

RELATÓRIO DE ADMINISTRAÇÃO 2021

2º TRIMESTRE



CONNVERT

CX^{dzain}

code7

Flex

Mensagem da Administração

É com imensa satisfação que apresentamos nossas principais mensagens deste trimestre.

Nesse primeiro semestre a Connvert confirmou a evolução dos negócios versus o primeiro semestre de 2020, apesar de ainda termos impactos importantes da pandemia nas verticais Contact e Cobrança. Esse desempenho reflete a confirmação da importância e relevância da penetração de ferramentas digitais para a diferencial eficiência das operações da Flex BPO mas, igualmente importante, a continuidade de crescimento dos negócios da plataforma de tecnologia e CPaaS Code7 e a formalização da atuação como efetivo player no espaço de consultoria de processos e jornadas de atendimento com a CXdzain.

Nossas receitas foram superiores ao mesmo período do ano anterior em 13,8%, impulsionadas principalmente pelo segmento de tecnologia e pelo início das operações da vertical CXDzain. As novas unidades de negócio, em acelerado crescimento e com margens muito mais robustas já representam hoje 12% das receitas da Companhia.

Com isso, durante este semestre a Connvert continuou a sua melhora na geração de caixa a níveis superiores do que do ano passado, confirmando o sucesso da estratégia da Companhia, capacidade de implementação e assertividade de projeção de resultados.

Nas atividades da Flex BPO (Contact e Cobrança), temos avançado de forma importante na implementação de ferramentas digitais nas operações, de maneira que a receita gerada nas operações com tais ferramentas (Digitally Enhanced Operations - DEO), hoje, superam 73% das receitas totais. As principais alavancas para trazer essa eficiência se baseiam no uso intenso de data analytics e agentes virtuais, com sofisticada curadoria da jornada de interação com os clientes. Com isso, temos atingido níveis elevados de eficiência e satisfação para nossos clientes assim com uma adequada margem operacional.

Em Cobrança, observamos um movimento de mercado mais restritivo imposto em decorrência de efeitos da pandemia que trouxe mais limitações às cobranças de carteiras em atraso em função da capacidade de pagamento da população em geral. Nossa expectativa é que para os próximos trimestres teremos um aumento de demanda neste segmento com a melhora da economia, o que já estamos observando.

No pilar de tecnologia, a Code7 apresentou crescimento consistente no trimestre, avançado bem com novas funcionalidades em seus produtos Cloud e On-premises. Destaca-se o crescimento de novas licenças para chatbots e, principalmente, para voicebots com discadores preditivos, que ajudaram nossos clientes na substituição do atendimento presencial, o qual ficou limitado pelas regras de distanciamento impostas pela covid-19. De extrema importância foi a implementação do programa de canais de distribuição e vendas com mais de 25 canais já com projetos e receita recorrente e que habilitam o crescimento de forma exponencial de receita nos produtos Cloud.

Com a criação da CXdzain, recentemente fizemos uma alteração organizacional onde passamos a ter uma diretoria e equipe dedicada à prospecção e desenvolvimento de projetos de jornadas de clientes, onde, apesar do pouco tempo desde sua criação, já participamos de forma competitiva com os players mais estabelecidos do mercado e com uma base de clientes de grande e médio porte. Nesse pilar, oferecemos inteligência e expertise para desenhar experiências que superem a expectativa dos clientes de uma marca em cada passo da sua jornada. São “Engenheiros” com especialidades distintas para construção de jornadas fim a fim. Linguagem, design e usabilidade na construção de experiências que melhoram a Jornadas do cliente e otimizam o processo da sua operação, tornando-a mais eficiente. Chegamos nesse mercado com uma extensa experiência comprovada na atividade de

desenvolvimento e implementação de projetos de jornada de clientes em função da competência da Connvert em integração desde sua fundação.

Com esse portfólio de serviços, a Connvert efetivamente é a única holding estratégica que oferece soluções de engajamento de consumidores com suas marcas de ponta a ponta.

Em relação ao EBITDA, neste semestre atingimos um aumento de 89% em relação ao mesmo período do ano passado, com margem de EBITDA 4,2p.p superior.

No entanto, essa melhora foi aquém do que entendemos que é o potencial da Companhia por conta de efeitos pontuais da pandemia, em especial na unidade de negócios Flex no 2T21. Nesse trimestre a pandemia impactou os resultados da Companhia em função: (a) redução em receita (por afastamento de atendentes que poderiam estar produzindo e por redução de negócios em alguns clientes mais impactados pela pandemia); (b) aumento de custos e despesas (em função de iniciativas de saúde, higiene e proteção e trabalho remoto) e (c) impacto pontual de redução do quadro de funcionários em junho de 2021. Não fossem esses efeitos, estimamos que nossos resultados acumulados no ano poderiam ser 30-40% ainda melhores.

Nossas expectativas para os próximos trimestres, com decrescente impacto da pandemia e gradual recuperação da economia, estão em melhorar os resultados mensais obtidos até o momento e continuar alinhados ao planejamento estratégico de longo prazo da Companhia, buscando capitalizar a demanda crescente de empresas por soluções de atendimento personalizadas. Permanecemos confiantes de que estamos bem-posicionados para aproveitar as mudanças desse ambiente dinâmico.

Seguiremos comprometidos a prestar nossos serviços com excelência, aprimorar nosso resultado operacional, reduzir a alavancagem e maximizar a geração de valor para nossos clientes e acionistas. A cada dia estamos fortalecendo nossos ecossistemas de inovação para executar nossas estratégias a fim de tangibilizá-las em resultados positivos para todos os stakeholders.

Os valores expressos neste relatório encontram-se em R\$ mil, exceto quando indicado o contrário.

A Administração

Desempenho Operacional

Recursos Humanos

Com o intuito de equalizar as despesas com pessoal com a receita líquida gerada, durante o segundo trimestre de 2021, reduzimos nossa quantidade de funcionários em 3%, sendo 7% na vertical de cobrança e 2% em contact center. Quando comparamos os primeiros seis meses de 2021 com o mesmo período de 2020, temos um aumento no total de funcionários de 6%, impactado principalmente pela vertical Code 7, cujo as operações estão aumentando significativamente e necessitam de aumentar o quadro de funcionários.

Quantidade de funcionários	2T21	1T21	1S21	1S20	% Variação.	
					2T21	1S21
Connvert	1.250	1.244	1.250	-	0%	N/a
Contact Center	6.628	6.791	6.628	6.847	-2%	-3%
Cobrança	3.588	3.852	3.588	4.000	-7%	-10%
Code7	219	211	219	174	4%	26%
CXdzain	18	13	18	-	38%	N/a
Total	11.703	12.111	11.703	11.021	-3%	6%

Receita por Colaborador

A Administração utiliza indicadores de desempenho para monitorar a eficiência e a eficácia de suas atividades operacionais, visando mitigar o risco operacional e maximizar os resultados.

Um importante indicador de produtividade é medirmos a receita gerada por colaborador. Através deste indicador conseguimos avaliar a melhora na nossa capacidade de alavancagem da eficiência de pessoal para geração de receita e valor de nossos negócios

(R\$ por pessoa)	2T21	1T21	1S21	1S20	% Variação.	
					2T21	1S21
Contact Center	3.868	3.624	3.791	3.921	7%	-3%
Cobrança	3.523	3.884	3.846	2.511	-9%	53%
Code7	24.058	21.562	22.416	11.165	12%	101%
CXdzain	26.093	20.744	20.537	N/a	26%	N/a

O maior destaque pode ser observado na vertical Cxdzain e Code 7, cujo percentual de receita por colaborador aumentou em 26% e 12%, respectivamente, em relação ao último trimestre. Quando comparamos os seis meses de 2021 com o mesmo período do ano passado temos uma melhora na receita por colaborador em 101% para Code 7 e 53% para a vertical de cobrança. Essa crescente melhora da receita por colaborador demonstra nossa eficiência na gestão e foco na geração de valor para a Cia.

Desempenho Financeiro

Receita Líquida de Vendas

	2T21	1T21	1S21	1S20	% Variação.	
					2T21	1S21
Contact Center	76.921	73.832	150.753	161.067	4,2%	-6,4%
Cobrança	37.917	44.882	82.799	60.270	-15,5%	37,4%
Code7	15.806	13.649	29.455	11.656	15,8%	152,7%
CXdzain	1.409	809	2.218	0	74,2%	N/a
Total	132.053	133.172	265.225	232.993	-0,8%	13,8%

No 2T21, nossa receita líquida apresentou retração de 0,8% em comparação ao 1T21, entretanto apresentamos um aumento de 13,8% considerando os seis primeiros meses de 2021 em relação ao mesmo período de 2020. O aumento se deu devido a conquista de novos clientes e serviços e o crescimento orgânico das operações já instaladas, com destaque para os serviços da vertical Code7, mais especificamente os produtos *Cloud*.

Os novos serviços disponíveis e o aumento da carteira de clientes estão relacionados com a aceleração da tendência de digitalização dos negócios de nossos clientes.

A vertical CXdzain iniciou suas atividades em 2021, e, ainda que com uma participação modesta, está com o desempenho acima de nossas expectativas orçamentais.

A composição de nossa carteira de serviços manteve-se praticamente inalterada, com vendas e cobrança sendo responsáveis por aproximadamente 87% do faturamento total, tendo menor representatividade receitas de Telecom e SAC, que seguem com baixa participação. Destaca-se ainda, crescimento do digital agora estruturado na Code7.

Outro fato que merece destaque é a baixa inadimplência por parte de nossos clientes no ano, resultado de renegociações pontuais de prazo, atestando a solidez das nossas parcerias.

Custos e despesas operacionais

	2T21	1T21	1S21	1S20	% Variação.	
					2T21	1S21
Custo dos serviços prestados	-94.343	-93.583	-187.926	-165.123	0,8%	13,8%
Despesas administrativas e gerais	-39.360	-34.862	-74.221	-72.199	12,9%	2,8%
Outras receitas (despesas) oper	1.354	221	1.575	-2.353	512,3%	-166,9%
Total	-132.349	-128.224	-260.572	-239.675	3,2%	8,7%

Os custos no trimestre apresentaram um pequeno aumento em virtude de custos adicionais com reestruturação e maior consumo de telefonia. As despesas administrativas e gerais apresentam crescimento de 12,9% no trimestre, sendo que 75% desse crescimento está concentrando em pessoas e o restante em despesas administrativas como energia elétrica, água e material de consumo e combate à pandemia.

EBITDA e Margem EBITDA

	2T21	1T21	1S21	1S20	% Variação.	
					2T21	1S21
Lucro (prejuízo) líquido	-11.304	-1.188	-12.492	-16.038	851,5%	-22,1%
(+) IR e CS	594	-564	30	-8.354	-205,3%	-100,4%
(+) Resultado financeiro líquido	10.414	6.700	17.114	17.706	55,4%	-3,3%
(+) Depreciação e amortização	10.768	10.782	21.550	20.538	-0,1%	4,9%
EBITDA	10.472	15.730	26.202	13.854	-33%	89%
Margem EBITDA	7,9%	11,8%	9,9%	5,9%	(2,1) p.p.	4,2 p.p

O EBITDA acumulado de seis de 2021 totalizou R\$ 26.202, um crescimento de 89% em relação ao mesmo período do ano anterior. Em relação ao último trimestre, a redução está relacionada com os aumentos de custos influenciados pelos afastamentos profissionais por conta da COVID-19, bem como uma redução principalmente na vertical de cobrança por conta da retração da economia.

Em relação a margem EBITDA, no 1S21 tivemos um aumento de 4,2 pp em relação ao 1S20, o que reflete o resultado mais eficiente dos custos e despesas operacionais em 2021, apesar das despesas extras ocorridas por conta da COVID-19.

Resultado Financeiro

	2T21	1T21	1S21	1S20	% Variação.	
					2T21	1S21
Receitas Financeiras	114	153	266	1.560	-25,5%	-83%
Despesas Financeiras	-10.528	-6.853	-17.380	-19.266	53,6%	-10%
Total	-10.414	-6.700	-17.114	-17.706	55,4%	-3%

O resultado financeiro neste período apresentou um aumento de 53,6% em relação ao trimestre anterior, em virtude principalmente do aumento de despesas com AVP, por conta do aumento das taxas de juros. Entretanto quando comparamos as despesas de seis meses de 2021 com o mesmo período do ano anterior, temos uma redução nas despesas em 10% ocasionadas principalmente pela redução da dívida líquida da Cia.

Destaques do Balanço e Fluxo de Caixa

Caixa (Caixa, equivalentes de caixa e aplicações financeiras)

Em 30 de junho de 2021, o saldo de Caixa e equivalentes de caixa e aplicações financeiras era de R\$ 39.681, uma redução de 26,8% em relação à R\$50.333 milhões registrados em 31 de dezembro de 2020. Ocorre que, neste

trimestre tivemos uma redução de entradas de caixa, conforme demonstramos na redução da receita e, em dezembro tivemos algumas antecipações de recebimentos (clientes que pagariam em 2021 e anteciparam os valores conforme negociação comercial).

Contas a Receber

O Contas a Receber totalizou o semestre com R\$167.348 mil, crescimento de 4,9% vs R\$159.221 mil em dezembro de 2020. O aumento está em linha com a expansão da carteira de clientes e serviços. Nossos clientes apresentam baixíssimo risco de inadimplência, contribuindo para uma PDD relativamente baixa se comparado aos outros *players* do mercado. Não observamos também aumento considerável do prazo médio de recebimento. Fizemos negociações pontuais com alguns clientes, a ponto de não prejudicar a gestão do Caixa. Consideramos isso algo a ser comemorado diante do cenário adverso que ainda estamos vivenciando.

Imobilizado

O ativo imobilizado apresentou queda de 2,54% em relação a dezembro de 2020, totalizando R\$71.472 mil. Este resultado pode ser explicado pelo crescimento da depreciação acumulada, que vai aumentando conforme os ativos aproximam-se do fim de sua vida útil. Devido ao cenário causado pela pandemia, não fizemos aquisições relevantes de ativos que compensassem o crescimento da depreciação, gerando um resultado menor nesta rubrica.

Endividamento

	2T21	1T21	1S21	1S20	% Variação.	
					2T21	1S21
Dívida Bruta	177.234	185.234	177.234	193.545	-4%	-8,4%
Caixas, Equiv. e Aplicações	-39.681	-32.464	-39.681	-72.431	22%	-45,2%
Inst. Financeiros Derivativos	2.314	-36	2.314	1.400	-6528%	65,3%
Dívida Líquida	139.867	152.734	139.867	122.514	-8%	14,2%
EBITDA	60.392	59.577	60.392	30.768	1%	96,3%
Dívida Líquida / EBITDA	2,32	2,56	2,32	3,98	(0,25)p.p	(1,67)p.p

A dívida da Companhia é composta por financiamentos obtidos junto à bancos de primeira linha e por debêntures emitidas em 2020. O endividamento total em 2T21, estava 4% menor do que no trimestre anterior principalmente por conta dos pagamentos ocorridos no período. Ao compararmos o 1S21 com o 1S20, a redução se deu em 8,4%.

Encerramos o trimestre com uma relação Dívida Líquida/EBITDA de 2,32x, 0,25 pp inferior ao índice do 1T21.

Fluxo de Caixa Operacional

	2T21	1T21	1S21	1S20	% Variação.	
					2T21	1S21
Atividades operacionais	30.476	-1.384	29.092	32.732	-2302,0%	-11,1%
Atividades investimentos	-17.736	-9.606	-27.342	-13.361	84,6%	104,6%
Atividades financiamento	-4.467	-6.924	-11.391	13.124	-35,5%	-186,8%
Var. de caixa e equivalentes de caixa	8.273	-17.914	-9.641	32.495	-146,2%	-129,7%

Ao compararmos o 1S21 com o mesmo período do ano anterior, apresentamos uma redução nos caixas e equivalentes de caixa porque nossos investimentos em 2021 foram maiores, principalmente na linha de Aquisições de ativo imobilizado e intangível e tivemos uma parcela maior de pagamentos de cotas da Compra da Code 7. Adicionalmente nossas atividades de financiamento foram reduzidas, pois no ano passado tivemos uma entrada de caixa significativa por conta da 1ª. emissão das debêntures.

Investimentos

Com o objetivo de continuar prestando um atendimento de excelência para nossos clientes, nosso CAPEX apresentou a seguinte distribuição e variações:

	2T21	1T21	1S21	1S20	% Variação.	
					2T21	1S21
Softwares e Desenvolvidos	4.432	2270	6.702	3.902	95,2%	71,8%
Benfeitorias e Mobiliários	877	604	1.481	1.119	45,2%	32,4%
Equipamentos de informática	888	1766	2.654	2.339	-49,7%	13,5%
Arrendamentos mercantis	7.255	0	7.255	-	N/a	N/a
Outros	-83	98	15	313	-184,7%	-95,2%
CAPEX TOTAL	13.369	4738	18.107	7.673	182,2%	136,0%

A linha de Softwares e Desenvolvidos apresentou aumento de 95,2% neste trimestre em relação ao 1T21, reforçando o foco da Companhia em investir no segmento de tecnologia. Na linha de arrendamentos mercantis, os valores adicionados referem-se a renovação dos contratos de aluguel de 3 unidades da Cia.

SOBRE A CONNVERT GESTÃO DE RELACIONAMENTOS S.A.

A Flex oferece soluções completas para atender as necessidades de interação empresa-cliente. Fundada em 2009 com o propósito de “Fazer a Diferença na Vida das Pessoas”, a Companhia foi erguida sob valores sólidos e segue orientada por uma missão e visão de futuro compartilhadas. Hoje, a empresa é uma das seis maiores do setor, com mais de 11 mil profissionais e 11 unidades operacionais localizadas em São Paulo, Santa Catarina e Rio Grande do Sul.

Com inovações tecnológicas e ferramentas digitais, a Flex desenvolve um amplo repertório de atividades que envolve interações por meio de diversos canais de comunicação. Essas atividades são agrupadas em operações, referentes à produtos ou campanhas específicas, nas quais a Companhia representa a própria empresa contratante ou relaciona-se em seu nome. A oferta de serviços caracteriza a Flex como provedora *full service*, com atuação em vendas, serviço de atendimento ao cliente (SAC), recuperação de créditos (cobrança) e retenção. A atuação é especializada para cada serviço prestado e para as empresas que compõem sua carteira de clientes.

A Flex está posicionada como uma liderança emergente entre as principais companhias de gestão de relacionamentos do Brasil e, desde 2014, conta com investimento do Grupo Stratus.

Com o objetivo de otimizar a sua estrutura de atendimento a clientes e para continuidade do crescimento e valorização da empresa, a Flex anuncia uma nova arquitetura para seu negócio. No novo desenho corporativo, as áreas de BPO, CX (*customer experience*) e Tecnologia assumem identidades distintas e complementares. Enquanto a marca Flex BPO (*Business Process Outsourcing*) vai abrigar as operações de contact center e cobrança que deram origem à empresa, todos os produtos e soluções de tecnologia adquiridos e desenvolvidos pela Companhia, incluindo as plataformas *cloud* para gestão de relacionamentos, passam a ser vendidos sob a nova marca Code7 (consolidando as atividades e serviços digitais da Ayty, Zaas, xLab e desenvolvimento de produtos na Flex).

A empresa também anuncia a criação de uma nova linha de negócios voltada exclusivamente à oferta de serviços de CX Design, que concentrará todas as atividades de inteligência competitiva, *advanced analytics* e construção de jornadas para geração de valor na relação com consumidores e clientes.

Completando esse novo modelo, uma nova entidade corporativa, nomeada de CONNVERT, passa a ser a responsável pelo controle e pelo alinhamento entre as unidades.

FLEX BPO

A Flex oferece soluções *full service* para terceirização de processos de negócios - BPO, disputando o mercado de empresas que terceirizam ou tem intenção de terceirizar seus processos internos ou atividades específicas de gestão de relacionamentos, como vendas, cobrança e atendimento. Entre seus diferenciais competitivos, a Flex se destaca pela liderança na oferta de soluções multicanais, pelo alto grau de digitalização, pela utilização de digital *analytics* e pelo desenvolvimento de estratégias de linguagem para maior assertividade e eficiência nas operações.

- **CONTACT**

- **VENDAS:** Envolve a comercialização de produtos e serviços de acordo com processos e ofertas detalhadas pelas empresas contratantes. A Companhia recebe uma lista com informações dos clientes que devem ser contatados. Essa lista passa por processos de higienização e, em alguns casos, enriquecimento. Na sequência, discadores distribuem automaticamente as chamadas (DAC) bem-sucedidas para profissionais treinados em cada produto para a realização da abordagem. O escopo do trabalho ainda conta com auditorias de venda e monitoramento das chamadas.
- **SERVIÇO DE ATENDIMENTO AO CLIENTE (SAC):** O serviço é ofertado de forma personalizada para cada empresa por meio do fornecimento de canais de contato para clientes, tais como voz (0800, 4004, número de lista), e-mail, chat e mídias sociais. As interações são segmentadas por Unidades de Resposta Audível (URAs) ou menus, que indicam a fila para onde cada demanda é encaminhada. A partir desse ponto, as interações são distribuídas para profissionais treinados. Geralmente, eles acessam sistemas (CRM, *help desk*) fornecidos pelas empresas contratantes para levantar as informações necessárias ao processamento dos atendimentos ou para direcionar as solicitações dos próprios clientes finais.
- **RETENÇÃO:** Também é conhecida pelo termo em língua inglesa “*win back*”. O processo se inicia quando o cliente manifesta seu desejo de descontinuar a prestação de serviços com determinada empresa. Nesse momento, profissionais treinados abordam os clientes e trabalham no sentido de reverter sua decisão de cancelamento. Operações de retenção costumam assumir o formato *blended*: que implica atendimento receptivo (*inbound*), quando o cliente aciona a empresa para a desistência, e também ativo (*outbound*), no qual os discadores automáticos localizam os clientes e realizam a transferência para os profissionais.
- **RECUPERAÇÃO DE CRÉDITOS - COBRANÇA**

Nas operações de cobrança são criadas estratégias de abordagem que consideram as informações das carteiras de devedores, com ênfase nos dados fornecidos, idade da dívida e condições de negociação. A partir dessas informações são elaboradas réguas de acionamento, com definição de quais canais serão utilizados (voz, e-mail, SMS, carta) e em quais períodos. Os profissionais das operações de cobrança são chamados negociadores. Eles abordam os clientes devedores, geralmente de forma ativa, e estabelecem promessas de pagamento de dívidas.

Os serviços apresentados estão principalmente orientados para o canal de voz. Entretanto, acompanhando o processo de digitalização, a Companhia apresenta uma dinâmica consistente de utilização de canais alternativos, como SMS, chat, e-mail, mensagens instantâneas e mídias sociais. A aplicação dessas novas tecnologias permite aos clientes interagir pelo canal de sua preferência, bem como escolher o momento no qual a interação ocorrerá. Além disso, a utilização de agentes virtuais em processos de localização de contatos, auditoria e negociação já é uma realidade que, adicionada às possibilidades de autosserviço, reforça a importância da tecnologia na gestão de relacionamentos.

CODE7

A Code7 nasceu da união de competências e tecnologias da Ayty Tech, Zaas Digital, Mozaik Cloud e do Laboratório de Inovação (xLab). Marca de tecnologia do Grupo Connvert., a Code7 atua no desenvolvimento e comercialização de *softwares* para facilitar a comunicação entre empresas e seus consumidores. Tem entre seus principais produtos:

- **CODE7 OMNI:** Plataforma omnichannel para gestão de relacionamentos com clientes, ela é baseada em nuvem e integra todos os canais de atendimento em um único portal. A solução melhora a interação entre empresas e consumidores, atendendo desde pequenas empresas até grandes operações. Possibilita a comunicação por *WhatsApp Business*, voz, e-mail, SMS, chat, *Twitter* e *Facebook Messenger*, centralizando todo o histórico de relacionamento através de uma experiência superior para consumidores e profissionais de atendimento ao cliente.
- **CODE7 SENDFY:** É uma plataforma de comunicação que permite enviar e gerenciar o envio de mensagens via SMS, e-mail, *WhatsApp Business*, *Chat*, *Instagram*, *Twitter* e *Facebook Messenger*. Todos os canais de comunicação por mensagem, centralizados num único módulo.
- **CODE7 BOTERIA:** A Boteria é uma plataforma para construção de *chatbots*, de forma visual e sem a necessidade de codificação. A plataforma possibilita criar, de forma simples e

rápida, toda a árvore de interação apenas arrastando e soltando módulos. Depois, basta um clique para publicar o *bot* finalizado no seu canal preferido: *WhatsApp Business, Web Chat, Facebook Messenger, SMS, Telegram, E-mail e Slack.*

- **CODE7 PABX VIRTUAL:** O PABX Virtual oferece todas as funcionalidades de um PABX físico em um computador ou telefone celular, com a facilidade e a mobilidade que só uma solução na nuvem pode oferecer. A comunicação por voz possui excepcional qualidade de chamadas porque utiliza canais de telefonia convencional do tipo ISDN. Isso quer dizer qualidade total de voz, com a compatibilização de custos que só os sistemas digitais podem viabilizar. Solução perfeita para modelo de trabalho em home office.
- **CODE7 CONTACT CENTER:** Todos os softwares que uma empresa de contact center precisa, integrados numa única plataforma:
- **Code7 CRM:** A gestão de todos os canais de relacionamento com clientes para grandes operações de Contact Center. O Code7 CRM permite gerenciar o relacionamento com os clientes de forma centralizada e transparente. Construído para suportar as mais robustas operações de Contact Center, pode ser utilizado para dar suporte tanto a estratégias de vendas como de atendimento ao cliente e SAC.
- **Code7 Dialer System:** É um discador inteligente que realiza e gerencia o fluxo de chamadas telefônicas de forma automatizada conforme estratégias específicas de venda, cobrança ou outro modelo de negócio. O discador localiza o consumidor e transfere para os operadores, que recebem o usuário ativo no outro lado da linha, sem perder tempo. Durante o andamento das chamadas, o discador prevê o encerramento das ligações ativas e identifica o momento certo para discar para dezenas, centenas ou até milhares de novos números, garantindo o fluxo constante de contatos efetivos e otimizando a performance do time de atendimento. Pode ser utilizado nos modos:

Preview - Rotina automática onde o atendente faz a chamada ou atendimento após receber informações sobre o perfil do cliente;

Preditivo: Calcula múltiplas variáveis e indicadores para que o algoritmo defina o ritmo de discagem mais adequado, potencializando a produtividade de cada operação;

Power: Distribui as chamadas com base nos atendentes disponíveis ou ociosos e filtra os contatos para identificar quais acionar a cada momento.

- **Code7 Agente Virtual:** São robôs de áudio responsáveis por executar tarefas previsíveis e repetitivas com a eficiência que nenhum humano consegue ter. Os recursos humanos das operações podem se dedicar melhor aos atendimentos que exigem a decisão, o discernimento, a capacidade de negociação e a sensibilidade que só um humano consegue ter. Os agentes podem ser:

Localizador: Depois de fazer as chamadas, o Agente Virtual confirma a identidade da pessoa procurada antes de transferir a chamada para um atendente, aumentando muito as taxas de CPC (Contato com a Pessoa Certa) da sua operação;

Negociador: Apresenta cobranças de dívidas, oferece alternativas de pagamento de débitos e negocia acordos com os devedores até a emissão e envio dos boletos, sem interação humana, obtendo altos índices na conversão porque interpreta linguagem natural, entendendo praticamente qualquer tipo de expressão.

Preventivo: Reduz a inadimplência e os atrasos em pagamentos, emitindo avisos de vencimento e lembretes para os clientes sobre parcelas a pagar.

Auditor: Permite realizar a etapa de Auditoria gravada de contratos de venda realizados por atendentes virtuais ou humanos. Em uma simples chamada, o Agente Virtual valida as vendas e processos, eliminando a necessidade de operadores humanos.

Todos os Agentes Virtuais permitem programar a transferência da chamada para atendentes humanos em caso de necessidade ou de demandas mais complexas.

CXdzain

Unidade de negócio da Connvert, a CXdzain surgiu para arquitetar soluções com base na realidade e necessidade de cada negócio. Para entender como tornar os processos de comunicação, relacionamento e engajamento ainda mais eficientes, a CXdzain conta com um time de especialistas e soluções disruptivas, para melhorar a experiência dos consumidores em todos os seus pontos de contato com as marcas. Nossas áreas de atuação são:

- **ASSESSMENT:** Com especialistas para um diagnóstico completo da necessidade e das oportunidades que as tecnologias Connvert e de nossos parceiros estratégicos podem oferecer para o negócio;
- **ARQUITETURA DE SOLUÇÕES:** Os especialistas da CXdzain orientam o cliente sobre quais ferramentas e soluções fazem mais sentido para o negócio dele, sempre considerando seus objetivos e seu cenário tecnológico atual;

- **CONSTRUÇÃO DE JORNADAS:** Garantindo que as ações e ferramentas de comunicação estejam orientadas por um fluxo completo e bem planejado, pensado para atender clientes e usuários da forma mais eficiente;
- **LABORATÓRIO DE INOVAÇÃO:** Um espaço para validação de soluções, novas jornadas e conceitos, em um contexto de experimentação e aprendizado rápido;
- **UX - USER EXPERIENCE:** Com especialistas em linguagem, design e usabilidade para construir as melhores experiências para os usuários, garantindo mais engajamento e mais resultados;
- **LANGUAGE LAB:** Com conteúdos criados por especialistas, tem foco na construção da linguagem mais adequada para cada público, canal e necessidade;
- **CURADORIA:** Com especialistas para analisar as interações em diversos canais, propor adequações e novos fluxos, além de garantir a efetividade;
- **ADVANCED ANALYTICS E BIG DATA:** Por meio de dados é possível conhecer tudo sobre os leads e clientes, incluindo necessidades, comportamentos e outras características que são correlacionadas de diversas formas para identificar a melhor maneira de atendê-los, além de indicar a estratégia mais adequada para cada interação.