

ecossistema
ânima

MOVIMENTO

OMNI
CHANNEL



MENOS SISTEMAS,
MAIS INTEGRAÇÃO:

A EXCELÊNCIA
DO NOSSO
ATENDIMENTO.

O que é Omnichannel?



Omnichannel é uma estratégia de negócio que **integra todos os canais de comunicação e venda** de uma empresa que, em nosso caso, visa proporcionar uma **experiência consistente e fluida** aos **estudantes e candidatos(as)**.

O que é o projeto?

Com a entrada do Omnichannel acontecerá a **simplificação da operação**, reduzindo a quantidade de sistemas de atendimento e revisão dos fluxos.

As Is 10 sistemas



- 60%

To Be 4 sistemas

Atendimento



Spirit/
SIGA_DL



Nosso principal objetivo



Garantir uma experiência contínua e unificada, com **integração das informações e maior interação** em todos os canais de atendimento (Atração, Permanência e Atende+).

Quais dores estamos superando?

- Integração de dados.
- Aluno com acionamento do mesmo assunto em mais de um canal de atendimento.
- Diversos canais de atendimento em diversas plataformas.
- Alunos com rechamadas.
- Separação de atendentes para atender em diversas plataformas.

Benefícios

Visão das Equipes

Maior eficiência operacional.

Integração de canais de atendimentos.

Melhoria na qualidade e consistência do atendimento.

Análise de desempenho e tomada de decisões.

Capacitação e desenvolvimento de equipes.

Padronização dos processos

Benefícios

Visão do Estudante e do Candidato

Melhoria na experiência do estudante e candidato.

Acesso rápido e unificado a informações.

Maior agilidade no atendimento e respostas.

Experiência contínua e sem interrupções, independentemente do canal utilizado.

Atendimento personalizado.

Acesso multicanal integrado.

Estratégia Inicial de Implantação

1

Iniciar as migrações focando as **Instituições de Ensino** do **Grupo BR1**.

34,4%

do total de agentes

26,8%

do número de alunos

BR1 (CORE e Inspirali)

58,1%

do total de agentes

30,8%

do número de alunos

BR2 (CORE e Inspirali) +
EBRADI e HSMU

2

Efetuar as migrações das **Instituições de Ensino** do **Grupo BR2 + EBRADI e HSMU**.

4

Efetuar as migrações das **Verticais (Atração)** e demais células.

2,8%

do total de agentes

Verticais (Atração)

4,7%

do total de agentes

42,4%

do número de alunos

EAD

3

Efetuar as migrações das **Instituições de Ensino** do **EAD**.

Nova estratégia de implantação

1



34,4%

do total de agentes

26,8%

do número de alunos

BR1 (CORE e Inspirali)

**Instituições de Ensino
do Grupo BR1.**

2

62,8%

do total de agentes

73,2%

do número de alunos

BR2 (CORE e Inspirali) +
EAD

**Instituições de Ensino
do Grupo BR2 + EAD**

3

2,8%

do total de agentes

Verticais (Atração)

**Verticais (Atração) e demais células +
Milton Campos + EBRADI e HSMU.**

O que buscamos?

Oferecer treinamentos práticos e contínuos.

Priorizar uma interface amigável e intuitiva.

Criar canais de suporte rápido e de fácil acesso.

Monitorar e melhorar continuamente a integração entre canais.

Manter uma comunicação aberta e transparente sobre atualizações e mudanças.

Estratégia de implantação por marcas

1ª fase

Presencial, Semipresencial e Inspirali:

UniSul
UniSociesc
IBMR
UniCuritiba
UniBH
Faseh
UniRitter
FADERGS



2ª fase

Presencial, Semipresencial e Inspirali + EAD

Anhembi Morumbi*
São Judas*
Una
Ages
UniFG (BA)
UNIFG (PE)
UNIFACS
UnP
FPB

Instituições do com Ensino a Distância (EAD) – Marcas migradas – BR1

FADERGS
IBMR
UniCuritiba
UniRitter
UniSociesc
UniSul

3ª fase

Verticais | Específico para a área de Atração:

HSM
Instituto Ânima
Le Cordon Bleu
SingularityU Brazil
Learning Village
One Learning
EBRADI
HSMU
Milton Campos



Áreas impactadas pelo projeto:

Permanência

Retenção

**Atende +
Digital**

**Atendimento
Rematrícula
(inclui Medicina)**

Espaço Atende +

**Atende +
Especializado**

**NSA
(inclui Medicina)**

**CRA
Medicina**

**CAA
Medicina**

Atração

**Contact Center
(inclui Medicina)**

**CAC
(presencial e digital)
(inclui Medicina)**

Célula Medicina

Célula de Ativação

Atração Lato Sensu

**Educação
Continuada**

Polos Parceiros

**Comercial das
Verticais**

Treinamento e Público-alvo

Operação, Multiplicadores, Qualidade e processos

- Visão geral da interface do usuário;
- Demonstração do atendimento por canais; chat, voz, vídeo, e-mail
- Transferências entre filas;
- Utilização de templates de respostas rápidas;
- Encerramento e tabulação do atendimento.

Coordenadores, Supervisores, Control Desk, Multiplicadores, Qualidade e processos

- Visão geral do CXone para supervisores;
- Monitoramento em tempo real;
- Gestão das filas de atendimento
- Como alterar skill;
- Gestão de Relatórios e KPIs.
- Disparos ativos HSM

Administração da Plataforma

- Configuração de perfis, permissões e regras de atendimento;
- Administração de usuários e permissões;
- Criação e gestão de filas de atendimento;
- Configuração de roteamento de chamadas;
- Customização de relatórios e dashboard;
- Criação e monitoramento de campanhas (mensagem e voz);
- Disparos ativos HSM

Capacitação

Treinamentos



FAQ | Perguntas Frequentes

Quando acontecerá a implantação do Omnichannel?

A implantação do Omnichannel iniciará no dia 25 de novembro de 2024 e iniciará na Unisul.

Todos os usuários receberão treinamentos?

Será elaborado um plano de treinamento estruturado e personalizado de acordo com perfil necessário, que será realizado conforme planejamento dos treinamentos. Os multiplicadores de conhecimento dentro das equipes, que podem atuar como pontos de apoio e referência.

Haverá tutoriais e manuais?

Teremos uma cartilha com as principais funcionalidades do Omnichannel, que será bem intuitivo que servirá como um guia prático do sistema.

Qual o Canal de Suporte para dúvidas e resolução de problemas?

O suporte estará disponível por meio do Service Desk Ânima no N°:

0800-771-7542

Também teremos equipes multidisciplinares presenciais durante a fase de implantação para acompanhamento, esclarecimentos de dúvidas e agilidade nas resoluções de problemas identificados.

DE MÃOS
DADAS
2º COM NOSSO
Princípio



The background is a deep purple with a fine grid of lighter purple dots. A large, dark purple circle is centered on the page. Overlapping this circle is a lighter purple, irregular shape that resembles a stylized leaf or a drop. In the center of this lighter shape is a white, cloud-like bubble with a soft, wavy border. Inside this bubble, the text "ecosistema" and "ănimă" are written in a dark purple, sans-serif font, stacked vertically. In the top right corner, there are three small white stars and a white geometric shape resembling a corner bracket. In the bottom right corner, there are three horizontal white bars of varying lengths. In the bottom left corner, there are two small white stars.

ecosistema
ănimă