

# Ferramentas para o Sucesso do Cliente: Uma Análise Comparativa de Soluções para a Retenção e Satisfação do Cliente

Karen Camilly Dourado Correia, Maria Rita Bittencourt, Mariângela Catelani Souza  
(orientadora)

e-mail: [karen.correia01@fatec.sp.gov.br](mailto:karen.correia01@fatec.sp.gov.br); [maria.bittencourt01@fatec.sp.gov.br](mailto:maria.bittencourt01@fatec.sp.gov.br);  
[mariangela.souza@fatec.sp.gov.br](mailto:mariangela.souza@fatec.sp.gov.br)

Faculdade de Tecnologia de São José do Rio Preto

**Resumo:** Este trabalho analisa quatro plataformas líderes no mercado de sucesso do cliente: Salesforce, Microsoft Dynamics 365, Oracle CX Customer Success e Pegasystems Customer Service. O objetivo é identificar como essas ferramentas impactam a retenção e satisfação dos clientes, avaliando suas funcionalidades e métricas, como Net Promoter Score (NPS), Índice de Satisfação do Cliente (CSAT), Taxa de Churn, Customer Lifetime Value (CLV) e Tempo de Resolução. A metodologia utilizada combina pesquisa bibliográfica, com base no relatório *Magic Quadrant for CRM Customer Engagement Center* da Gartner, e pesquisa de levantamento, explorando dados disponíveis nos sites das desenvolvedoras. Os resultados evidenciam que cada plataforma possui pontos fortes específicos, como automação, personalização e integração multicanal, oferecendo soluções que atendem diferentes demandas organizacionais. Este estudo contribui para a compreensão das principais ferramentas de sucesso do cliente, fornecendo insights para a escolha da solução mais adequada às necessidades das empresas.

**Palavras-chave:** sucesso do cliente; retenção; satisfação; plataformas; análise comparativa.

*Abstract: This study analyzes four leading platforms in the customer success market: Salesforce, Microsoft Dynamics 365, Oracle CX Customer Success, and Pegasystems Customer Service. The objective is to identify how these tools impact customer retention and satisfaction, evaluating their functionalities and metrics such as Net Promoter Score (NPS), Customer Satisfaction Score (CSAT), Churn Rate, Customer Lifetime Value (CLV), and Resolution Time. The methodology combines bibliographic research, based on Gartner's Magic Quadrant for CRM Customer Engagement Center report, and a survey of data available on the developers' official websites. The results highlight that each platform has specific strengths, such as automation, personalization, and multichannel integration, offering solutions tailored to different organizational demands. This study contributes to understanding the key customer success tools, providing insights for choosing the solution best suited to business needs.*

*Keywords: customer success; retention; satisfaction; platforms; comparative analysis.*

## 1. INTRODUÇÃO

O sucesso do cliente, uma abordagem focada em garantir que os clientes obtenham os resultados desejados ao utilizar os produtos ou serviços de uma empresa, tornou-se uma peça-chave no cenário competitivo atual. A evolução das expectativas dos consumidores e o aumento da concorrência impulsionaram as empresas a investir em ferramentas que permitem monitorar e melhorar a experiência do cliente em todas as etapas de sua jornada. Neste contexto, o presente artigo busca analisar as principais ferramentas utilizadas para promover o sucesso do cliente, destacando suas funcionalidades e benefícios para as empresas.

A necessidade deste trabalho está fundamentada no crescente interesse por soluções que auxiliem na retenção e fidelização de clientes, elementos essenciais para o crescimento sustentável de uma empresa. A análise comparativa entre diferentes ferramentas permitirá identificar aquelas mais adequadas para diferentes tipos de negócios, oferecendo às empresas uma base sólida para a tomada de decisão.

A realização é justificada pela crescente relevância do sucesso do cliente como um diferencial competitivo no mercado. Muitas empresas enfrentam desafios na escolha das ferramentas mais adequadas para garantir a satisfação e fidelização de seus clientes. Este estudo busca preencher essa lacuna, oferecendo uma análise criteriosa que possa auxiliar gestores a escolherem as melhores soluções para suas necessidades específicas.

O objetivo deste trabalho é analisar e comparar as principais plataformas de sucesso do cliente – Salesforce, Microsoft Dynamics 365, Oracle CX Customer Success e Pegasystems Customer Service – destacando como suas funcionalidades e métricas impactam a retenção e satisfação dos clientes. Busca-se compreender as particularidades de cada solução em termos de automação, personalização e integração, avaliando também sua usabilidade e custo-benefício. Ao final, espera-se oferecer uma visão prática e fundamentada para auxiliar empresas na escolha da ferramenta mais adequada às suas necessidades e estratégias de relacionamento com o cliente.

## **2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

### **2.1. CRM (Customer Relationship Management)**

O Customer Relationship Management (CRM) é uma abordagem estratégica que visa gerenciar e analisar as interações e dados dos clientes ao longo de seu ciclo de vida. O objetivo do CRM é melhorar o relacionamento com os clientes, auxiliando na retenção de clientes e impulsionando o crescimento das vendas. A tecnologia do CRM permite que as empresas possam gerenciar o relacionamento com os clientes de forma mais eficaz, coletando e analisando informações sobre os clientes para personalizar a comunicação e os serviços prestados (KOTLER; ARMSTRONG, 2012).

A implementação do CRM envolve a utilização de software especializado que integra e organiza informações de clientes em uma única plataforma, facilitando o acesso e análise desses dados. Pode incluir funcionalidades como automação de marketing, gerenciamento de vendas, atendimento ao cliente e análises de dados. As ferramentas de CRM ajudam as empresas a acompanhar as interações com os clientes, identificar oportunidades de vendas, melhorar a eficiência do serviço ao cliente e criar campanhas de marketing mais direcionadas.

A importância do CRM reside na sua capacidade de fornecer uma visão holística do cliente, permitindo às empresas não apenas responder às necessidades dos clientes de forma mais eficaz, mas também antecipar e superar suas expectativas. Isso resulta em maior satisfação do cliente, fidelização e, conseqüentemente, um aumento na lucratividade da empresa (PEPPERS; ROGERS, 2011).

### **2.2. Sucesso do Cliente**

#### **2.2.1. Conceito de Sucesso do Cliente**

*Customer Success*, ou Sucesso do Cliente, é uma abordagem centrada no cliente que busca assegurar que ele atinja os resultados desejados ao utilizar os produtos ou serviços de uma empresa. Mais do que uma extensão do atendimento ao cliente, esse conceito adota uma postura proativa, garantindo o sucesso contínuo e a valorização da experiência do cliente ao longo de sua jornada. De acordo com Peppers e Rogers (2011), o sucesso do cliente exige um acompanhamento detalhado e uma gestão ativa da experiência, promovendo uma relação que transcende a venda inicial e visa a retenção e lealdade a longo prazo.

### 2.2.2. Importância do Customer Success na Estratégia Empresarial

Em um mercado cada vez mais competitivo, o sucesso do cliente tornou-se uma peça central para as empresas que buscam não apenas reter clientes, mas também transformar essa retenção em crescimento sustentável. A experiência e o sucesso do cliente estão diretamente relacionados ao valor percebido pelo cliente em cada interação com a empresa, influenciando taxas de retenção, expansão de receita e recomendação de marca. Empresas que adotam uma estratégia de Customer Success conseguem detectar e resolver possíveis insatisfações antes que se tornem problemas críticos, fortalecendo o relacionamento e a confiança do cliente.

### 2.2.3. Plataformas para o Sucesso do Cliente

Para gerenciar e monitorar a experiência do cliente de forma eficaz, muitas empresas utilizam plataformas de Sucesso do Cliente. Essas plataformas oferecem um conjunto integrado de ferramentas para análise de dados, monitoramento de métricas e automação de processos. Segundo o relatório *Magic Quadrant for the CRM Customer Engagement Center* (GARTNER, 2023), esse segmento é o maior dentro do mercado de tecnologia de atendimento ao cliente. O documento, publicado em 1º de novembro de 2023, avalia doze fornecedores e destaca plataformas como Salesforce, Microsoft, Oracle e Pega, ressaltando suas características que atendem a demandas específicas de diferentes tipos de negócios.



- **Salesforce:** líder em soluções de Sucesso do Cliente, é reconhecida pelo "Salesforce Service Cloud" e "Customer 360", que oferecem uma visão unificada do cliente, permitindo que empresas acompanhem a jornada

completa de seus clientes, personalizando interações e antecipando necessidades.

- **Microsoft Dynamics 365:** se destaca pela integração com a suíte de ferramentas Microsoft e por suas funcionalidades de análise preditiva, que auxiliam na criação de experiências personalizadas para cada cliente, possibilitando que empresas façam uso de inteligência artificial e big data para identificar padrões e tendências, oferecendo um atendimento proativo e orientado aos resultados.
- **Oracle CX Cloud:** uma plataforma que engloba soluções voltadas para o relacionamento e sucesso do cliente, utilizando automação e inteligência de dados, permite um gerenciamento holístico da experiência do cliente, com ferramentas que facilitam a personalização de interações e a análise de dados em tempo real.
- **Pega Customer Decision Hub:** é conhecida pela sua capacidade de automação e tomada de decisão em tempo real, as empresas conseguem antecipar as necessidades dos clientes e responder com recomendações personalizadas.

#### 2.2.4. Métricas de Sucesso do Cliente

A avaliação do sucesso do cliente exige a utilização de métricas específicas que permitem medir a eficácia das ferramentas de retenção e satisfação. Para esse trabalho, foram selecionadas cinco métricas das 21 citadas na pesquisa da [Zendesk \(2023\)](#) que melhor analisam o desempenho das plataformas de Sucesso do Cliente no que se refere à experiência do usuário e à retenção. Essas métricas são essenciais para a comparação das soluções Salesforce, Microsoft Dynamics 365, Oracle CX Cloud e Pega Customer Decision Hub, com o objetivo de identificar quais ferramentas incorporam essas medições e qual o diferencial de cada plataforma.

- **Tempo Médio de Resolução (Average Resolution Time):** Mede o tempo necessário para resolver um ticket de suporte desde sua criação até a conclusão. Ferramentas que monitoram essa métrica demonstram capacidade de aprimorar a eficiência operacional e a agilidade no atendimento, diferenciando-se pela automação e gestão otimizada de tickets.
- **Índice de Satisfação do Cliente (Customer Satisfaction Score - CSAT):** Avalia o grau de satisfação dos clientes com os produtos, serviços e a experiência geral. As plataformas que oferecem funcionalidades para aplicar pesquisas de satisfação ou monitorar interações em redes sociais destacam-se por promover um relacionamento mais próximo e proativo.
- **Net Promoter Score (NPS):** Um indicador que mede a probabilidade de recomendação de uma empresa, calculado por meio de uma pergunta simples. As ferramentas que automatizam a coleta e análise dessa métrica possibilitam uma visão mais precisa da lealdade do cliente, diferenciando-se pela integração com estratégias de fidelização.
- **Taxa de Churn (Customer Churn):** Mede a porcentagem de clientes perdidos em um período, sendo essencial para avaliar estratégias de retenção. Ferramentas que integram algoritmos preditivos para identificar riscos de churn destacam-se como soluções mais eficazes e proativas.

- **Taxa de Retenção de Clientes (Customer Retention Rate):** Calcula a proporção de clientes mantidos em um período específico. As plataformas que oferecem uma análise detalhada dessa métrica, combinada com insights como valor vitalício do cliente (CLV), demonstram maior robustez na avaliação de estratégias de retenção.

Essas métricas serão analisadas para verificar como cada plataforma aplica essas medições e como suas funcionalidades impactam na experiência do cliente e nas estratégias de sucesso e retenção.

### 3. METODOLOGIA

A metodologia de pesquisa adotada neste trabalho de graduação segue uma abordagem descritiva e qualitativa, com o objetivo de explorar e analisar as ferramentas de Sucesso do Cliente das plataformas Salesforce, Microsoft, Oracle e Pega. A pesquisa será conduzida por meio de dois procedimentos principais: a pesquisa bibliográfica e a pesquisa de levantamento de natureza básica.

A pesquisa bibliográfica será essencial para embasar teoricamente o estudo, utilizando artigos acadêmicos, fontes especializadas e relatórios da Gartner. O relatório *Magic Quadrant for CRM Customer Engagement Center*, da Gartner, publicado em 1º de novembro de 2023, será uma referência crucial para entender o posicionamento das plataformas Salesforce, Microsoft, Oracle e Pega. Este relatório avalia o mercado de soluções de atendimento ao cliente e destaca as plataformas que melhor atendem às necessidades dos negócios no que tange ao suporte ao cliente e experiência do usuário. A pesquisa bibliográfica permitirá a análise dos critérios de avaliação e diferenciação entre as plataformas, fornecendo uma base sólida para a comparação das ferramentas de Sucesso do Cliente.

A pesquisa de levantamento será realizada diretamente nos sites das desenvolvedoras das soluções Salesforce, Microsoft, Oracle e Pega. A coleta de dados envolverá a análise das informações disponíveis nessas plataformas, como estudos de caso, descrições de funcionalidades e a implementação das métricas de Sucesso do Cliente, incluindo Net Promoter Score (NPS), Customer Satisfaction Score (CSAT), Customer Churn Rate, Customer Lifetime Value (CLV) e Tempo de Resolução. Através dessa pesquisa prática, será possível identificar como as plataformas aplicam essas métricas e quais os diferenciais oferecidos por cada uma em termos de funcionalidade e usabilidade. Ao final, será elaborado um quadro comparativo que sintetiza as informações coletadas, destacando as principais diferenças e semelhanças entre as plataformas, com foco nas métricas de sucesso do cliente.

### 4. DESENVOLVIMENTO

#### 4.1. Salesforce

A Salesforce foi fundada em 1999 por Marc Benioff com o objetivo de inovar a gestão de relacionamento com o cliente (CRM) por meio de soluções baseadas em nuvem. A partir dessa visão, a empresa desenvolveu o Customer 360, uma plataforma projetada para fornecer uma visão unificada do cliente, integrando dados de diversos departamentos, como vendas, marketing e atendimento ao cliente. Essa integração permite que as empresas interajam de forma mais eficiente com seus clientes,

personalizando a experiência de acordo com as necessidades e preferências de cada um (SALESFORCE, 2023; MANDAL, 2021).

Além da unificação dos dados, a Salesforce investiu no desenvolvimento de soluções de inteligência artificial, como o Salesforce Einstein, que utiliza algoritmos para fornecer insights em tempo real sobre os clientes. Essas ferramentas auxiliam as empresas na automação de processos e na previsão de comportamentos, permitindo um atendimento mais ágil e eficiente. A Salesforce Service Cloud é outro componente crucial da plataforma, voltada para a melhoria do atendimento ao cliente, proporcionando uma gestão mais rápida e eficaz das demandas dos consumidores (SALESFORCE, 2023; DILLON, 2022). Empresas de renome, como Toyota, American Express e Adidas, utilizam o Customer 360 para aprimorar a gestão de seus relacionamentos com clientes e otimizar suas operações. Além disso, a Salesforce oferece a plataforma de aprendizado Trailhead, que capacita os usuários a maximizar o potencial das soluções da empresa, e o evento Dreamforce, onde profissionais compartilham experiências e atualizações sobre o uso da plataforma (SALESFORCE, 2023; MANDAL, 2021).

A empresa oferece o Customer 360, uma plataforma reconhecida por sua capacidade de integrar dados de clientes de diversos canais, proporcionando uma visão unificada que melhora a tomada de decisão e a experiência do cliente. Dentro de suas funcionalidades, o *Service Cloud* se destaca como o principal componente, oferecendo suporte multicanal que inclui voz, chat, redes sociais e e-mail. A utilização de inteligência artificial através do Einstein AI permite análises preditivas, automação de tarefas e personalização de interações. Outra característica importante é a capacidade de integrar sistemas corporativos complexos por meio do MuleSoft, facilitando a orquestração de processos com sistemas como ERP e HCM. Adicionalmente, a Salesforce apresenta soluções específicas para indústrias, como as chamadas *industry clouds*, projetadas para atender necessidades de setores como varejo, saúde e finanças. No entanto, a plataforma pode apresentar desafios relacionados à complexidade de suas integrações e altos custos de certificação e operação. Mesmo assim, a estratégia de inovação contínua e a ampla presença global fazem do Customer 360 uma solução sólida para organizações de diversos portes.

O software possui uma estrutura de preços escalonada, permitindo a personalização de planos conforme o porte e as necessidades das empresas. O custo dos planos básicos da solução Service Cloud, por exemplo, inicia-se em aproximadamente 25 dólares por usuário/mês, podendo alcançar 300 dólares por usuário/mês em versões mais robustas, que incluem ferramentas avançadas de inteligência artificial e integração com outras soluções Salesforce. Embora o custo inicial seja elevado em comparação a outros concorrentes, o retorno sobre o investimento pode ser significativo, principalmente para empresas que desejam alavancar automações, inteligência preditiva e personalização avançada no relacionamento com clientes. A acessibilidade da Salesforce é ampliada por sua infraestrutura totalmente baseada em nuvem e pela flexibilidade de suas licenças, que podem ser ajustadas de acordo com a evolução das demandas do negócio. No entanto, algumas desvantagens foram relatadas por usuários, como o custo elevado para certificações e treinamentos de administradores e desenvolvedores, que são essenciais para aproveitar plenamente as funcionalidades da plataforma. Além disso, o uso de ferramentas complementares, como MuleSoft para integrações avançadas, pode aumentar significativamente o custo total de propriedade.

A plataforma Salesforce Service Cloud, destaca-se por sua interface intuitiva e fácil de navegar, projetada para atender às necessidades de usuários com diferentes níveis de habilidade técnica. De acordo com o *Magic Quadrant for CRM Customer Engagement Center* (Gartner, 2023), a interface da Salesforce é amplamente elogiada por sua

integração entre componentes e pela capacidade de personalização, que permite configurar painéis e funcionalidades para atender a demandas específicas de diferentes setores e equipes.

A interface inclui ferramentas como fluxos de trabalho baseados em drag-and-drop (arrastar e soltar), dashboards interativos e relatórios em tempo real, promovendo uma experiência fluida e eficiente. Além disso, o design responsivo da plataforma, otimizado para dispositivos móveis e desktops, aumenta a acessibilidade e permite o uso em diversos ambientes operacionais. Segundo a Capterra, a combinação de uma vasta gama de funcionalidades com um design intuitivo torna a Salesforce uma escolha popular entre empresas que buscam usabilidade e alto desempenho em soluções de atendimento ao cliente.

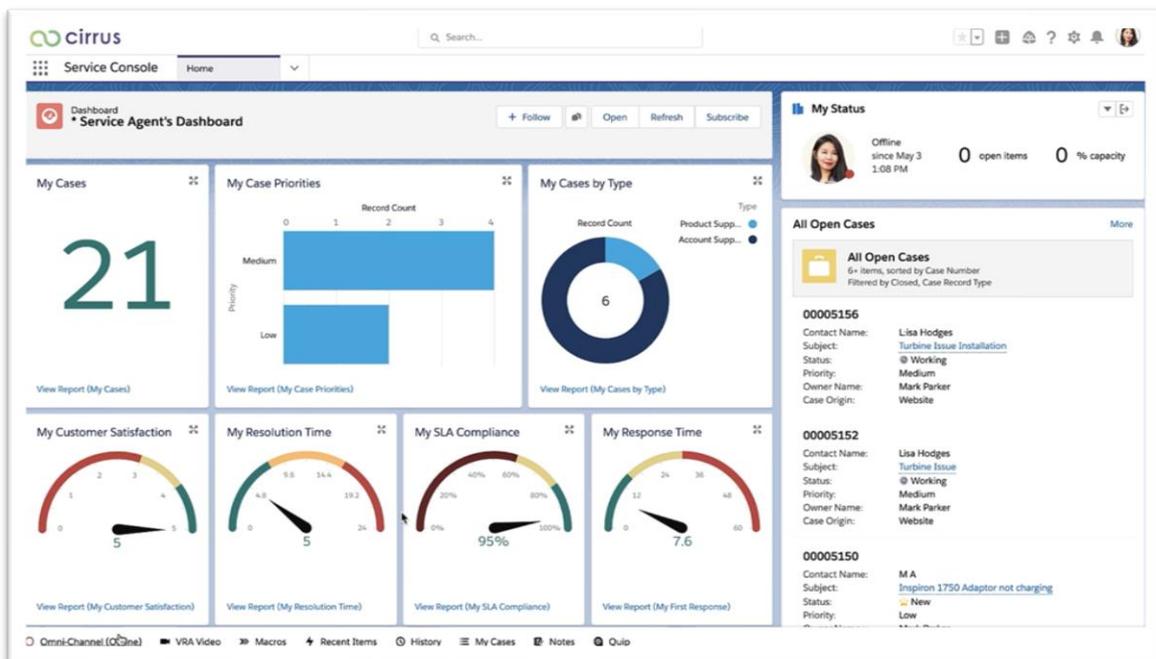


Figura 4.1.1. Dashboard

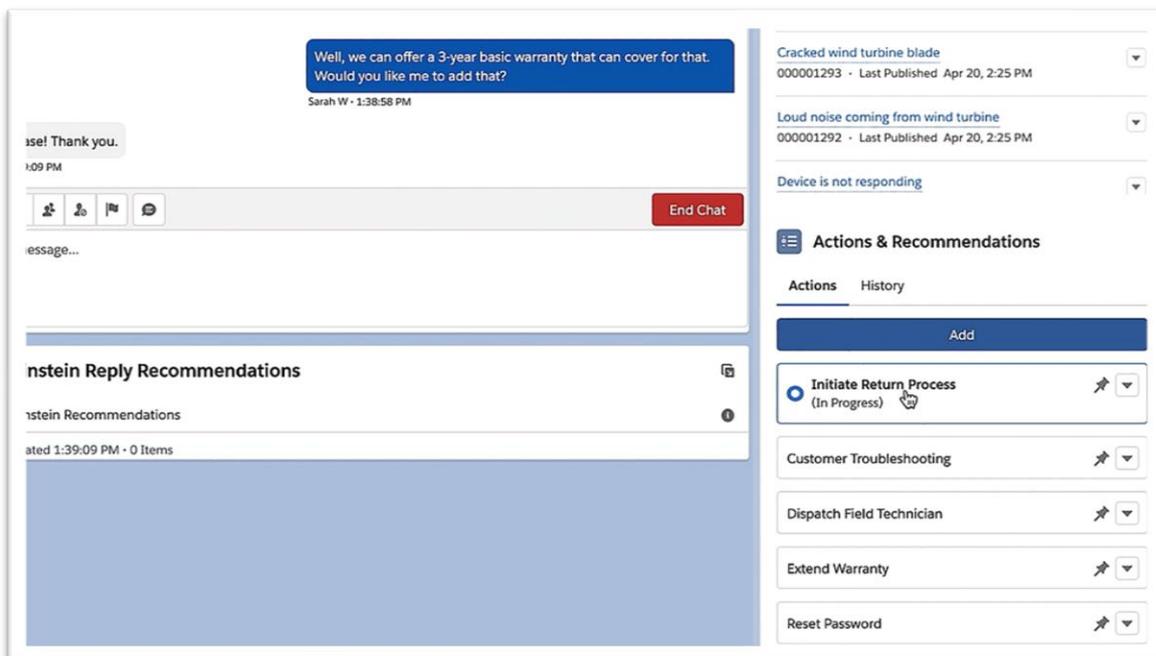


Figura 4.1.2. Tarefas

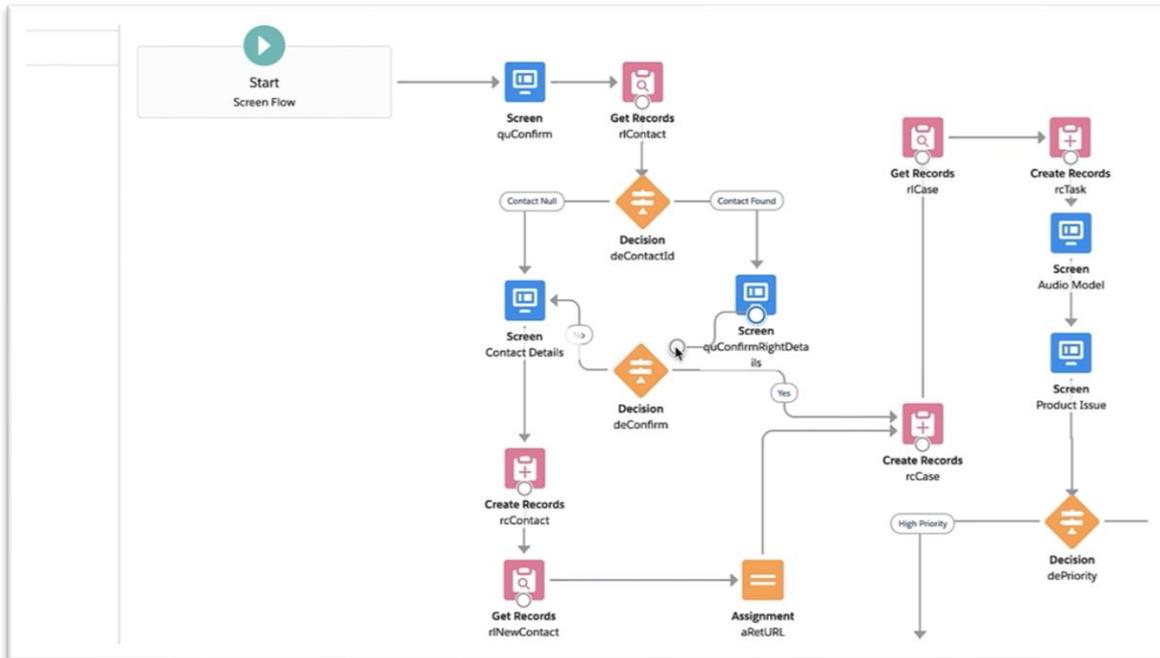


Figura 4.1.3. Fluxo de Trabalho

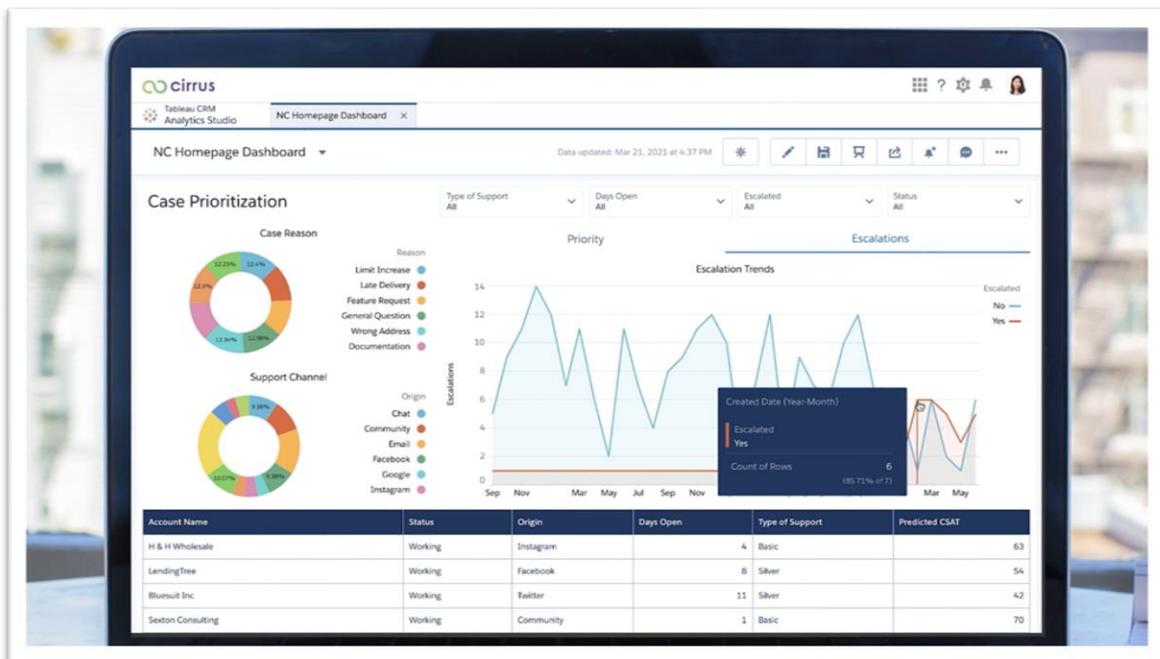


Figura 4.1.4. Relatórios CSAT e NPS

A plataforma tem um impacto significativo na retenção e satisfação dos clientes. De acordo com a Gartner (2023), a plataforma oferece funcionalidades robustas que possibilitam uma experiência personalizada para o cliente, o que facilita a criação de uma jornada de atendimento mais fluida e eficiente. Um dos principais diferenciais da Salesforce é a capacidade de automação inteligente, que integra o uso de inteligência artificial para prever e solucionar problemas antes mesmo que o cliente os perceba. Essa proatividade tem um impacto direto na satisfação do cliente, pois reduz o tempo de resposta e melhora a resolução de problemas, criando uma experiência mais positiva.

A integração de diversos canais de atendimento, incluindo e-mail, chat e redes sociais, dentro de uma única plataforma, também facilita a gestão de interações em tempo real, o que contribui para a retenção de clientes. Segundo a Gartner (2023), a Salesforce permite que as empresas se conectem com os clientes em diversos pontos de contato, garantindo uma abordagem consistente e eficaz. Isso fortalece a lealdade dos clientes, uma vez que a plataforma proporciona uma experiência mais personalizada e contínua, aumentando a confiança dos consumidores na marca.

Além disso, a plataforma conta com ferramentas avançadas de análise de dados e feedback dos clientes, o que permite às empresas monitorar a satisfação e identificar áreas de melhoria continuamente. A adaptação rápida a essas mudanças é crucial para manter uma base de clientes satisfeitos e engajados.

## **4.2. Microsoft**

Lançado em 2016, o Microsoft Dynamics 365 surgiu como uma solução integrada de CRM e ERP, com o objetivo de permitir que empresas de diferentes portes e setores gerenciem de forma eficiente seus relacionamentos com clientes e suas operações internas. A plataforma é composta por uma série de módulos flexíveis que atendem às necessidades de vendas, marketing, atendimento ao cliente e análise de dados. Sua principal proposta é integrar todos os processos em uma única plataforma, oferecendo uma visão 360 graus do cliente e permitindo uma gestão mais ágil e personalizada (MICROSOFT, 2023; FROHLICH, 2022).

O módulo Customer Insights do Dynamics 365 utiliza inteligência artificial para analisar dados de múltiplas fontes e gerar perfis detalhados dos clientes. A partir desses perfis, as empresas podem antecipar necessidades e personalizar ainda mais suas ofertas. A automação de processos também é uma característica importante, permitindo que as organizações melhorem a eficiência nas interações com seus clientes, com menos esforço manual e mais foco no atendimento e inovação (MICROSOFT, 2023; KANE, 2022).

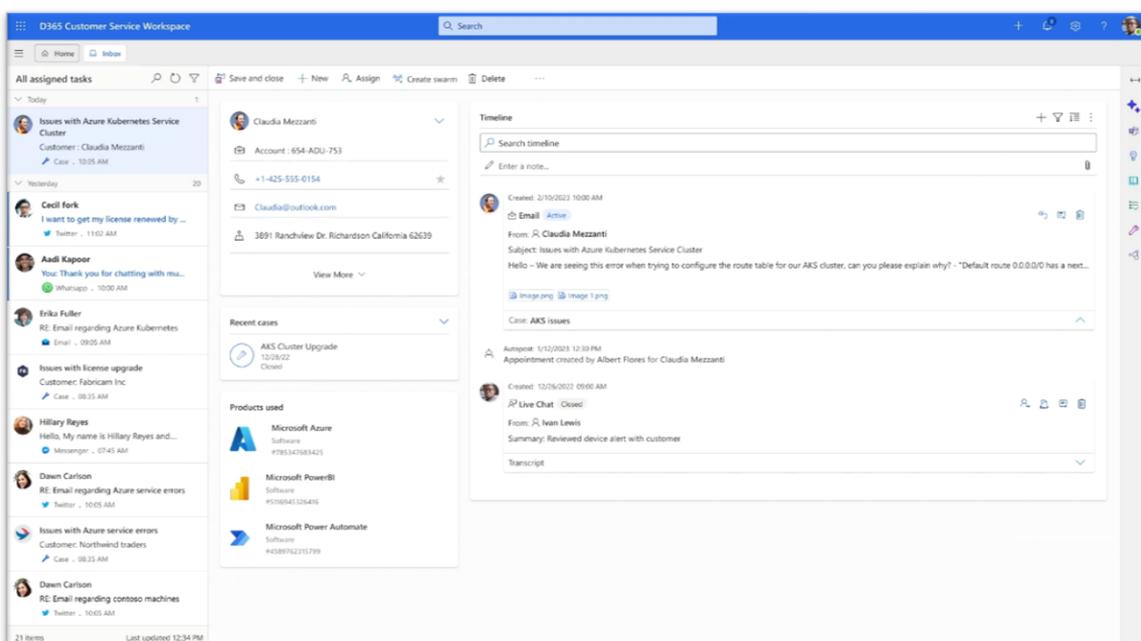
Grandes organizações, como Coca-Cola, HP e Nissan, adotaram o Dynamics 365 para transformar suas operações e fortalecer o relacionamento com seus consumidores. A plataforma é amplamente reconhecida pela sua integração com outras ferramentas da Microsoft, como o Office 365 e o Azure, criando um ambiente robusto e eficiente para gestão empresarial. A Microsoft também investe em treinamentos contínuos para garantir que seus usuários possam explorar todas as funcionalidades da plataforma, potencializando os resultados obtidos com o Dynamics 365 (MICROSOFT, 2023; FROHLICH, 2022).

O software se posiciona como líder no mercado de CRM, oferecendo uma solução robusta com funcionalidades focadas em inteligência artificial generativa e automação. Entre suas principais ferramentas, destaca-se o Copilot AI, que facilita a produtividade dos agentes ao oferecer sugestões em tempo real e otimizar fluxos de trabalho. Além disso, a integração com a plataforma de voz Nuance aprimora o gerenciamento de canais de voz dentro do Dynamics 365, proporcionando uma experiência omnicanal completa. O ecossistema da Microsoft, composto por uma ampla rede de parceiros e presença global em mais de 150 países, reforça sua capacidade de atender organizações de grande porte e alta complexidade. Contudo, algumas limitações foram apontadas, como a complexidade no modelo de licenciamento e a necessidade de módulos adicionais para acessar determinadas funcionalidades. Apesar disso, o Dynamics 365 continua sendo uma escolha estratégica, especialmente para empresas já inseridas no ecossistema de soluções da Microsoft, devido à sua visão de inovação e capacidade de integrar tecnologias avançadas de inteligência artificial.

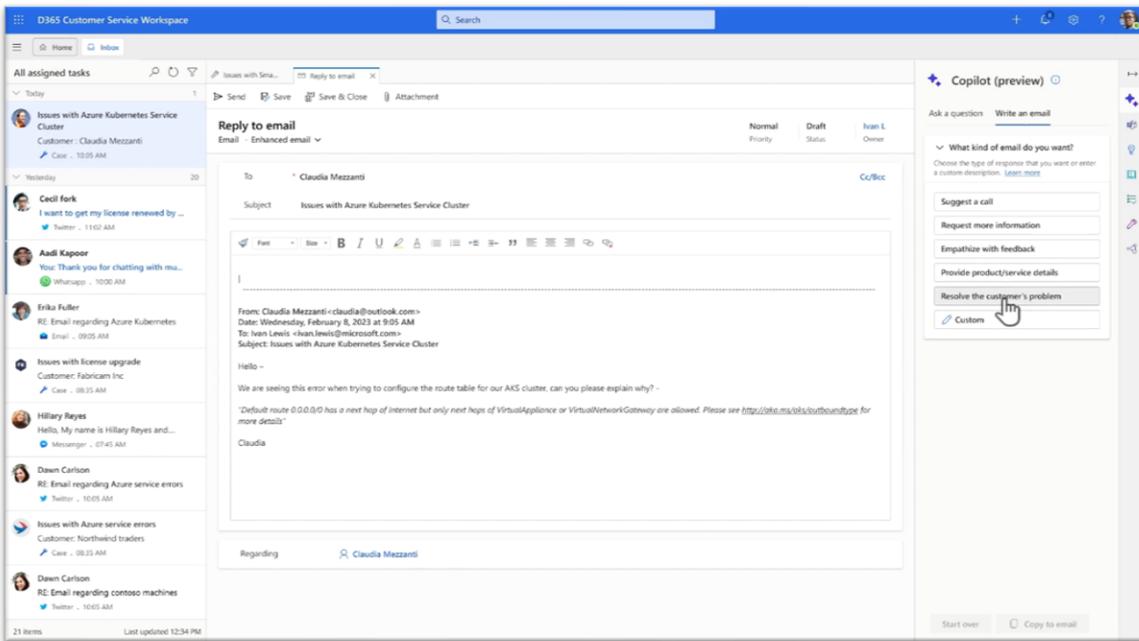
Adota um modelo escalonado de licenciamento, variando entre 50 dólares por usuário/mês para módulos básicos, como o Customer Service Essentials, e até 200 dólares por usuário/mês para versões mais completas, que incluem funcionalidades como automação inteligente, gerenciamento de casos avançados e integração omnichannel. Além disso, a Microsoft oferece a possibilidade de licenças adicionais para módulos específicos, como o Omnichannel Add-in, o que permite uma abordagem modular e flexível. Uma das principais vantagens de custo-benefício do Dynamics 365 está em sua integração nativa com outras ferramentas do ecossistema Microsoft, como o Office 365 e o Azure, que reduz custos adicionais para empresas já inseridas nesse ambiente. Outro aspecto positivo é a escalabilidade da plataforma, sendo possível iniciar com funcionalidades mais básicas e expandir conforme o crescimento do negócio. Por outro lado, alguns desafios incluem a complexidade no gerenciamento de licenças em cenários que exigem múltiplos módulos e a necessidade de suporte técnico adicional em determinados casos, o que pode aumentar os custos operacionais. Mesmo assim, o Dynamics 365 se destaca por sua acessibilidade para empresas de diferentes portes, graças à sua presença global e ao amplo suporte local.

Especificamente no módulo Customer Service, se destaca por sua interface funcional e integrada, projetada para facilitar a navegação e a execução de tarefas complexas de forma eficiente. De acordo com a Gartner (2023), a plataforma foi bem avaliada em termos de sua usabilidade, graças à interface intuitiva que permite aos usuários navegar entre diferentes funcionalidades sem dificuldades. A organização dos menus é clara e as informações são exibidas de maneira lógica, o que otimiza a experiência tanto para novos usuários quanto para equipes com mais experiência.

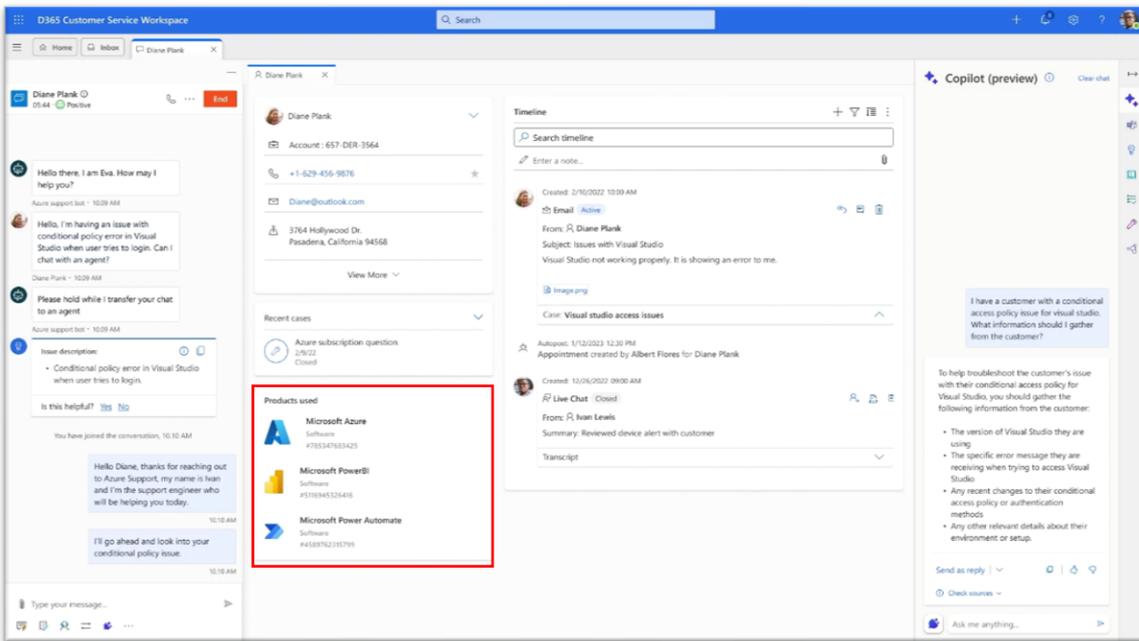
A Microsoft tem investido em uma interface unificada que permite o acesso a diversos canais de atendimento, como chat, voz e e-mail, a partir de um único local. Essa integração de pontos de contato oferece aos usuários uma visão completa das interações com os clientes, permitindo respostas rápidas e precisas. Além disso, a interface do Dynamics 365 é responsiva, o que significa que a plataforma se adapta bem a diferentes dispositivos, como smartphones, tablets e desktops, aumentando a acessibilidade para os usuários, independentemente do dispositivo que estão utilizando. A Gartner (2023) também observa que a plataforma se beneficia de sua integração com outras ferramentas



do ecossistema Microsoft, como o Microsoft Teams e o Office 365, o que facilita o compartilhamento de informações e a colaboração entre as equipes.  
*Figura 4.2.1. Inbox*



*Figura 4.2.2. IA integrada Copilot*



*Figura 4.2.3. Integração de outras ferramentas Microsoft*

Essa integração permite que os usuários acessem dados de outras fontes de forma fluida, sem precisar alternar entre diferentes aplicativos ou interfaces, o que contribui para uma experiência de uso mais eficiente e intuitiva.

Embora a interface seja bem projetada, alguns usuários apontam que a plataforma pode ser um pouco complexa devido à grande quantidade de funcionalidades e configurações avançadas. Entretanto, essa complexidade é geralmente compensada pela flexibilidade que o Dynamics 365 oferece, permitindo uma personalização detalhada para

atender às necessidades específicas de cada organização. Em resumo, a interface do Microsoft Dynamics 365 se caracteriza por ser intuitiva, altamente integrada e responsiva, com recursos que favorecem a colaboração e a eficiência no atendimento ao cliente, embora sua complexidade possa exigir algum tempo de adaptação para equipes que utilizam a plataforma pela primeira vez.

A plataforma demonstra um impacto considerável na retenção e satisfação do cliente, destacando-se pela sua capacidade de oferecer um atendimento eficiente e personalizado. Conforme a Gartner (2023), a plataforma integra ferramentas de inteligência artificial para automatizar processos e responder de forma rápida e precisa às necessidades dos clientes, o que aumenta a satisfação e diminui o tempo de resolução de problemas. Além disso, a plataforma se beneficia de um forte foco em personalização, permitindo que as interações sejam adaptadas ao contexto específico de cada cliente, o que aumenta a probabilidade de sucesso nas interações.

A Microsoft tem investido fortemente em funcionalidades como o chat inteligente e os assistentes virtuais, os quais melhoram a experiência do cliente ao fornecer respostas rápidas e precisas, em tempo real. A integração da plataforma com outras ferramentas de Microsoft, como Teams e Office 365, também oferece um diferencial importante, pois permite um fluxo contínuo de informações entre os departamentos, o que melhora a eficiência do atendimento e fortalece a experiência do cliente. Além disso, a plataforma oferece soluções de análise preditiva, que ajudam as empresas a identificar padrões e antecipar necessidades, contribuindo para a proatividade no atendimento. De acordo com a Gartner (2023), essas capacidades ajudam a melhorar a retenção de clientes ao resolver problemas rapidamente e personalizar a experiência de atendimento, aumentando a lealdade dos clientes e a satisfação geral com o serviço prestado.

### **4.3. Oracle**

A Oracle Corporation, fundada em 1977 por Larry Ellison, Bob Miner e Ed Oates, revolucionou o mercado com sistemas de banco de dados relacionais, um conceito inovador para a época. O Oracle Versão 2, lançado em 1979, foi um dos primeiros a usar SQL, o que rapidamente impulsionou seu crescimento. "A introdução do SQL pela Oracle foi um marco significativo na história dos bancos de dados", afirma Michael Stonebraker, renomado cientista da computação (Stonebraker, 2018).

Na década seguinte, a Oracle diversificou sua oferta, incluindo soluções de ERP e aplicativos de TI corporativos. Em 2010, com a aquisição da Sun Microsystems, a Oracle consolidou sua posição como uma gigante tecnológica. Essa aquisição não apenas ampliou seu portfólio de produtos, mas também fortaleceu sua capacidade de inovação.

Para empoderar seus clientes, a Oracle desenvolveu o Oracle Customer Success Services (CSS). Este serviço foi criado para fornecer uma abordagem personalizada e proativa, garantindo que cada cliente utilize corretamente as soluções Oracle e maximize o valor que elas oferecem. O Customer Success Services combina tecnologias avançadas de inteligência artificial e análise de dados para monitorar continuamente a experiência do usuário, identificar oportunidades de melhoria e prever possíveis riscos de churn. Além disso, a Oracle disponibiliza Customer Success Managers (CSMs), profissionais especializados que ajudam os clientes a alinhar o uso das soluções Oracle aos seus objetivos de negócios.

Clientes globais como Bosch, Special.T (Nestlé) e Radius Bank têm se beneficiado significativamente dos serviços da Oracle. A Bosch integrou dados de fabricação e otimizou a cadeia de suprimentos, resultando em uma produção mais eficiente e redução de custos. A Special.T personalizou a experiência do cliente usando

ferramentas de análise de dados, aumentando a satisfação e a fidelidade dos consumidores. O Radius Bank modernizou sua infraestrutura de TI com soluções em nuvem da Oracle, permitindo maior agilidade e segurança nas operações bancárias.

Além disso, a Oracle criou a Oracle Cloud Customer Connect, uma comunidade online que promove a colaboração e o aprendizado contínuo entre os clientes, refletindo o compromisso da Oracle em fornecer suporte completo. Essa comunidade facilita o compartilhamento de conhecimento e o desenvolvimento de melhores práticas.

O Oracle CX Customer Success é parte integral da suíte Oracle CX, proporcionando uma visão 360° do cliente. A plataforma usa automação e IA para identificar oportunidades de melhoria e sugerir ações proativas para evitar churn. Segundo John Smith, especialista em TI, "a integração de dados e processos em uma plataforma unificada permite às empresas entender melhor o comportamento e as necessidades dos consumidores" (Smith, 2020).

As funcionalidades principais do Oracle CX incluem: Gerenciamento de Relacionamento com o Cliente, onde a plataforma oferece uma visão completa do cliente, possibilitando a criação de estratégias mais precisas desde o onboarding até a retenção; Automação e Inteligência Artificial, que usa IA para prever comportamentos e sugerir ações proativas; e Análise e Relatórios detalhados sobre métricas de sucesso do cliente, permitindo ajustes ágeis baseados em dados concretos.

A integração com outras soluções Oracle, como ERP e CRM, é um dos destaques da plataforma, melhorando a eficiência operacional ao unificar dados e processos. O software se destaca pela integração de dados e processos em uma plataforma unificada, ideal para grandes empresas que já utilizam outros sistemas Oracle. A interface é clara e organizada, com um painel interativo personalizável que facilita a gestão de métricas críticas em diferentes dispositivos.

A experiência de utilizar o Oracle Customer Success Service foi projetada para ser prática, eficiente e acessível, atendendo tanto profissionais técnicos quanto aqueles com menos familiaridade tecnológica. A interface intuitiva oferece uma navegação que permite que informações críticas estejam sempre a poucos cliques de distância. A ferramenta apresenta um painel interativo personalizável, permitindo acompanhar métricas como engajamento, uso de soluções e indicadores de saúde do cliente. A responsividade da ferramenta garante acesso facilitado tanto no computador quanto em dispositivos móveis, tornando a gestão mais ágil e prática.

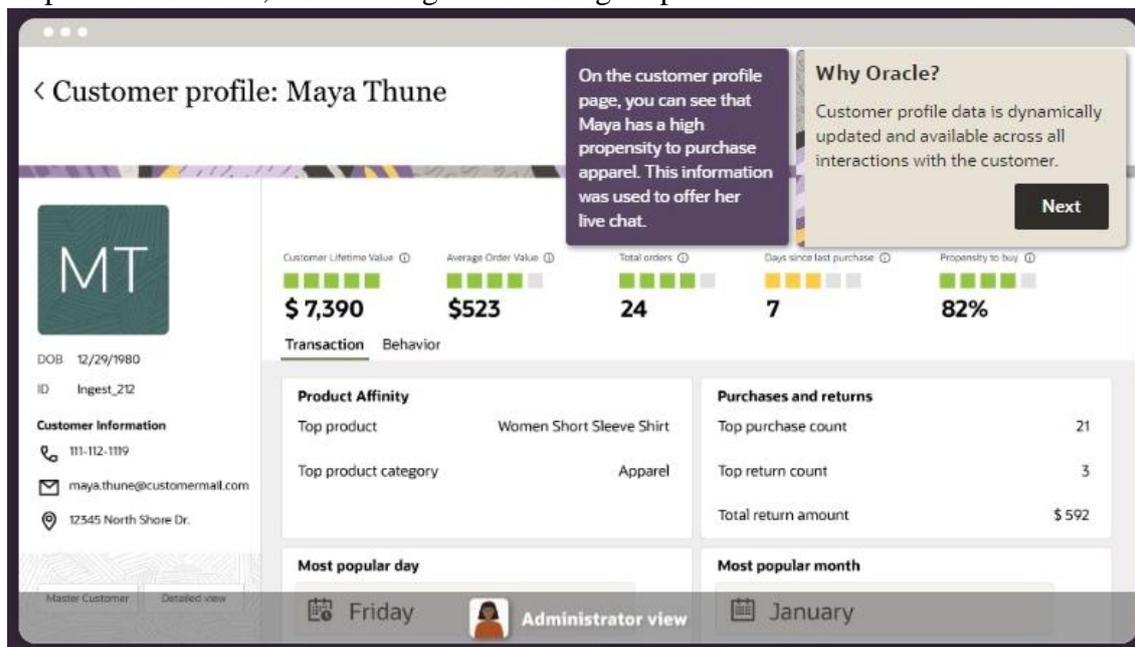


Figura 4.3.1. Dashboard Customer Profile

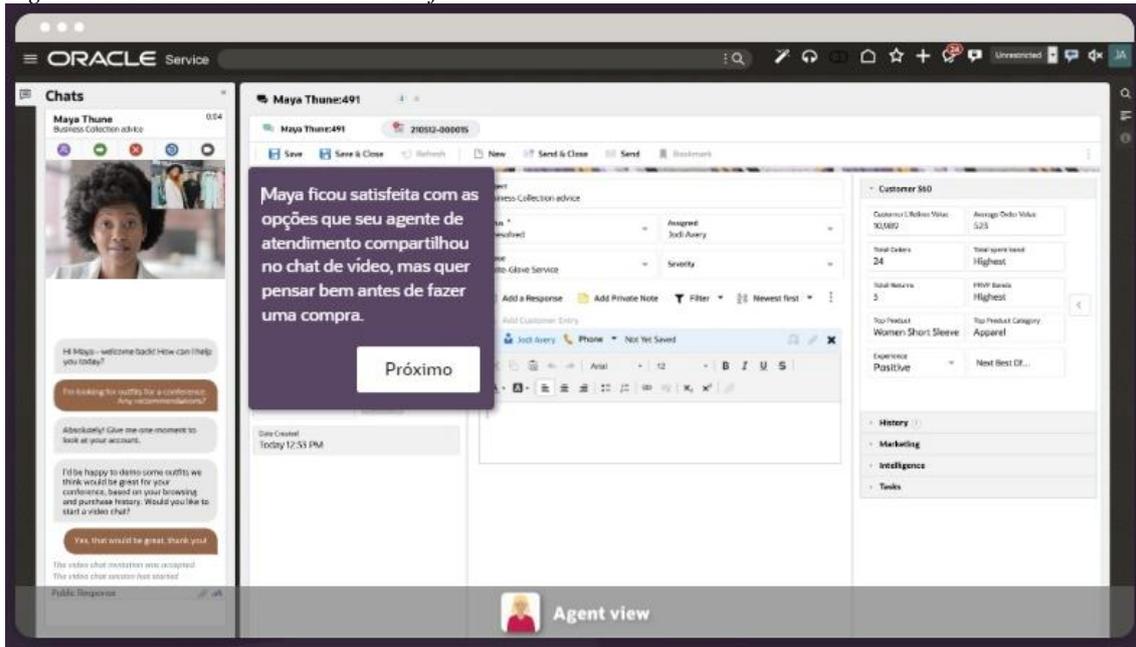


Figura 4.3.2. Chat com cliente

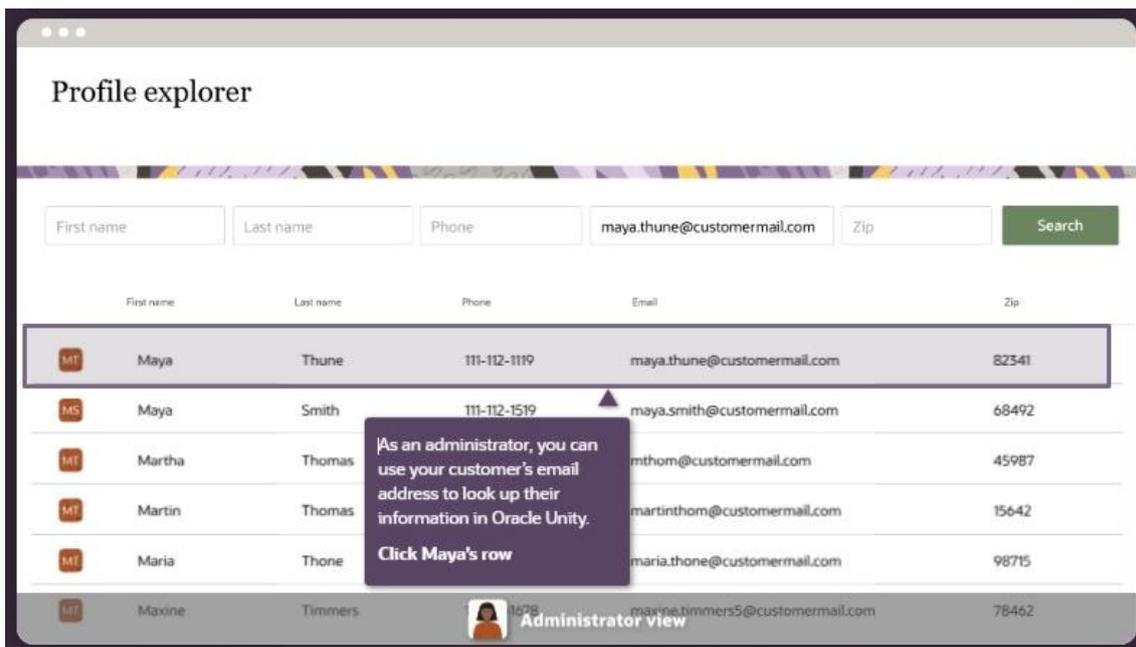


Figura 4.3.3. Listagem de perfis

Um dos destaques da solução é o uso de inteligência artificial, que não apenas organiza e exibe dados, mas também fornece recomendações baseadas em análises detalhadas. Esse recurso auxilia na tomada de decisões e antecipa possíveis problemas, funcionando como um verdadeiro consultor estratégico. A integração com outras soluções Oracle também simplifica processos, centralizando informações de diferentes áreas, como vendas, marketing e suporte, em um único ambiente.

A abordagem da Oracle para o sucesso do cliente foi cuidadosamente desenvolvida para promover um impacto direto na retenção e satisfação, indo além das práticas tradicionais de suporte. A solução ajuda empresas a compreenderem profundamente as necessidades de seus clientes, anteciparem desafios e implementarem estratégias personalizadas de forma prática e eficiente. Quando o cliente percebe que suas

demandas são atendidas de maneira proativa, a percepção de valor dos serviços cresce consideravelmente. Isso é possível graças à integração de inteligência artificial e análise de dados, que identifica padrões de comportamento e fornece recomendações precisas. Por exemplo, ao prever riscos de cancelamento e sugerir ações corretivas, a plataforma mantém os clientes engajados e satisfeitos, reduzindo a probabilidade de churn. Além disso, a personalização e centralização de informações em um único ambiente tornam a jornada do cliente mais fluida e eficiente. A integração com outras áreas, como marketing e vendas, contribui para fortalecer ainda mais o relacionamento, oferecendo uma experiência coesa e consistente.

Em essência, a ferramenta transforma a gestão de clientes em um processo estratégico e eficiente, criando oportunidades para a construção de relações sólidas e para o crescimento mútuo, tanto da empresa quanto de seus clientes.

#### **4.4. Pega**

A PegaSystems, fundada em 1983 por Alan Trefler, surgiu com o objetivo de transformar o desenvolvimento e a gestão de aplicativos empresariais. Inicialmente focada na automação de processos, a empresa evoluiu para uma plataforma de CRM (Customer Relationship Management) e operações, integrando tecnologias como inteligência artificial (IA) e automação de processos robóticos (RPA). Atualmente, a Pega se destaca como uma plataforma SaaS (Software as a Service), permitindo que as empresas criem aplicativos de negócios personalizados de maneira rápida e eficiente. A abordagem "no-code/low-code" da Pega capacita até usuários não técnicos a desenvolverem soluções que atendem às demandas dinâmicas do mercado, promovendo maior eficiência operacional e melhoria na experiência do cliente (PEGA, 2023).

O sucesso do cliente é uma prioridade central na Pega. A empresa adota uma abordagem consultiva, oferecendo suporte contínuo, treinamento e recursos para maximizar o valor de suas soluções, o que é refletido no uso de sua plataforma por grandes empresas como American Express, Cisco e Vodafone (PEGA, 2023). A Pega Customer Service é reconhecida pela gestão de interações complexas e automação de processos de ponta a ponta. Sua plataforma permite que as organizações automatizem tarefas repetitivas, utilizando RPA e IA, o que permite que as equipes de atendimento se concentrem em atividades de maior valor (PEGA, 2023).

Uma das principais funcionalidades da Pega é sua interface altamente personalizável e adaptável, o que proporciona uma experiência eficiente tanto em desktop quanto em dispositivos móveis. Além disso, a plataforma possibilita a gestão detalhada de casos, permitindo o acompanhamento das interações com os clientes e fornecendo um histórico completo de suas necessidades (PEGA, 2023). A Pega também se destaca pelo uso de ferramentas analíticas avançadas, que oferecem relatórios em tempo real sobre a eficiência do atendimento e a experiência do cliente. Isso possibilita ajustes rápidos nas estratégias de atendimento, garantindo uma melhoria contínua dos processos (PEGA, 2023).

A flexibilidade da plataforma é um dos pontos fortes da Pega, que se integra facilmente a sistemas legados e outras ferramentas de atendimento ao cliente. Essa característica permite que as empresas ajustem suas operações rapidamente, sem a necessidade de substituir toda a infraestrutura existente, o que reduz significativamente os custos de implementação e manutenção (PEGA, 2023). Contudo, embora a Pega seja uma solução altamente eficiente e flexível, o custo da plataforma pode ser um desafio para empresas de menor porte, especialmente quando recursos avançados como IA e automação estão envolvidos. Para organizações maiores, a Pega oferece uma excelente relação custo-benefício, sendo uma solução robusta e escalável (PEGA, 2023).

Em resumo, a PegaSystems é uma plataforma poderosa para empresas que buscam adaptar rapidamente suas operações às mudanças do mercado, utilizando IA e automação para aprimorar a experiência do cliente e otimizar a eficiência operacional. Seu modelo "no-code/low-code" permite personalização rápida e econômica, sendo uma escolha sólida para organizações que priorizam flexibilidade e integração eficaz.

A PegaSystems oferece uma interface centrada no usuário, projetada para proporcionar facilidade de uso e máxima eficiência. A plataforma destaca-se pela abordagem de "microjourneys", que permite a criação de fluxos personalizados de interações com os clientes. Essa funcionalidade é particularmente útil em contextos empresariais onde há necessidade de automatizar processos complexos e multicanal, com foco em garantir que o agente ou cliente encontre a informação que precisa de forma rápida e eficiente.

De acordo com a pesquisa da Gartner (2023), a Pega é reconhecida pela sua interface intuitiva e altamente personalizável, que é construída para se adaptar às necessidades específicas dos negócios. A plataforma possui funcionalidades como painéis de controle dinâmicos e relatórios interativos que facilitam a visualização e o acompanhamento do desempenho dos serviços. Embora a interface seja complexa, ela é altamente configurável, permitindo que empresas moldem a plataforma conforme suas necessidades.

A interface da Pega também se destaca por ser responsiva, permitindo que o usuário acesse a plataforma de maneira eficiente, seja em um desktop ou dispositivo móvel. Entretanto, devido à natureza altamente personalizável da plataforma, há uma curva de aprendizado associada à sua configuração inicial e uso pleno, o que pode representar um desafio para equipes sem a expertise necessária.

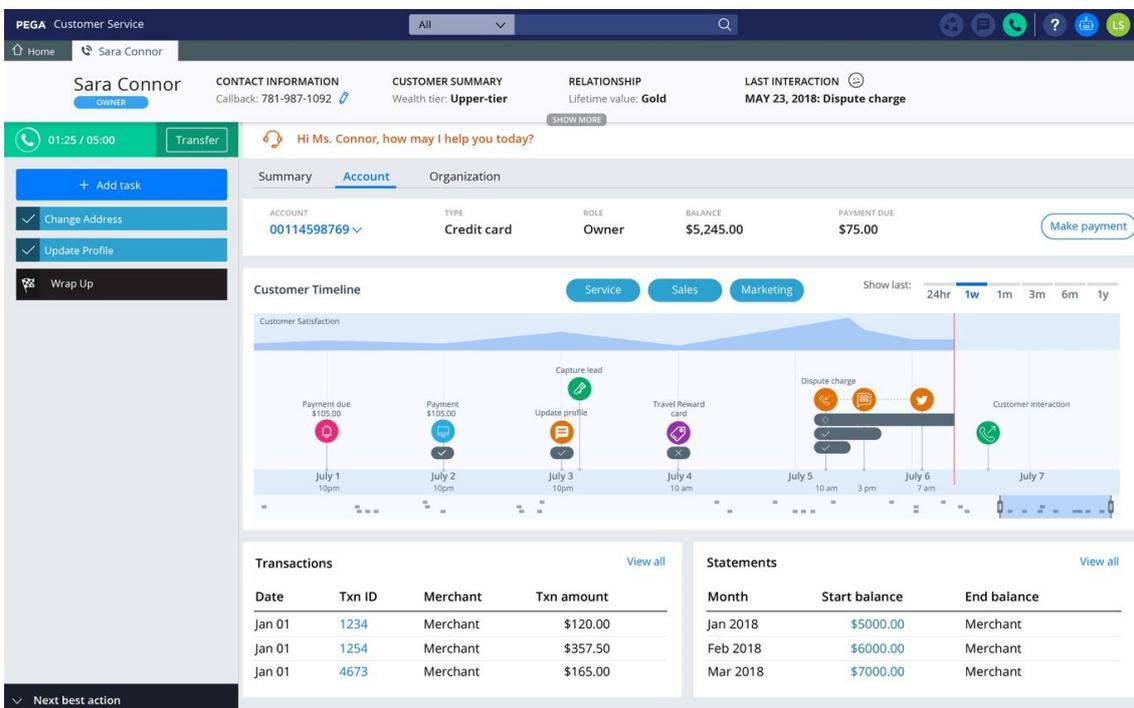


Figura 4.4.1. Detalhes de atendimento ao cliente

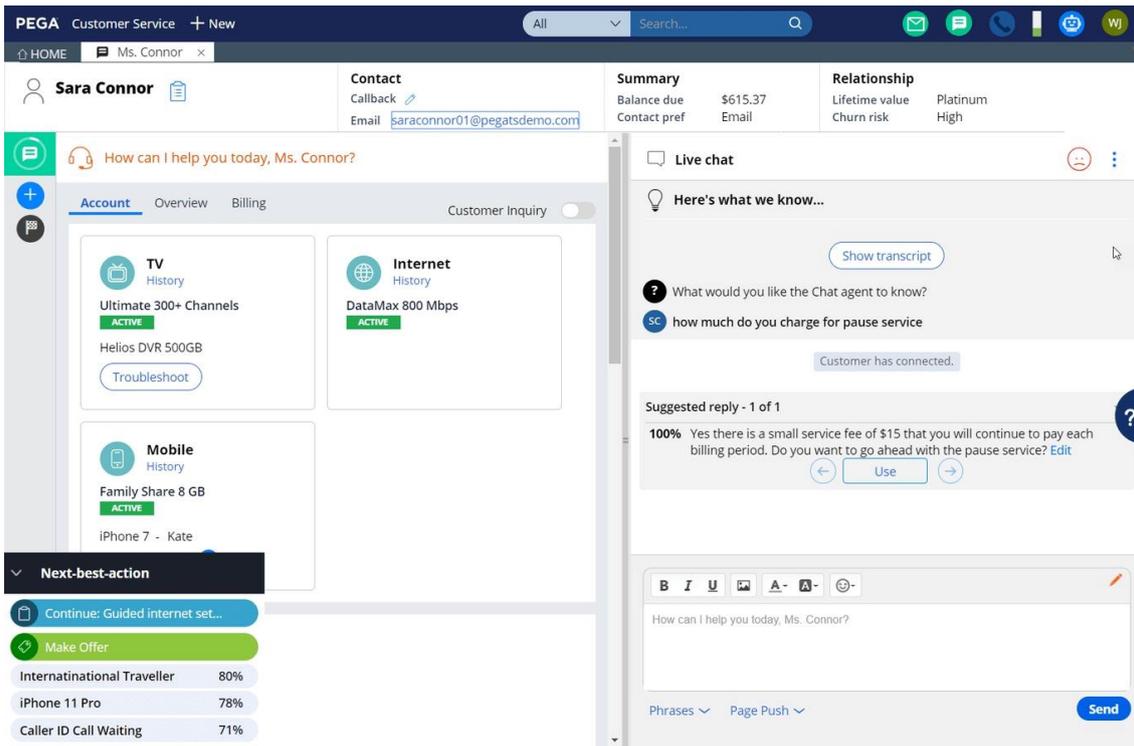


Figura 4.4.2. Informações de serviços contratados

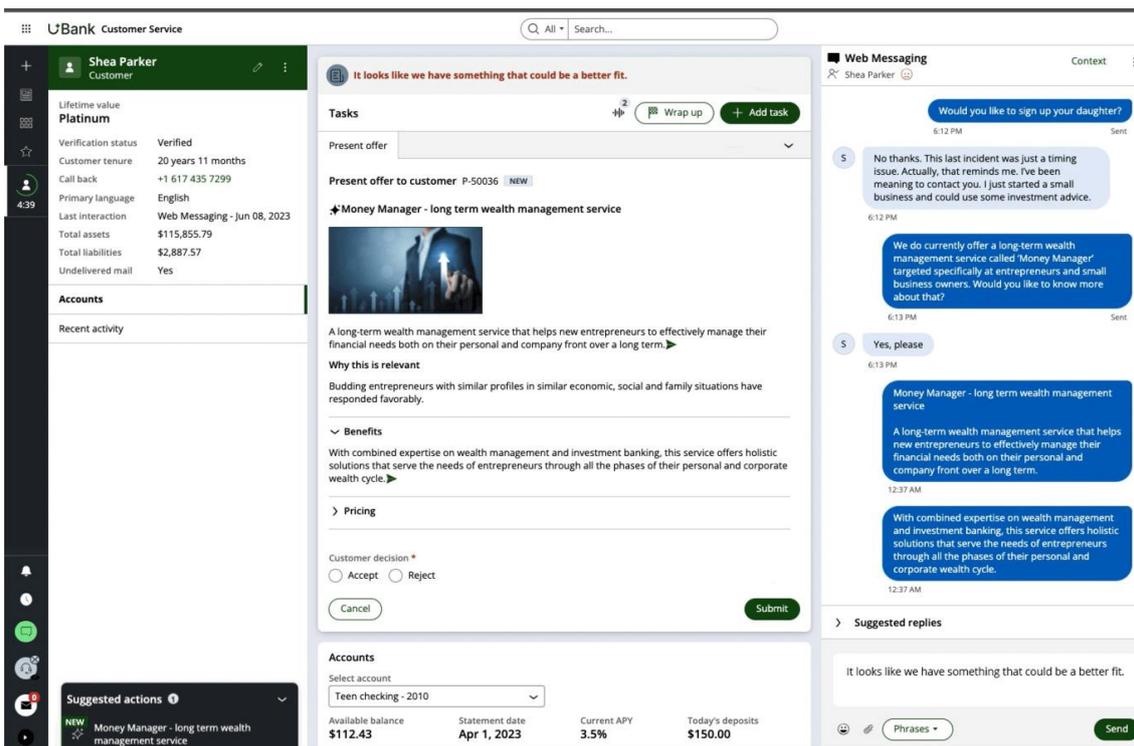


Figura 4.4.3. Interface CRM

O impacto da PegaSystems na retenção e satisfação do cliente está diretamente relacionado às suas capacidades de automação de processos e integração de canais de comunicação. A plataforma se destaca pela criação de microjourneys, que permitem uma personalização extrema das interações com o cliente. Isso possibilita que a Pega forneça uma experiência de atendimento que se adapta em tempo real às necessidades e comportamentos dos clientes, contribuindo diretamente para a melhoria da experiência do usuário e aumentando a satisfação.

Segundo a Gartner (2023), a Pega possui recursos avançados de automação, que permitem identificar e resolver problemas de forma proativa, melhorando a eficiência operacional. A plataforma é capaz de reduzir os tempos de espera e resolver questões de clientes de maneira mais rápida e eficiente, o que impacta positivamente a satisfação do cliente e, conseqüentemente, a retenção. As funcionalidades de automação inteligente e os bots de atendimento contribuem para uma experiência mais ágil e personalizada, que é um diferencial competitivo na manutenção da base de clientes.

A Pega também permite o acompanhamento contínuo do comportamento do cliente e a coleta de dados essenciais para ajustar e melhorar as estratégias de retenção. Isso facilita a identificação de sinais de desinteresse ou problemas na experiência do cliente, permitindo que a empresa intervenha antes que um cliente abandone a plataforma. A Pega é, portanto, uma solução eficaz para empresas que buscam melhorar sua taxa de retenção por meio de uma experiência omnicanal fluida e eficiente.

## 5. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Métricas e Funções	Salesforce Customer 360	Microsoft Dynamics 365	Oracle CX	PegaSystem Customer Service
Tempo Médio de Resolução	✓ Redução com automação de tickets e workflows.	✓ Integração com IA para atendimento rápido.	✓ Eficiente, mas dependente de configurações avançadas.	✓ Fluxos automatizados e decisão baseada em IA.
Índice de Satisfação do Cliente	✓ Alta satisfação com pesquisas integradas.	✓ Suporte multicanal melhora o CSAT.	✓ Funcionalidades robustas de feedback.	✓ Consultas em tempo real aumentam engajamento.
Net Promoter Score (NPS)	✓ Elevado pela personalização e automação.	✓ Ferramentas para análises preditivas do NPS.	✓ Permite configurar pesquisas de NPS.	✓ Ajustado a setores com processos complexos.
Taxa de Churn	✓ Algoritmos preditivos para mitigar churn.	✓ Modelos de IA identificam riscos precocemente.	✓ Utiliza algoritmos avançados prevendo riscos.	✓ Recursos avançados para fluxos de fidelização.
Taxa de Retenção de Clientes	✓ Estratégias de segmentação robustas.	✓ Insights detalhados aumentam retenção.	✓ Forte retenção em setores industriais.	✓ Recursos para personalização aumentam retenção.
Personalização do Serviço	✓ Personalização altamente configurável com IA.	✓ Ajustes dinâmicos em fluxos e canais.	✓ Integrada com back-end para personalização.	✓ Microjourneys específicos para setores.
Relatórios e Dashboards	✓ Dashboards detalhados e personalizáveis.	✓ Relatórios predefinidos e visualizações avançadas.	✓ Integrados ao Oracle Suite para maior contexto.	✓ Dados de processos visíveis em tempo real.
Gerenciamento de Casos	✓ Workflows intuitivos e gestão visual.	✓ Gestão centralizada e preditiva de casos.	✓ Colaboração entre agentes e decisão assistida por IA.	✓ Suporte a conversas multi thread e fluxos colaborativos.

## **Descrição do Quadro Comparativo**

Salesforce: Focada em automação e personalização, a Salesforce se destaca na redução do tempo de resolução e no aumento de NPS e CSAT. Sua plataforma intuitiva e altamente automatizada oferece um atendimento ágil, aumentando a satisfação do cliente e promovendo fidelização (Gartner, 2023).

Microsoft Dynamics 365: Ideal para retenção e mitigação de churn, utiliza IA e um suporte multicanal eficaz para prever comportamentos e melhorar a experiência do cliente. A plataforma proporciona uma visão unificada, fortalecendo a lealdade e a retenção (Gartner, 2023).

Oracle CX Customer Success: Destacada para indústrias específicas, a Oracle oferece funcionalidades robustas como gestão de ativos e suporte multicanal, mas com maior complexidade de configuração. É uma excelente escolha para empresas que necessitam de soluções personalizadas e integração com sistemas legados (Gartner, 2023).

Pegasystems Customer Service: Focada em empresas com processos complexos, a Pega se destaca pela automação de fluxos detalhados e microjourneys. A plataforma otimiza a retenção de clientes, proporcionando personalização e integração multicanal (Gartner, 2023).

## **6. CONCLUSÃO**

Este trabalho teve como objetivo analisar as principais plataformas de sucesso do cliente, focando nas funcionalidades e métricas relacionadas à retenção e satisfação do cliente. As ferramentas analisadas – Salesforce, Microsoft Dynamics 365, Oracle CX Customer Success e Pegasystems Customer Service – oferecem soluções poderosas e personalizadas para empresas de diferentes portes e setores, com destaque para suas capacidades de automação, personalização de serviços e integração multicanal.

A Salesforce, com seu foco em automação e personalização, se destaca pela redução do tempo de resolução de tickets, além de contribuir diretamente para a satisfação do cliente (CSAT) e a lealdade (NPS). Suas ferramentas intuitivas e altamente integradas favorecem a adoção rápida e fluida pela equipe, enquanto seus recursos de IA e automação ajudam na gestão eficiente da experiência do cliente, melhorando os índices de retenção.

O Microsoft Dynamics 365, por sua vez, é uma plataforma robusta para empresas que buscam mitigar o churn e melhorar a retenção. Seu uso de inteligência artificial e análises preditivas permite que a plataforma identifique comportamentos e tendências de clientes, proporcionando um atendimento mais eficaz e personalizado. A integração multicanal é um de seus maiores diferenciais, facilitando a comunicação contínua com o cliente, independentemente do canal utilizado.

A Oracle CX Customer Success destaca-se pela sua capacidade de atender a indústrias específicas, com funcionalidades voltadas para a gestão de ativos e suporte multicanal, bem como a automação de processos complexos. Embora ofereça soluções robustas e flexíveis, sua implementação exige maior conhecimento técnico, o que pode representar uma barreira para algumas empresas. No entanto, seu potencial de personalização e a integração com outros sistemas Oracle fazem dela uma opção forte para grandes empresas que buscam soluções de longo prazo.

Por fim, o Pegasystems Customer Service é uma solução ideal para empresas com processos complexos e uma grande necessidade de automação de fluxos de trabalho detalhados. Seu foco em microjourneys e integração de processos é um diferencial para

empresas que lidam com grandes volumes de dados e precisam de um sistema escalável e adaptável às suas necessidades específicas. Além disso, suas funcionalidades de automação tornam o atendimento mais eficiente, impactando positivamente a retenção e a satisfação do cliente.

Em suma, a escolha da plataforma mais adequada para o sucesso do cliente depende do porte da empresa, da complexidade de seus processos e das necessidades específicas de retenção e satisfação. Cada uma dessas ferramentas oferece vantagens distintas, mas todas têm em comum o compromisso em melhorar a experiência do cliente, otimizar a gestão de atendimentos e aumentar a fidelização, com base nas métricas mais relevantes do setor.

## 7. REFERÊNCIAS

GARTNER. *Magic Quadrant for the CRM Customer Engagement Center*. Stamford, CT, 1 nov. 2023. Disponível em: <https://www.gartner.com>. Acesso em: 12 nov. 2024.

GARTNER. *Magic Quadrant for the CRM Customer Engagement Center*, Cópia. Stamford, CT, 1 nov. 2023. Disponível em <https://drive.google.com>. Acesso em: 06 dez. 2024.

DILLON, M. *Salesforce Customer 360: A Unified Platform for Customer Relationship Management*. Salesforce, 2022. Disponível em: <https://www.salesforce.com>. Acesso em: 7 nov. 2024.

FROHLICH, R. *Microsoft Dynamics 365: Transforming Business Operations*. Microsoft, 2022. Disponível em: <https://www.microsoft.com>. Acesso em: 7 nov. 2024.

KANE, A. *Dynamics 365 Customer Insights: The Role of AI in Personalizing Customer Experience*. Microsoft, 2022. Disponível em: <https://www.microsoft.com>. Acesso em: 7 nov. 2024.

MANDAL, R. *Customer 360: Salesforce's Vision for Seamless Customer Experience*. Salesforce, 2021. Disponível em: <https://www.salesforce.com>. Acesso em: 7 nov. 2024.

MICROSOFT. *Overview of Dynamics 365*. 2023. Disponível em: <https://www.microsoft.com>. Acesso em: 7 nov. 2024.

SALESFORCE. *What is Customer 360?*. 2023. Disponível em: <https://www.salesforce.com>. Acesso em: 7 nov. 2024.

ORACLE CORPORATION. *Oracle Buys Sun*. Disponível em: <https://www.oracle.com/corporate/pressrelease/oracle-buys-sun-042009.html>. Acesso em: 2 dez. 2024.

ORACLE CORPORATION. *Customer Success Management*. Disponível em: <https://www.oracle.com/br/applications/customer-success-management/>. Acesso em: 2 dez. 2024.

ORACLE CORPORATION. *Customer Success*. Disponível em: <https://www.oracle.com/br/customer-success/>. Acesso em: 2 dez. 2024.

ORACLE CORPORATION. Bosch ODA. Disponível em:  
<<https://www.oracle.com/br/customers/bosch-oda/>>. Acesso em: 2 dez. 2024.

ORACLE CORPORATION. Nestlé 1 Serv CL. Disponível em:  
<<https://www.oracle.com/br/customers/nestle-1-serv-cl/>>. Acesso em: 2 dez. 2024.

ORACLE CORPORATION. Radius Bank. Disponível em:  
<<https://www.oracle.com/br/customers/radius-bank/>>. Acesso em: 2 dez. 2024.

STONEBRAKER, Michael. A introdução do SQL pela Oracle foi um marco significativo na história dos bancos de dados. 2018.

SMITH, John. A integração de dados e processos em uma plataforma unificada permite às empresas entender melhor o comportamento e as necessidades dos consumidores. 2020.

PEGA. *Pega Customer Service Overview*. PegaSystems, 2023. Disponível em:  
<https://www.pega.com/products/customer-service>. Acesso em: 2 dez. 2024.