

.....  
**Conexão Digital 2024**



**Érica Mendonça**  
Head de Programas de Experiência.

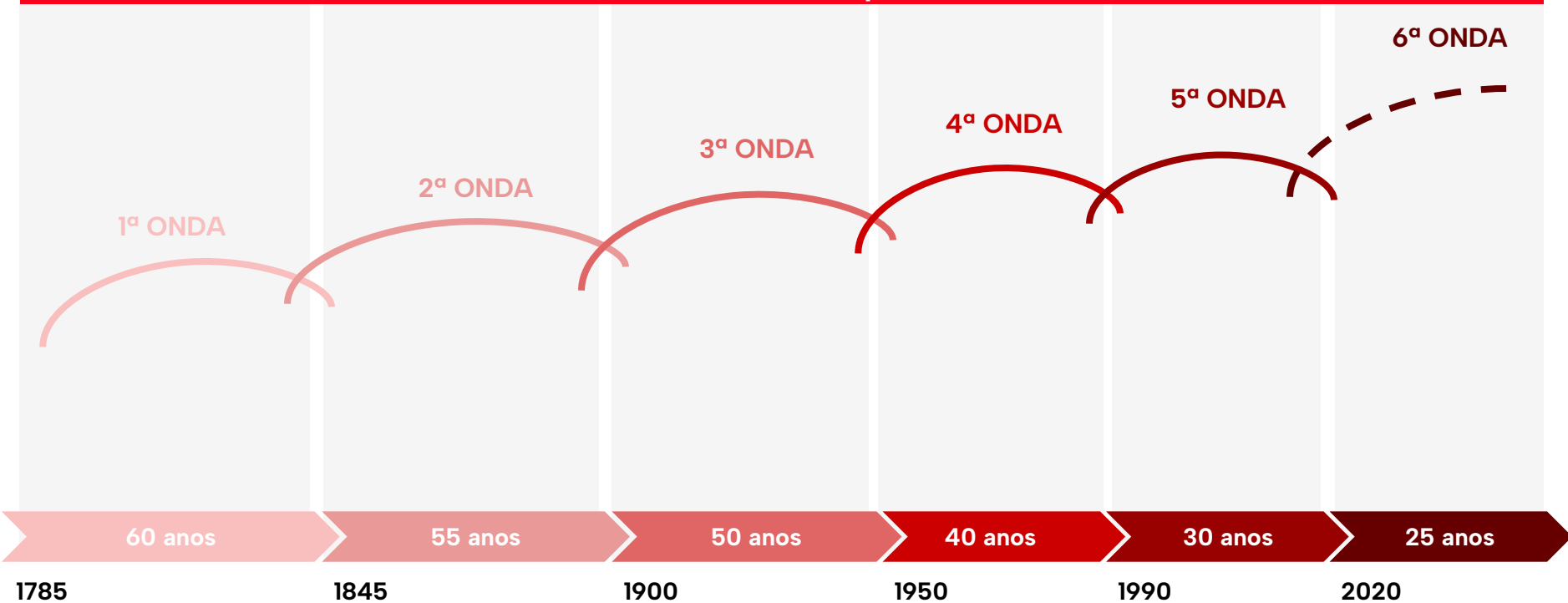


## Poder da tecnologia na Experiência do Cliente

Comida é a nossa paixão.  
Tecnologia, o nosso talento!

# Ciclos de inovação influenciam no **crescimento econômico**?

## Teoria de Schumpeter





## Como os ciclos de inovação influenciam no crescimento econômico

1ª ONDA

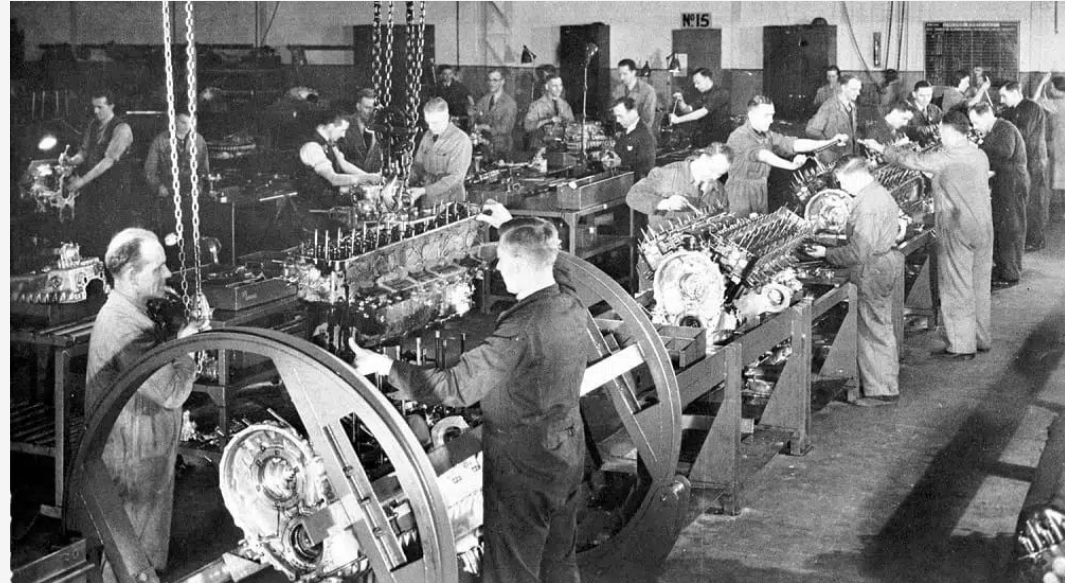
✱ Energia Hídrica

✱ Têxtil

✱ Ferro

60 anos

1785





## Como os ciclos de inovação influenciam no crescimento econômico

### 1ª ONDA

✳ Energia Hídrica

✳ Têxtil

✳ Ferro

60 anos

1785

### 2ª ONDA

✳ Energia à vapor

✳ Ferrovias

✳ Aço

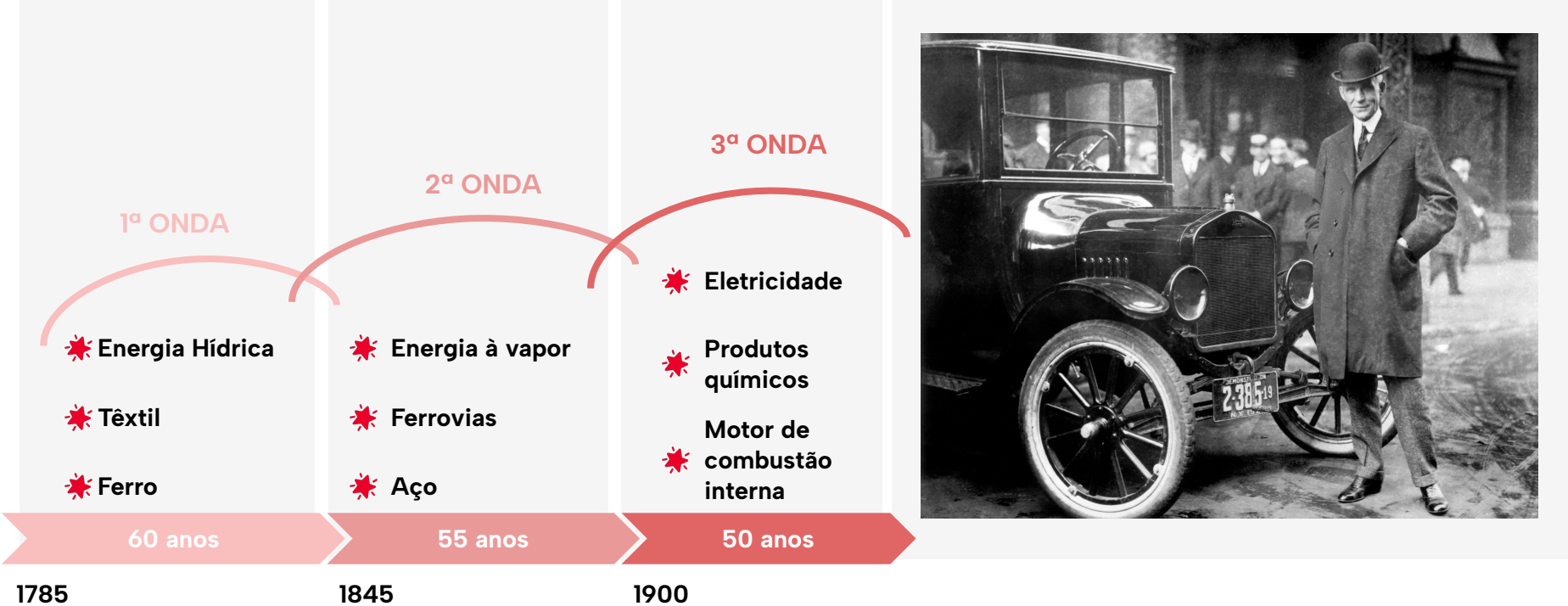
55 anos

1845



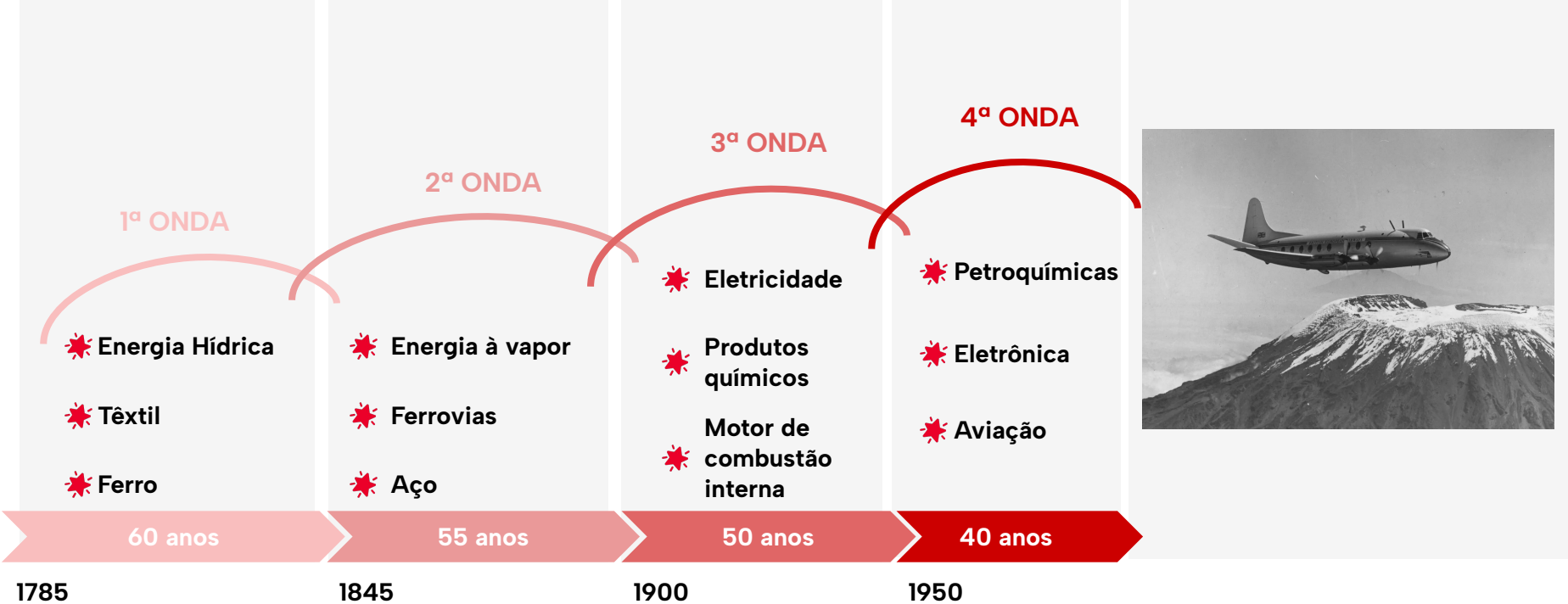


## Como os ciclos de inovação influenciam no crescimento econômico



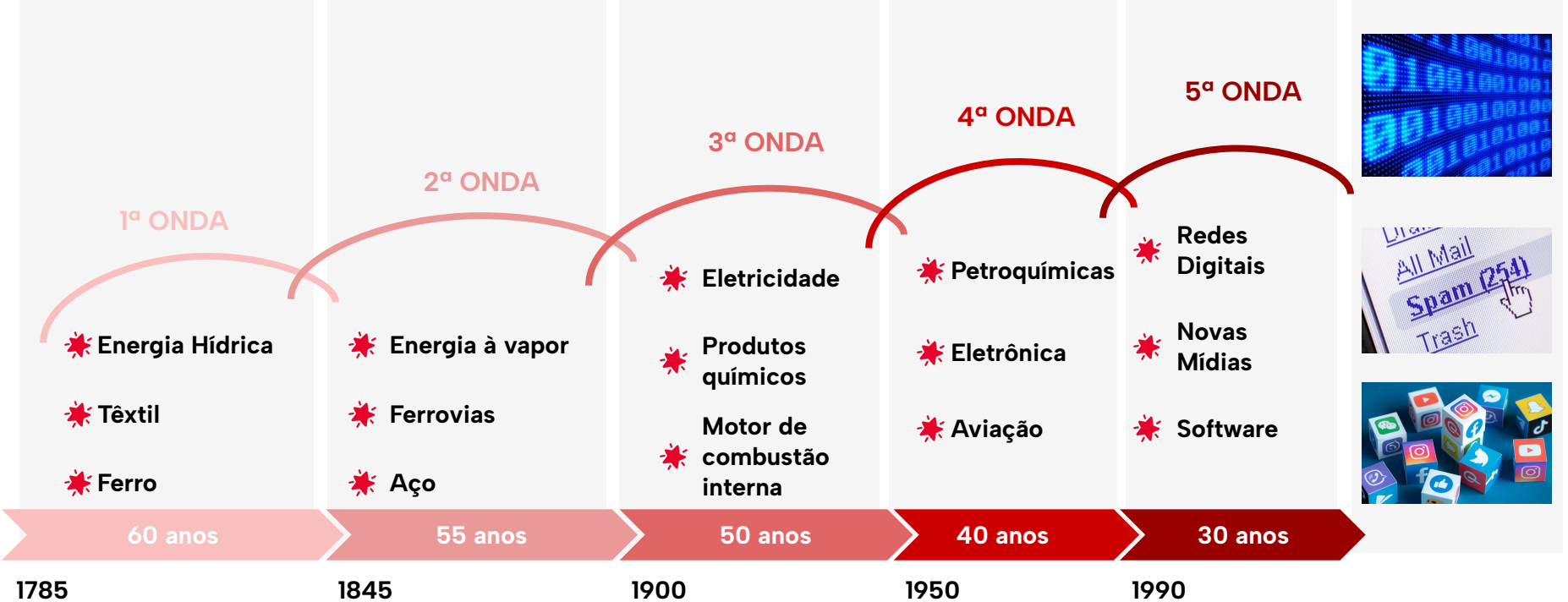


## Como os ciclos de inovação influenciam no crescimento econômico





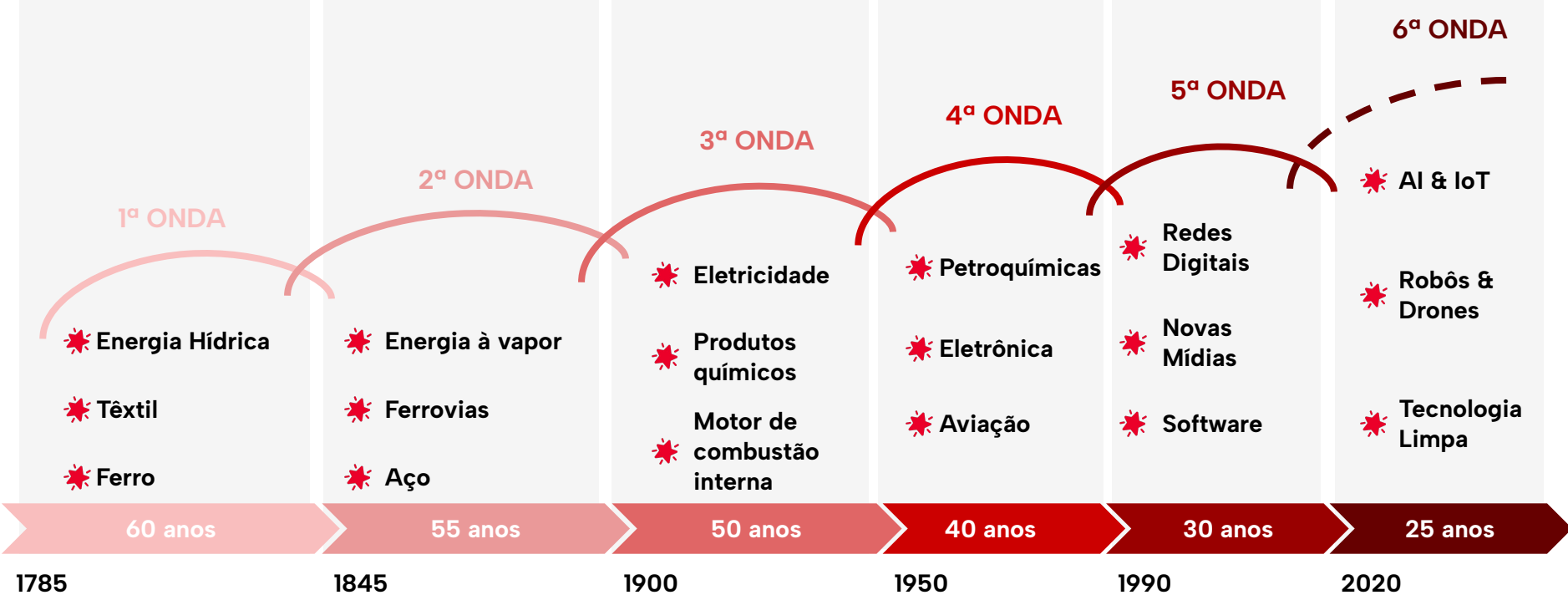
## Como os ciclos de inovação influenciam no crescimento econômico










## Como os ciclos de inovação influenciam no crescimento econômico



A sexta onda é uma **Realidade!**



## Bioimpressão de órgãos

-  **Redução na Lista de Espera para Transplantes**
-  **Personalização de Tratamentos Médicos**
-  **Educação e Treinamento Médico**

### Brasileiro cria projeto para impressão do primeiro coração bioartificial em impressora 3D

INOVAÇÃO

🕒 06/12/2023

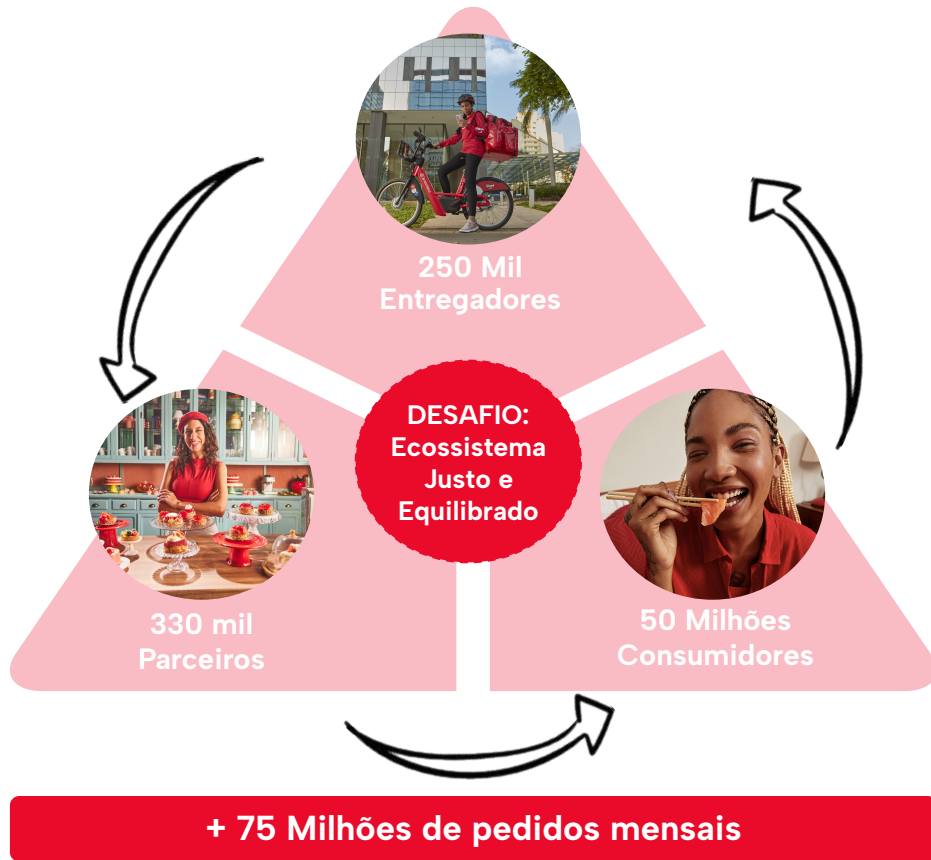


Todos os anos, milhares de pessoas esperam na fila de **transplantes** por doação de um órgão. Só no Brasil, segundo o Ministério da Saúde, este número é superior a 65 mil, considerado o maior nos últimos 25 anos. Pensando em reduzir essa espera e ajudar aqueles que correm contra o tempo na busca por um transplante, Gabriel Liguori, médico, pesquisador e empreendedor brasileiro de 34 anos, visa a impressão do primeiro coração bioartificial em uma impressora **3D**: “Nossa missão é termos um coração artificial em dez anos” afirma o jovem.

Após anos de estudos e dedicação, Gabriel entrou para a faculdade de medicina na Universidade de São Paulo.



# Ecosistema iFood: o desafio da alta escala



Em 2022, o ecossistema iFood movimentou

**R\$ 97 bilhões**

em valor bruto de produção, o equivalente a

**0,53%**

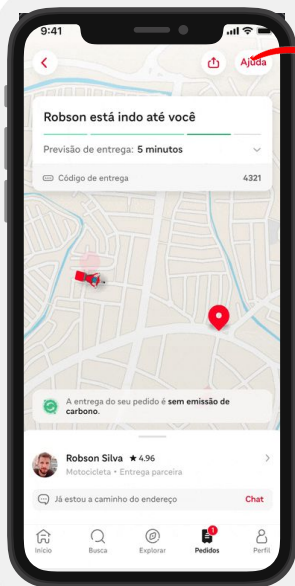
do PIB, e gerou mais de

**870 mil**

postos de trabalho, direta e indiretamente



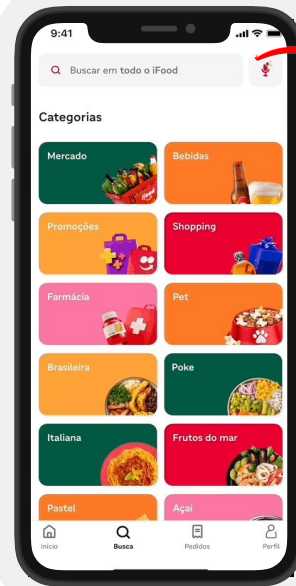
Iniciamos essa jornada em **2018** e, atualmente são mais de **120 modelos** de inteligência artificial espalhados por vários pontos do aplicativo, com foco em trazer **eficiência operacional e melhorar a experiência de nossos estabelecimentos parceiros, profissionais de entrega e consumidores.**



**Logística**  
Entrega mais eficiente possível.



**Ranking**  
Personalização de acordo com o consumo..



**Busca inteligente por voz**  
IA generativa capaz de identificar intenção de busca

# Nossos desafios

Customer Experience

**+3.4M** volume médio de atendimentos por mês

**+30%** atendimentos são concentrados nos horários das **20h às 22h**.

**7x7** atendemos todos os dias da semana, entre 08h até 03h.

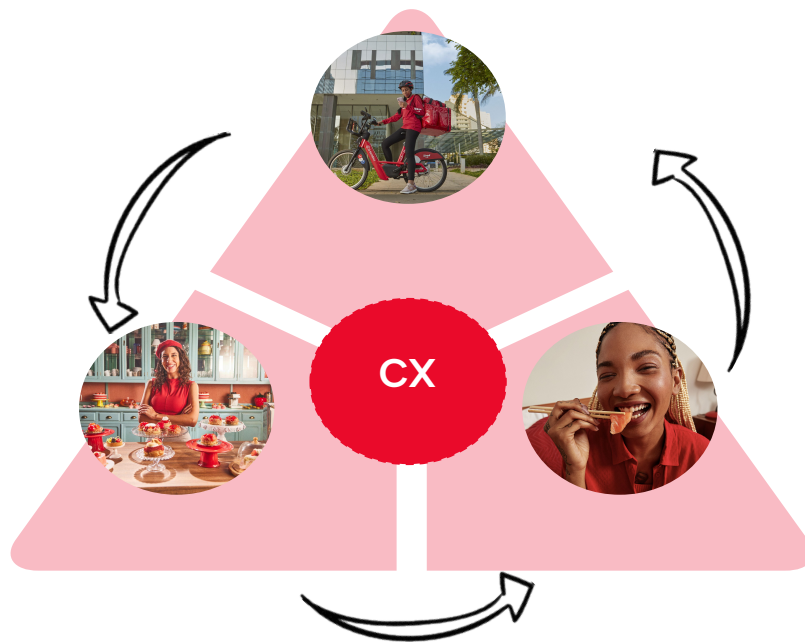
**7** frentes de experiência clientes com necessidades e jornadas diferentes – Consumidores, Restaurantes, Mercados, Entregadores, Colaboradores, Empresas, Integradoras.



# Experiência de valor para todos do ecossistema



Potencializar a **voz dos clientes e parceiros** internamente, melhorando a sua experiência.



# Estratégia de desenvolvimento da experiência



## Timeline de Estratégia CX iFood

2018/19

Excelência operacional

2020

Escala, qualidade e custo

2021/22

Experiência e fidelização

2023/24

Tecnologia, Experiência e fidelização

### Prevenção

Pedido Perfeito  
Empoderar o cliente

Comunicação Proativa  
NPS / CES  
Taxa de cancelamento

### Tecnologia

Agilidade na resolução de problemas

NPS  
Taxa de contato (CR)  
Taxa de cancelamento

### Atendimento

Cuidar do cliente

CSAT  
Tempo de tratativa  
Resolutividade  
Tx de reabertura

### Fidelização

Encantar o cliente

#UAU

NPS  
Reputação  
Retenção  
Frequência



# Segmentar, **priorizar** & **melhoria contínua**.



Segmentação

**Perfis e motivos**



Grupos com alto perfil de consumo,  
motivos de contato mais sensíveis

Priorização

**Tecnologia**



Eficiência e Agilidade  
Regras e contextos de priorização nas  
filas de atendimento.

Processos

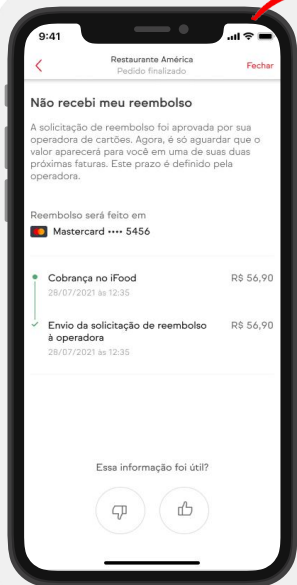
**Melhoria contínua**



Repensar processos e testar novas  
abordagens.



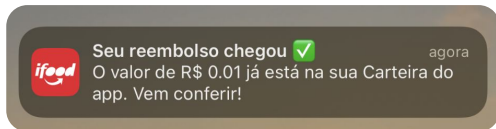
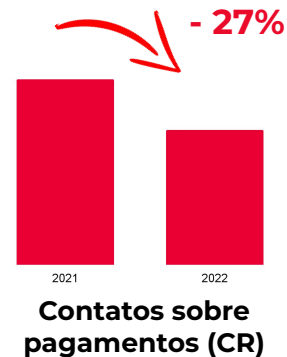
# Prevenção na **prática**: processo de **estorno**



Nesta tela, agora nossos clientes conseguem acompanhar a **timeline do seu estorno**

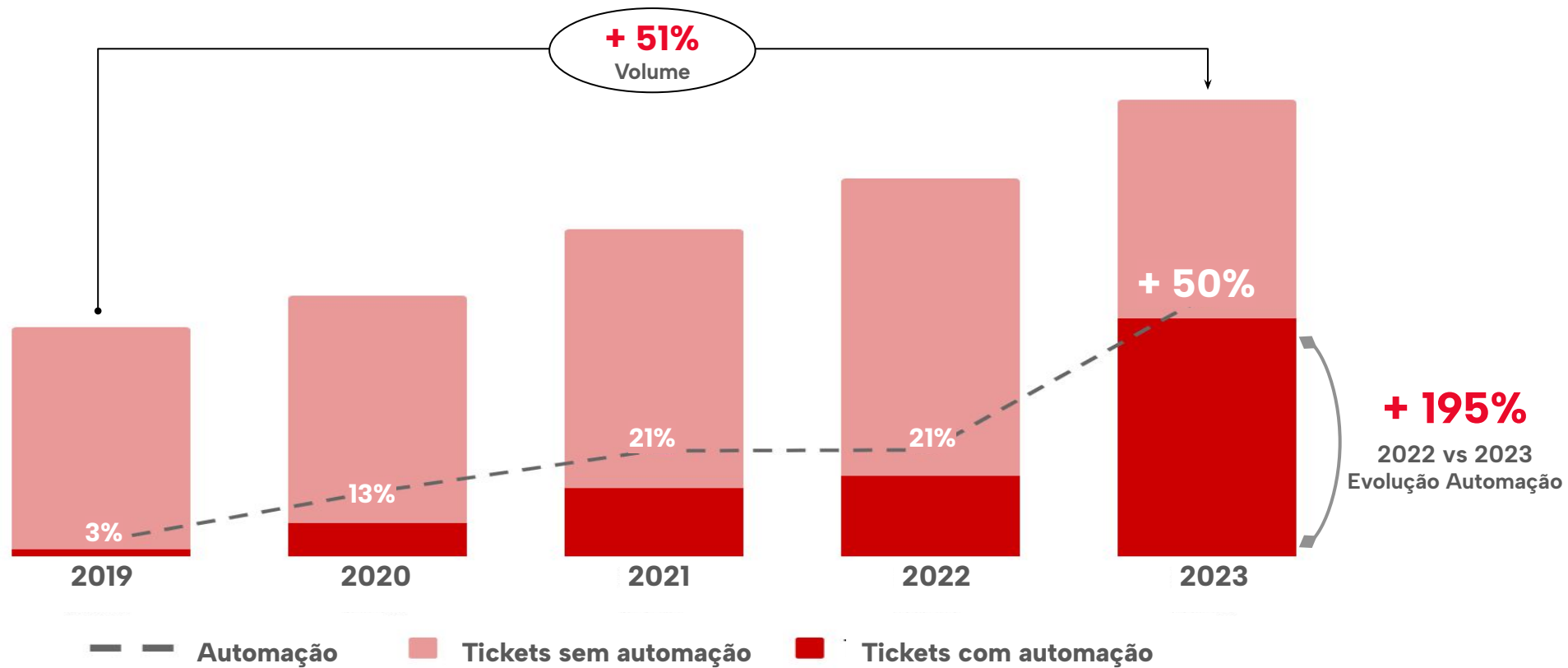


Nesta feature, agora nossos clientes conseguem escolher **se desejam seu reembolso no saldo** caso não haja conclusão da devolução financeira não seja confirmada dentro do prazo

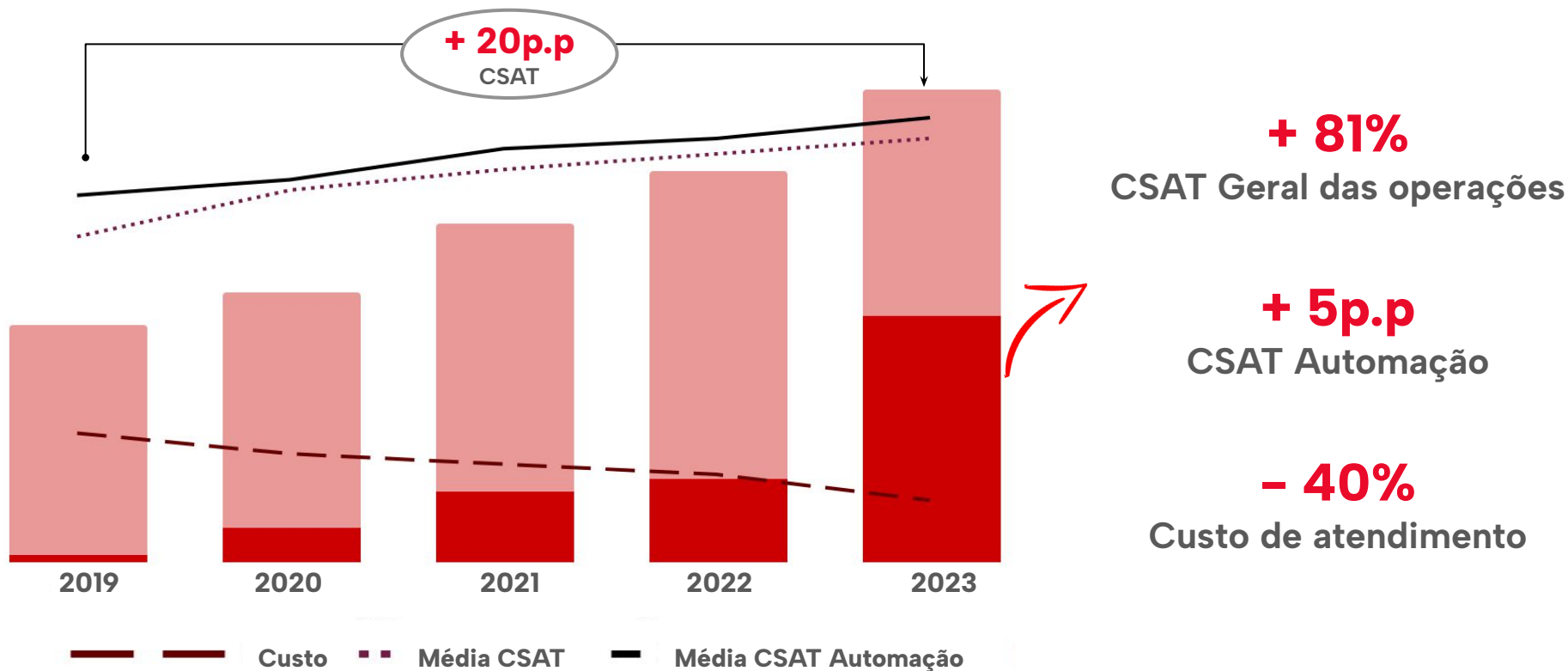


Proporcionar maior visibilidade ao cliente

# Tecnologia trazendo agilidade e eficiência



Expandir os aprendizados e fidelizar nossos **clientes**.



# Empoderando a operação



Desenvolvemos o...



## Oráculo



Informações de Atendimento



Dados do Pedido

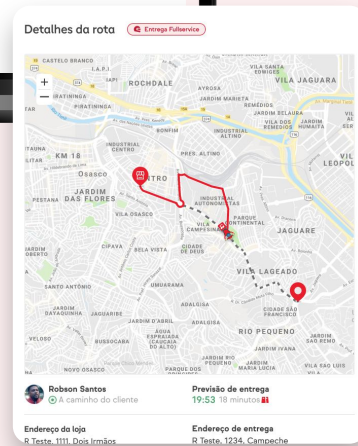
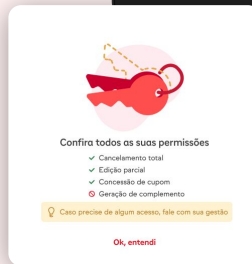
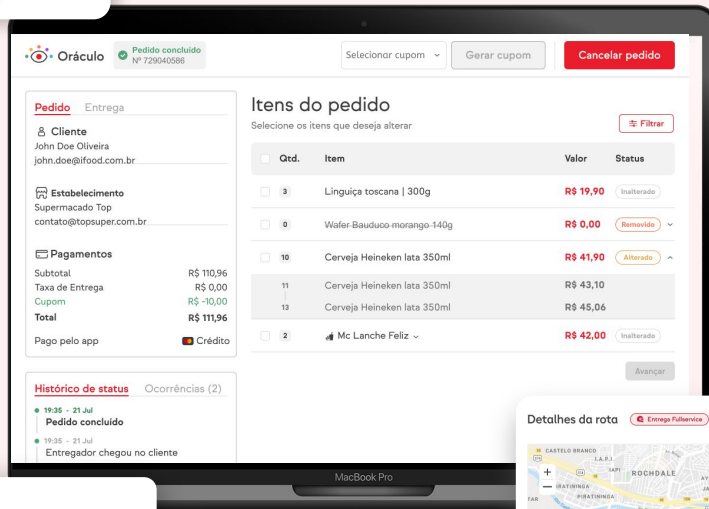


Dados do Parceiro

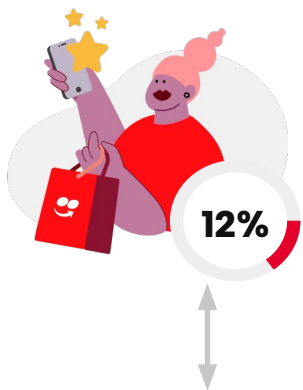


Dados da Entrega

Ferramenta desenvolvida pelo iFood, para facilitar o fluxo de trabalho dos analistas de atendimento. **Agrupando 7 sistemas e concentrando os dados principais para atendimento em uma única ferramenta.**

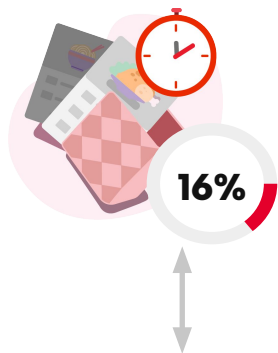


# Empoderando a operação



## Aumento na Satisfação dos consumidores

Após o atendimento com os recursos do Oráculo (+12% no CSAT)



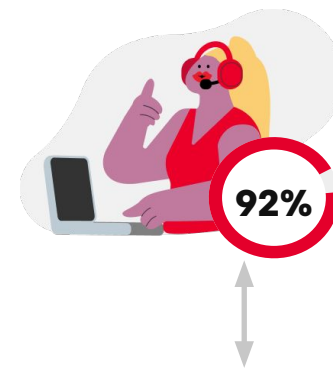
## Redução no Tempo Médio de Atendimento

Consumidor sendo atendido 16% mais rápido



## Pedidos retidos com a Edição de Pedidos

Com a inovação tecnológica trazida pelo Oráculo, cerca de 30% dos pedidos não são cancelados



## Satisfação do analista de atendimento

Na pesquisa de fevereiro, cerca de 92% deram nota 4 ou 5 ao Oráculo (nota de 1 a 5)



*"Otimizando as ferramentas em uma só"*

*(analista de atendimento de consumidores, set/21)*



*"Extremamente fácil pois possui todas as informações e é auto explicativo"*

*(analista de atendimento de restaurantes, jun/22)*



*"O que a gente fazia em 3/4 minutos agora faremos em 1"*

*(analista de atendimento de entregadores, jun/22)*

# Estamos só **começando!**



Processos dedicados por frente

Comunicações segmentadas

Plataformas dedicadas

Pouca mediação entre as partes



**Entregador**



**Parceiro**



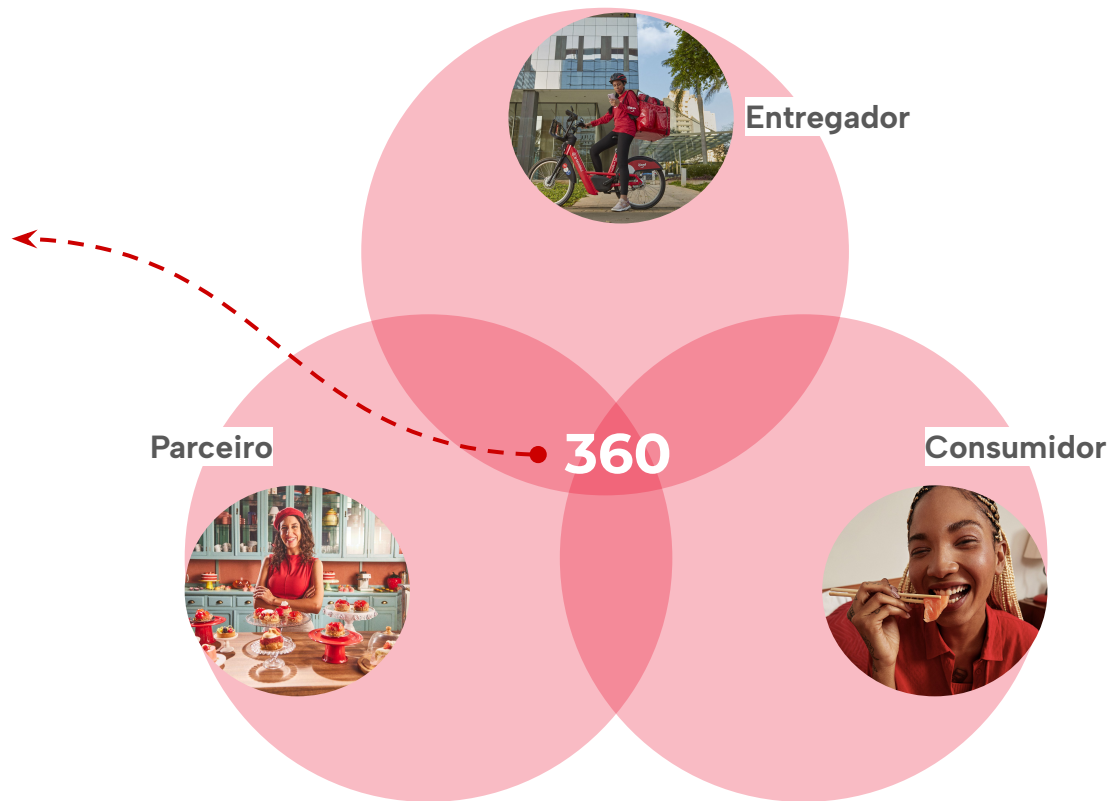
**Consumidor**

# Estamos só **começando!**



- Redução da fricção do ecossistema
- Comunicações proativas
- Processos com base no pedido
- Equilíbrio e mediação entre as partes

... tecnologia, excelência operacional, processos escaláveis, crescimento e fidelização.



# Nossos clientes no centro!



## CLIENTES



## PARCEIROS



Conexão & aproximação



## PESSOAS ENTREGADORAS



Acreditamos todas as métricas de sucesso alcançadas com tecnologia é fruto de estarmos próximos e, sempre escutando ativamente, todos os clientes que fazem parte do nosso ecossistema.

Nas imagens, temos a representação das ações contínuas de co-construção com nossos grupos focais. O principal objetivo desses projetos é coletar feedbacks contínuos, ter beta testers e dar visibilidade em das melhorias implantadas.



Engajar **todos e todas** da cia!



Carona Atendimento iFood  
VP de Tech + Produto



Meu Restaurante  
Fabrício Bloisi - CEO



Carona Atendimento iFood  
Gustavo Vitti - VP People



Let's Bike  
Roberto Gandolfo - VP



**EAT  
YOUR  
OWN  
DOG  
FOOD**

# A pedra

○ **distraído**, nela **tropeçou**,  
○ **bruto** a usou como **projétil**,  
○ **empreendedor**, usando-a **construiu**,  
○ **campônio**, cansado da lida, dela **fez assento**.  
Para os **meninos** foi **brinquedo**,  
**Drummond** a **poetizou**,  
**Davi** **matou Golias**...  
Por fim; o **artista** **concebeu** a mais **bela escultura**.  
Em todos os casos,  
a **diferença não era a pedra**.

Mas o **homem**.





érica-teixeira-7117b16a

**Obrigada!**