

ecossistema  
ânima

MOVIMENTO  
**OMNI  
CHANNEL**



MENOS SISTEMAS,  
MAIS INTEGRAÇÃO:  
A EXCELÊNCIA  
DO NOSO  
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



Úlife

- 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**.

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 Ánima 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 features a dark purple gradient with three overlapping circles in pink, blue, and yellow. A yellow circle containing a stylized atomic symbol with a person icon is positioned in the center. Abstract white lines and dots form a circular pattern to the left, and a wavy line to the right.



ecossistema  
 änima

