myPartner

Otimizar serviços de assistência e manutenção para máxima rentabilidade. Conheça a solução Microsoft Dynamics 365 for Field Service.

Garantir um serviço de excelência no terreno ao mesmo tempo que se obtém a máxima rentabilidade – Será possível?

Controlo, produtividade, lucro, satisfação e proximidade são algumas das palavras-chave que fazem parte do léxico de qualquer gestor com uma oferta de serviços de manutenção, suporte e assistência no terreno, ou seja, Field Service. A questão é, quão complicado e moroso é consegui-lo?

"A competitividade de um país ou empresa depende da sua capacidade para colocar no mercado produtos e serviços que atendam aos padrões de qualidade exigidos a preços competitivos, e proporcionem rendimentos face aos recursos utilizados ou consumidos na sua produção." A definição da Direcção-Geral das Atividades Económicas portuguesa não é uma novidade e as organizações já perceberam que para garantirem-na têm de adotar novas formas de responder aos desafios do dia-a-dia, desafios estes que crescem e ficam mais complexos à medida que a inovação avança e os clientes se tornam mais informados e, consequentemente mais exigentes.

Bons produtos ou serviços podem ser um fator diferenciador em termos comerciais, mas os serviços pós-venda são essenciais quer para a fidelização, recomendação e recompra, quer para proporcionar uma fonte de receita recorrente e "segura" ao longo do tempo.

A gestão é um conceito chave em todo este processo. De que vale ter um excelente serviço se não é rentável e põe em causa a continuidade do negócio? E de que vale o serviço ser rentável, se os clientes estão insatisfeitos e começam a procurar alternativas passado pouco tempo? A estratégia e as ferramentas que dão suporte à gestão representam a diferença entre uma oferta de Field Service bem ou mal sucedida. Existem inúmeras variáveis envolvidas a que é preciso estar atento e que ainda não são consideradas por muitas empresas, pelo que este é um mercado ainda muito longe do seu potencial. De acordo com Mordor Intelligence, o mercado global de Field Service deverá alcançar uma valorização próxima dos 4,81 mil milhões de euros em 2023. Quanto vai querer aproveitar, otimizando a área? Ou vai deixar para a concorrência?

Planeamento, controlo e gestão integrada

Ter um Field Service de excelência e rentável não é uma tarefa fácil. Há empresas que optam por ampliar as equipas, aumentando os custos, outras simplesmente pedem "mais" às existentes, sobrecarregando-as com o consequente impacto negativo nos timings e na qualidade.

Na prática, são muitos os casos em que os técnicos alocados não são os adequados, não possuem informação completa sobre a intervenção e nem sequer os recursos necessários. Quando isto acontece, torna-se necessária mais do que uma deslocação, o que gera insatisfação no cliente e despesas acrescidas. **De acordo com o Connected Manufacturing Service Report, em 40% das intervenções das equipas de Field Service houve necessidade de uma segunda intervenção, justificada posteriormente por falhas de stocks.** Em 35% das ocorrências com segunda intervenção, foi reportado défice de informação.

Esta gestão ineficiente, além de provocar aumento dos custos e diminuição da qualidade do serviço, pode significar perda de clientes e criar frustração nas equipas, nomeadamente quando os problemas não estão relacionados com a sua atuação, fazendo muitas vezes com que saiam para a concorrência e levem know-how valioso para fora da organização.

Para que se consiga equilibrar o ecossistema, há que parar, olhar para dentro, identificar as dificuldades e a sua origem, reorganizar a estrutura, e melhorar os processos. Não só formar equipas com as competências necessárias para um serviço personalizado, rápido e eficaz, mas também com uma orientação próxima e colaborativa. E paralelamente contar com uma solução tecnológica de assistência técnica no terreno que suporte tudo isto, permitindo:

- **Que o gestor tenha uma visão holística, centralizada e em tempo real das operações;**
- **Que o responsável pelas equipas consiga planear, agendar e controlar de forma eficiente os trabalhos;**
- **Que os técnicos possam aceder à informação crítica para uma intervenção bem-sucedida.**

Isto quer dizer que o back-office e o front-office estão totalmente alinhados e integrados, evitando a duplicação de tarefas, eliminando processos manuais morosos, desgastantes e propensos a erro, sabendo exatamente quem faz o quê, como e quando, controlando os custos e as receitas, e melhorando a produtividade de todos. No final, esta otimização da atividade transpõe-se para o cliente com a maior satisfação pelo serviço prestado e para a organização com a maior rentabilidade e agilidade da operação.

Field Service como Centro de Receitas e não como Centro de Custos

Muitas empresas com Field Service continuam a entendê-los como um custo, como uma simples obrigatoriedade face à sua oferta, como um departamento equivalente aos Recursos Humanos ou TI. Mas não tem de ser assim. Os serviços de manutenção e suporte podem e

devem ser capitalizados. Se bem geridos, é possível transformá-los numa efetiva fonte de receita e contribuir de forma decisiva para os resultados financeiros da empresa. Isto, claro, adicionalmente às vantagens em termos de imagem e reputação, já que um bom serviço ao cliente sobressai sempre no mercado e torna clientes em verdadeiros fãs e embaixadores das marcas.

Existem alguns passos a seguir para que os Field Service passem a ser um Centro de Receitas:

1. Não dê menos do que um serviço excecional – com a concorrência feroz que existe em qualquer atividade, é o serviço e as pessoas que o prestam que fazem a diferença. Ponha-se na pele do cliente e defina e implemente o nível de serviço com as características que gostaria que lhe fornecessem: rapidez, simpatia, eficiência, proatividade, visibilidade, personalização, facilidade, são alguns dos exemplos mais valorizados. O que precisa para tal? Discuta com a equipa e torne o seu serviço único e cobiçado.

2. Identifique as dores dos clientes e da equipa – o que tem causado más experiências? O que o faz perder negócios? Um brainstorming com todos os envolvidos na jornada de compra é fundamental para tomar medidas corretivas, adicionalmente ao feedback recebido dos clientes. Melhore o que for necessário, partilhe a mudança e veja a diferença quer em termos de satisfação quer de mais receitas.

3. Otimize os processos internos – quantas horas a sua equipa gasta em etapas manuais que poderiam ser automatizadas? Como é feita a distribuição das intervenções e o seu rastreamento? Como é que comunicam uns com os outros? Se lhe perguntarem, sabe qual é a rentabilidade da operação e consegue avaliar o seu desempenho ao longo do fluxo? **A tecnologia representa um poderoso aliado para o alinhamento interno, a produtividade e o lucro.** Para preencher a lacuna entre escritório e os técnicos no terreno e entre os técnicos no terreno e o cliente. Para aumentar a eficiência e melhorar a experiência de serviço (aqui, imagine que o técnico no terreno tem todo o histórico do cliente no smartphone, leva sempre as peças necessárias à intervenção, fatura diretamente e o cliente assina logo a resolução). Para rastrear dados e descobrir insights dos clientes que potenciam a personalização do serviço, a identificação de tendências e oportunidades de cross-sell ou upsell. Para classificar quais os grupos de clientes e tipos de serviços mais lucrativos e com maior potencial de crescimento.

4. Maximize o poder da Internet das Coisas (IoT) - Em vez de apenas reagir às solicitações dos clientes, ofereça serviços proativamente. A IoT significa que os dispositivos estão conectados e podem enviar e receber dados sem intervenção humana. Assim, o próprio equipamento informa automaticamente a equipa sobre um possível mau desempenho, o que reduz o tempo de inatividade e evita custos de deslocação. O resultado? Clientes cada vez mais satisfeitos, surpreendidos positivamente e fiéis, e um serviço ainda mais rentável.

5. Entenda que os técnicos no terreno são críticos para o sucesso – Quem está no terreno a interagir direta e pessoalmente com os clientes pode ser o canal de vendas e marketing mais eficaz. Treine continuamente estes preciosos recursos e forneça-lhes tudo o que precisam para serem verdadeiros parceiros consultivos e agregadores de valor, proporcionando uma experiência ao cliente sem precedentes. Incentive-os a contribuir com inputs que melhorem a operação, a estarem atentos à concorrência, a manterem os contactos e informações sobre o cliente sempre atualizados. Recompense o seu esforço e dedicação.

Uma visão a 360º do negócio

Independentemente do setor de atividade ou da dimensão do negócio, todas as empresas com ofertas de Manutenção e Suporte no terreno podem melhorar a sua gestão com recurso a soluções especificamente concebidas para a área de Field Service, integrando pessoas, dados e processos, desde o início ao fim da cadeia produtiva e comercial.

• Os responsáveis pelo suporte ao cliente podem filtrar os pedidos recebidos, criar e agendar ordens de intervenção, atribuí-las de acordo com a disponibilidade, localização e competências, monitorizar as métricas de desempenho e supervisionar o fornecimento do serviço.

• Os técnicos no terreno podem aceder à informação sobre a intervenção e o cliente, faturar e reportar o resumo da visita em qualquer altura e lugar.

• Os responsáveis de inventário podem garantir que os técnicos no

terreno terão o que necessitam para concluir o serviço, processando também as devoluções de produtos sempre que necessário e controlando o stock de materiais com rigor.

• Os gestores podem consultar os KPIs que necessitam para aferir a cada momento a rentabilidade e os resultados da operação.

• Os responsáveis financeiros podem controlar a imputação de custos (mão de obra, materiais e outras despesas associadas a cada intervenção), os contratos, a faturação, os pagamentos e os recebimentos.

• Os clientes podem saber o estado das intervenções, o tempo para resolução e as informações relevantes sobre a sua relação com a empresa a partir de um portal web.

Ou seja, com um software de Field Service, o conhecimento é partilhado agilmente por todos os intervenientes. Um exemplo deste tipo de software é o **Microsoft Dynamics 365 for Field Service**, que tem ajudado inúmeras empresas a capacitar as suas equipas com tudo o que precisam para serem eficientes ao combinar automatização de fluxos de trabalho, algoritmos inteligentes, mobilidade e reporting. **A sua ligação ao Azure IoT adiciona ainda capacidades de manutenção preditiva com recolha de dados, análises e mecanismos de alertas, em que as próprias máquinas comunicam com o suporte.**

Field Service na prática

Existem vários casos de sucesso da tecnologia ao serviço dos Field Service. Casos que inspiram outras empresas a inovar e a colocar o cliente no centro das suas operações, ao mesmo tempo que se tornam mais rentáveis. A Sandvik Coromant é uma delas ao conseguir poupar milhões de dólares aos clientes através de uma resolução preditiva.

De facto, a Sandvik Coromant está na vanguarda da indústria de corte de metal há mais de 70 anos. A empresa usa tecnologia de ponta com sensores para recolher dados em tempo real como a temperatura, a carga e a vibração, aumentando a eficiência do processo de fabrico e gerando economias para os clientes de milhões de dólares. Graças ao Microsoft Dynamics 365 for Field Service e à sua integração com os sistemas existentes, obtém recomendações instantâneas sobre os parâmetros, velocidades e fluxos, conecta-as com o CRM, trá-las para o call center e fornece feedback imediato aos clientes. Isto permite prever quando mudar, afinar ou encomendar novas ferramentas, gerando a máxima eficiência, minimizando o tempo de inatividade e reinventando todo o processo de

Trate os Field Service como uma linha de negócio

Para que os Field Service sejam vistos como um centro de receitas, precisam de ser tratados como um centro de receitas. Use terminologia e conceitos que qualquer outro centro de receitas usaria. Estabeleça metas em termos de faturação e crescimento.

Otimize o agendamento e automatize tarefas para aumentar a quantidade de intervenções diárias (sem impactar na qualidade), melhorando a produtividade e a rentabilidade.

Aproveite a IoT para fornecer aos técnicos o diagnóstico e a informação que precisam para melhorar a taxa de sucesso à primeira intervenção e reduzir visitas desnecessárias ao local quando é possível resolver à distância.

Com a capacidade de aceder, medir e controlar todos os indicadores de gestão em dashboards intuitivos, é possível tomar decisões fundamentadas e aproveitar as oportunidades para tornar os Field Service num centro de receitas.

fabrico. Ferramentas, máquinas e processos começaram a trabalhar em conjunto, ajudando a fornecer um nível inédito de serviço.

Field Service proativos em vez de reativos

Field Service que usufruem de inteligência integrada resolvem problemas antes que impactem o negócio do cliente, são mais rentáveis e proporcionam uma experiência no terreno sem precedentes. Resumindo, com uma solução tecnológica consegue:

• Melhorar a experiência de serviço e agir proativamente para que um técnico seja enviado ao local apenas quando é necessário e munido de tudo o que precisa para uma intervenção bem-sucedida.

• Disponibilizar aos clientes uma aplicação self-service em que têm visibilidade de todas as intervenções e atualizações relativas ao serviço e equipamentos.

• Automatizar e melhorar o agendamento para atribuir o técnico certo na altura certa e obter o máximo valor dos recursos.

• Promover a inovação, personalização e integração com outras aplicações e serviços já existentes.

• Capacitar a equipa com uma visão de 360 graus dos clientes para acelerar resolução, ganhar a confiança do cliente, e aproveitar oportunidades de cross-sell e upsell.

Explorar o futuro, hoje

A melhoria dos processos é uma prioridade contínua e há que estar atento às novas tendências tecnológicas, como é o caso da realidade aumentada. **A IDC prevê que um quarto dos técnicos de Field Service venham a utilizar esta tecnologia.**

A solução Microsoft Dynamics 365 for Field Service já sustenta estas capacidade, emparelhando com a aplicação de realidade mista de Assistência Remota do Dynamics 365 for Customer Engagement. Com chamadas de vídeo em modo mãos livres nos óculos Microsoft HoloLens, os técnicos serão capazes de colaborar com especialistas remotos num computador ou dispositivo móvel para resolver problemas no contexto, sem custos de deslocação nem tempo perdido.

Uma solução de Field Service com a componente móvel e os add-ons tecnológicos do futuro permite otimizar e automatizar todo o ciclo de vida dos serviços de assistência e manutenção, com ganhos claros para todos os envolvidos. Isto ao mesmo tempo que garante a segurança da informação e elimina a complexidade de operar a infraestrutura graças ao alojamento na cloud – com as vantagens inerentes de acesso em qualquer altura e lugar, baixo investimento, flexibilidade, escalabilidade e atualizações automáticas.

Para ter uma solução destas na sua empresa como base para Field Service de excelência e rentáveis, partilhe connosco os seus desafios particulares e deixe que lhe apresentemos os nossos trunfos.
Agende uma conversa e/ou uma demonstração através do email mymarketing@mypartner.pt

myPartner
Consultoria Informática, S.A.

geral@mypartner.pt
www.mypartner.pt

Porto

Tv. Helena Vieira da Silva,
N.º 259 – 1.6
4450-573 Leça da Palmeira

Tel.: +351 22 998 23 10

Lisboa

Edifício Infante
Av. D. João II Nº35, 13º D
1990-083 Lisboa

Tel.: +351 21 423 98 00

Cofinanciado por:
COMPETE 2020
PORTUGAL 2020
UNIÃO EUROPEIA
Fundo de Coesão