientes que ligam para responder a dúvidas e fornecer informações sem a intervenção de um atendente.



**SOLUÇÃO DE CHAT:** Plataforma de atendimento via chat com recursos de monitoramento, gerenciamento de equipes e acompanhamento.

**SOLUÇÃO PARA ENGAJAMENTO DA FORÇA DE TRABALHO (WORKFORCE ENGAGEMENT MANAGEMENT):** Soluções de sistemas de gerenciamento de forças de trabalho que englobam todas as atividades necessárias para planejar eficientemente a força de trabalho de uma empresa.

**SPEECH AND INTERACTION ANALYTICS:** Processo de análise de chamadas gravadas para coletar informações do cliente para melhorar a comunicação e a interação futura.

**TRANSFORMAÇÃO DIGITAL:** Serviço de condução nos processos de transformação digital.

### **CLASSIFICAÇÃO**

A classificação final dos Parceiros e Fornecedores de Solução será dada pela média geral em cada segmento levando em consideração os seguintes critérios:

1. Agilidade de Implementação
  2. Competência Técnica
  3. Manutenção
  4. Qualidade do Suporte Técnico Multicanal
  5. Recomendação
  6. Satisfação Geral
- O Parceiro e Fornecedor de Solução deve ter recebido notas em ao menos quatro destes critérios para a média ser considerada.

## **CATEGORIAS ESPECIAIS**

Além de premiar Empresas, CPOs e Parceiros e Fornecedores de Soluções, o **Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente 2021** também irá reconhecer profissionais e a empresa do ano por meio de um voto popular.

Os profissionais e empresas serão indicados no formulário de inscrição de Empresas e CPOs. Os mais indicados farão parte de uma votação aberta ao público em geral.

## **PARTICIPAÇÃO**

A participação se dará pela indicação dos nomes de profissionais e empresas durante o preenchimento dos formulários de inscrição. Os nomes mais indicados serão selecionados para uma votação aberta ao público em geral.

## **SEGMENTO**

Os profissionais serão premiados, por segmentos relevantes, em duas categorias:

**CEO DO ANO:** Quaisquer profissionais que ocupem o cargo de CEO.

**HALL DA FAMA:** Quaisquer profissionais do setor de relacionamento independentemente do cargo ocupado.

**EMPRESA DO ANO:** Quaisquer empresas.

## **CLASSIFICAÇÃO**

Os nomes mais indicados em cada segmento serão selecionados para a votação aberta ao público em geral. Aqueles que receberem o maior número de votos, serão declarados vencedores dos respectivos segmentos.