



CONFORTURIS



Formação para a Inovação e Gestão:

Curso: Atendimento - Processos e Casos Práticos no Serviço de Hotelaria

Formadora: Patrícia Ferreira

Conteúdo Programático

- Processo de Atendimento
 - Acolhimento
 - Atendimento
 - Finalização/despedia
- Procedimentos no atendimento ao Cliente
 - Assertividade e empatia
 - Observação/diagnóstico das expectativas e pretensões dos clientes
 - Objecções e argumentação – Separação dos factos das opiniões
 - Valorização do cliente
 - Promessa e cumprimento
 - Diagnóstico do grau de satisfação do cliente
- Gestão de reclamações
 - A importância das reclamações
- Tratamento de reclamações



O Cliente é Rei!

Definição de Atendimento

- **Ato ou efeito de atender;**
- **Maneira como habitualmente são atendidos os clientes de determinado serviço.**

Dicionário

O CLIENTE

O cliente é a primeira e principal
razão para a existência da
Organização / Empresa.

Que faríamos sem clientes?... ..
Nada!

- A imagem de qualquer Organização / Empresa é transmitida por todos os que nela trabalham. No entanto, são aqueles que contactam com o público (**cliente**) os que mais podem influenciar negativa ou positivamente essa imagem.
- Deve existir a preocupação de um bom desempenho e de satisfação do cliente, quer se trate de um cliente externo ou de um cliente interno.
- Existem algumas normas para quem desempenha a função de estabelecer, manter, orientar e organizar contactos com o público (**clientes**):

- ✓ Familiarizar-se com a Organização. Conheça os seus serviços e as pessoas que a compõem;
- ✓ Conserve tudo arrumado no seu posto de trabalho e procure ter à mão todos os impressos, documentos e informações necessárias;
- ✓ Mantenha-se informado e interesse-se pelos problemas correntes do serviço;
- ✓ Mantenha a calma, independentemente da dificuldade de cada situação;
- ✓ Procure raciocinar rapidamente;
- ✓ Mantenha a descrição;

- ✓ Admita que o erro pode ser seu ou da Empresa;
- ✓ Procure fazer sentir a quem espera que não está esquecido;
- ✓ Procure responder prontamente;
- ✓ Utilize uma linguagem adequada;
- ✓ Tente sempre compreender o ponto de vista das outras pessoas;
- ✓ **Use a simpatia, sorria... e atenda!**

Processo de Atendimento

Acolhimento



Os Gestos

O Sorriso



Olhar para o cliente

Quando se dirige ao Cliente, a primeira impressão é sempre a mais importante, pois está a passar para o Cliente a imagem da empresa.

Passos importantes para causar uma boa
Impressão:

SAUDAR O CLIENTE

“Bom dia”
“Boa Tarde”
“Boa Noite”

OFERECER AJUDA

“Posso ajudá-lo?”
**“Em que posso ser
útil?”**
“Necessita de ajuda?”

O Cumprimento ao Cliente é...

- ✓ A oportunidade de criar uma primeira impressão positiva
- ✓ Mostrar que está disponível para o Cliente
- ✓ Garantir que o Cliente irá receber um bom atendimento

Processo de Atendimento

Atendimento

Perceber as Necessidades do Cliente

Cada Cliente tem as suas próprias necessidades, desejos, sentimentos, vontades, anseios e expectativas.

Tal como qualquer um de nós, os nossos Clientes necessitam sempre de:

Serem compreendidos

Dar a entender ao cliente que os estamos a compreender.

Serem bem recebidos

É importante que o Cliente sinta que o estão a atender com prazer.

Sentirem-se importantes

É uma arma poderosa fazer o seu Cliente sentir-se importante.

Conforto

Os Clientes precisam sentir que o espaço é um lugar confortável, onde serão bem tratados e as suas necessidades satisfeitas.

Para identificar as necessidades dos Clientes, deve estar atento e utilizar uma ferramenta fundamental.

Sabe qual é?

A COMUNICAÇÃO

O que é comunicar?

- Comunicar é o que nos permite estabelecer uma relação com os outros, trocando ideias, sentimentos e experiências.
- 4 Técnicas de Comunicação para comunicar melhor com os seus clientes.

1º A Sintonia da Mensagem Verbal e Não Verbal

- A comunicação não é só através de palavras. Existe mesmo em silêncio.
- Quando comunicamos enviamos 2 tipos de mensagens:

Mensagem Verbal



Palavras

Mensagem Não Verbal



**Gestos, Sorriso, tom
Voz, expressão facial
e corporal.**

Assim, o Profissional de Atendimento deve comunicar muito bem de 2 formas:

Verbalmente

- Cumprimenta todos os Clientes
- Apresenta alternativas
- Não utiliza negações “eu não..”, “impossível”
- Utiliza palavras simples e positivas, “sim, com certeza”, “é possível”.
- Despede-se dos Clientes

Não Verbalmente

- Sorri
- Olha o Cliente nos olhos
- Escuta com interesse
- Mostra dinamismo e entusiasmo

2º A Escuta Ativa

- Escutar é diferente de ouvir.
- A escuta ativa implica ter a capacidade para identificar o que o Cliente “Quer” e “Sente”.
- O profissional de Atendimento deve:
 - Mostrar-se interessado
 - Evitar distrair-se e ouvir até ao fim

- Concentrar-se naquilo que o Cliente diz
- Dar a perceber que compreende o que o Cliente lhe diz
- Não fazer suposições sobre o que o Cliente diz
- Deixar o Cliente falar sem o interromper, duvidar, criticar ou contradizer.

3º A Eficácia das Perguntas

Objectivo

- Mostrar interesse pelo Cliente
- Obter a informação de que necessitamos
- Estimular o diálogo

Para que a conversa seja produtiva e objetiva, o Profissional deve fazer perguntas

Utilizando a Técnica do Funil

Perguntas Abertas

**Perguntas
Alternativas**

**Perguntas
Fechadas**

- **Perguntas abertas** – Levam o Cliente a expressar-se livremente, começam por: Como, o quê, porquê, qual...
- **Perguntas alternativas** – Permitem obter informações precisas e orientar as respostas. “Prefere este ou aquele?”
- **Perguntas fechadas** – Exigem uma resposta precisa: Sim, Não, um número.

4º A Reformulação

Consiste em ouvir a expressão de um Cliente e em repeti-la com o objetivo de confirmar a compreensão das suas necessidades e intenção de compra.

“Se compreendi bem, o que pretende é.....”

“Se eu bem entendi...”

“Se eu compreendi, o que o Sr. disse foi...”

Resolver os problemas do Cliente

- Uma reclamação é caracterizada pelo descontentamento ou insatisfação do cliente em relação aos produtos e/ou serviços.
- Muitas vezes os Clientes difíceis estão apenas a exprimir uma necessidade, embora escolham uma forma inadequada e indelicada de a manifestar.

Preocupe-se em:

Lidar com as emoções

Compreendendo

Escutar as opiniões

Sem se manifestar

**“Compreendo o que
sente...”**

**“Estou a ver porque
é que isso o
preocupa...
“Estou a perceber...”**

Centrar-se nos Factos

Escutando e desenvolvendo um esforço para encontrar uma solução comum.

**“Se eu bem entendi,
o que aconteceu
foi...”**

Processo de Atendimento

FINALIZAÇÃO / DESPEDIDA DO CLIENTE

Saiba despedir-se dos seus Clientes para eles regressarem.

Algumas expressões que poderá utilizar

- **“Obrigado e boa tarde”**
- **“Volte sempre”**
- **“Espero que tenha gostado de estar connosco”**
- **“Boa tarde e até à próxima”**
- **“Esperamos vê-lo em breve”**

Desta forma teve a preocupação de cumprir o processo de Atendimento e vai seguramente conseguir ter Clientes fidelizados ao Hotel e a si...

Preocupe-se em mostrar aos seus Clientes que os Profissionais de Atendimento estão sempre do lado do Cliente.

Procedimentos no atendimento ao Cliente

ASSERTIVIDADE E EMPATIA

A Assertividade é um processo de auto afirmação que se vai aprendendo e consolidando, no nosso relacionamento diário com os outros.

E o que é a Assertividade?

Atitude assertiva é “a capacidade de expor um ponto de vista pessoal com argumentos expressos de forma clara e objetiva, evitando a atribuição de duplos sentidos por parte dos interlocutores.”

(RH Center, 2005:13)

A atitude assertiva é uma atitude equilibrada.

A assertividade dá-nos a possibilidade de:

- Relacionamento positivo;
- Expressar sentimentos de forma directa e honesta;

- Respeitar as necessidades e direitos dos outros;
- Simplificar as relações;
- Percepcionar da melhor forma o real ;
- Sermos nós próprios (sem inibições, timidez ou constrangimentos).

Ser assertivo é:

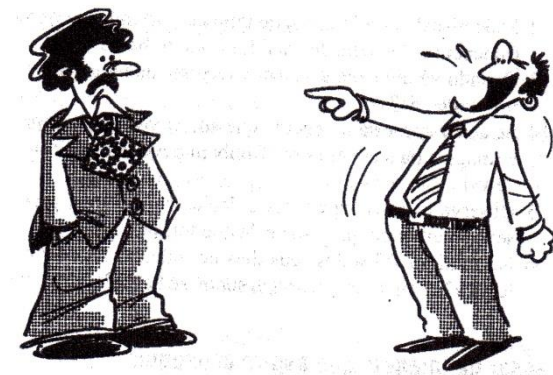
- Ser capaz de exprimir a sua personalidade sem suscitar hostilidade;
- Saber dizer não sem se sentir culpado;
- Saber tomar decisões difíceis e impopulares;
- Ser capaz de gerir o seu próprio destino;

- Saber estabelecer comunicações honestas e abertas;
- Privilegiar a responsabilidade individual em todos os seus actos.

Etapas a ultrapassar para atingir um comportamento assertivo:

- Afirmar os seus direitos respeitando os outros;
- Adotar atitudes e objetivos assertivos;

- Saber criticar e aceitar as críticas;
- Saber enfrentar as agressões morais e psicológicas injustificadas.



Método para aumentar a assertividade:

- Fixar objectivos
- Aceitar e descobrir o meio=negociar
- Construir um plano

D.E.P.E

D – Descrição – descrever de forma precisa o comportamento do outro e que se deseja alterar.

E – Expressar – Expressar preocupações, críticas e sentimentos que esse comportamento provoca em nós.

P – Proposta – propor uma alteração realista ao alcance do outro, para que altere o que desagrada ao outro.

E – Efeito – Anunciar as consequências, ganhos, cedências para ambas as partes, nas alterações propostas:

Procedimentos no atendimento ao Cliente

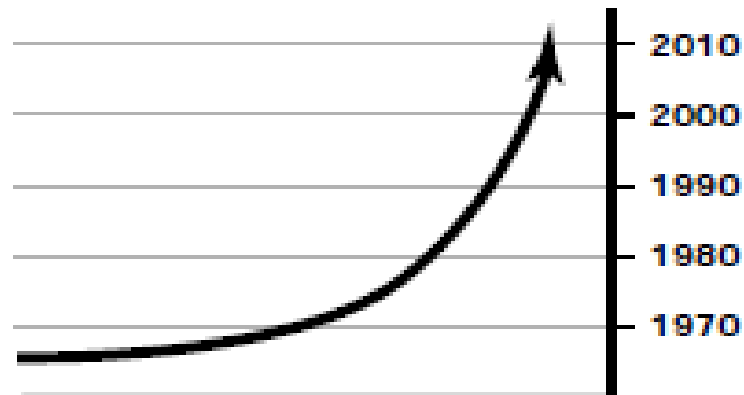
Expectativas dos clientes

Os clientes têm expectativas sobre o que compram, e as mesmas são:

- ✓ Por vezes promovidas por outros fornecedores, ex.: Companhias aéreas, outros Hotéis, Restaurantes, etc. Estão sempre a competir com as outras companhias.
- ✓ Da continua evolução e desenvolvimento da procura. Nunca se pode sentar e ficar descansado à espera que os clientes venham sempre ter connosco, têm que evolui, melhorar o produto a apresentar ao cliente.

Os vossos standards no atendimento ao cliente têm que estar numa curva a subir.

Procurem manter os Clientes encantados em cada contacto excedendo as suas expectativas em cada contacto que estabelecem.



Atendimento ao cliente

Os vossos Clientes compram uma experiência, e tudo o que fazem parte da experiência.

Se o atendimento ao cliente for mau, a experiência do mesmo será má.

Um bom atendimento ao cliente é o que muitas vezes diferencia um Hotel do outro.

Atendimento ao cliente

O que podemos fazer para melhor o Atendimento

Para prestar um bom Atendimento ao Cliente é necessário:

- Um bom conhecimento do produto ou serviço e das necessidades do cliente;
- Boas técnicas de comunicação. É necessário saber o que o cliente precisa, ouvi-los, e explicar corretamente toda a informação que necessitar passar para o cliente, para que o mesmo não tenha surpresas mais tarde;

O que podemos fazer para melhor o Atendimento

Para prestar um bom Atendimento ao Cliente é necessário (cont.):

- Uma atitude positiva: dedicação em prestar um atendimento correto desde o início e ajudar os colegas a fazerem a mesma coisa;
- Atenção ao detalhe;
- Vontade de assumir responsabilidade;
- Confiança em manter a calma mesmo sobre pressão.

Qualidade do Atendimento

O bom Atendimento não é só a campanha do Sorriso, é também:

- A qualidade **do serviço que prestamos;**

E

- A qualidade **de como prestamos** o serviço. A qualidade não só simpatia é também ter atenção às necessidades e expectativas dos clientes.

Comportamentos a adotar no Atendimento ao Cliente que causam impacto positivo

- ✓ Manter a postura ideal para que o impacto seja positivo:
 - apresente-se de forma cuidada, dando particular atenção à farda e ao seu aspeto físico;
 - mantenha sempre uma postura vertical

Comportamentos a adotar no Atendimento ao Cliente que causam impacto positivo (cont.)

- ✓ Escolher os gestos que traduzem disponibilidade e simpatia:
- olhe o cliente nos olhos;
- sorria quando achar que se justifica;
- atenda o cliente de braços abertos.

Comportamentos a adotar no Atendimento ao Cliente que causam impacto positivo (cont.)

- ✓ Utilizar a voz como uma ferramenta para um relacionamento:
- utilize um timbre mais grave;
- fale num tom normal;
- expresse-se com ritmo, mas de uma forma calma e pausada.

Comportamentos a adotar no Atendimento ao Cliente que causam impacto positivo (cont.)

- ✓ Apostar em expressões universais que cativam todos os clientes:
- seja cortês, trate os clientes por “Sr., Sra. Menina, Menino”;
- se puder trate o cliente pelo seu nome;
- aplique expressões de polimento (“faça favor...”; “Obrigado”).

Comportamentos a evitar no Atendimento ao Cliente

Visualmente:

- ✓ Postura incorreta e má apresentação pessoal
- ✓ Ausência de sorriso
- ✓ Ignorar o contacto visual com o outro
- ✓ Emoções descontroladas

Comportamentos a evitar no Atendimento ao Cliente

Visualmente (cont.):

- ✓ Gestos bruscos, agressivos, inadequados
- ✓ Utilização de linguagem baseada sempre no NÃO ou NÃO DEVE FAZER
- ✓ Estar a comer, beber, mascar pastilha elástica ou fumar
- ✓ Área de trabalho desarrumada

Comportamentos a evitar no Atendimento ao Cliente

Verbalmente:

- ✓ Ignorar a presença do outro
- ✓ Não mostrar preocupação pelo outro
- ✓ Não mostrar disponibilidade de escuta em relação ao Cliente
- ✓ Não respeitar o espaço do Cliente

Comportamentos a evitar no Atendimento ao Cliente

Verbalmente (cont.):

- ✓ Criticar o Cliente
- ✓ Não fornecer feedback ao Cliente
- ✓ Ignorar o conforto do Cliente
- ✓ Ao reestabelecer o contacto não pedir desculpa por qualquer atraso

Comportamentos a evitar no Atendimento ao Cliente

Usar expressões pouco adequadas ou ambíguas:

✓ que induzem **Atitude Negativa**

“de maneira nenhuma...”

“não, não estou de acordo...”

“agora é impossível...”

“não lhe garanto nada...”

“já lhe disse isso não sei quantas vezes...”

“o problema é seu...”

Comportamentos a evitar no Atendimento ao Cliente

Usar expressões pouco adequadas ou ambíguas:

✓ que geram **Dúvida**

“o senhor poderá talvez...”

“pode eventualmente...”

“apesar de tudo...”

“parece-me que...”

Comportamentos a evitar no Atendimento ao Cliente

Usar expressões pouco adequadas ou ambíguas:

✓ que estabelecem **Fadiga**

“deixe-me dizer-lhe que...”

“para melhor me fazer compreender...”

“em outros termos...”

“em minha opinião, eu proponho que...”

Comportamentos a evitar no Atendimento ao Cliente

Usar expressões pouco adequadas ou ambíguas:

✓ que potenciam **Conflito**

“o que diz é falso...”

“houve um erro da sua parte...”

“o senhor não me está a compreender...”

O que ter em conta no Atendimento ao Cliente

Na primeira impressão



**Apresente-se cuidadosamente
+
Acolha bem o Cliente
+
Seja simpático(a)**

O que ter em conta no Atendimento ao Cliente (cont.)

No Atendimento



Dê atenção exclusiva
 +
Recolha e dê informação
 +
Apresente soluções

- ✓ Verifique as necessidades do Cliente
- ✓ Procure informação, mesmo quando esta é escassa
- ✓ **Use expressões adequadas:**

questões abertas neutras

“Como posso ajudá-lo?”

“O que posso fazer por si?”

“Em que posso ser-lhe útil?”

questões abertas orientadas

“Qual a solução mais adequada?”

Use expressões adequadas (cont.):

questões fechadas neutras

“Recebeu o nosso fax?”

“Prefere regularizar agora?”

questões fechadas orientadas

“Prefere outra solução?”

“Prefere deste modo?”

Use expressões adequadas (cont.):

questões fechadas neutras

“Recebeu o nosso fax?”

“Prefere regularizar agora?”

questões fechadas orientadas

“Prefere outra solução?”

“Prefere deste modo?”

Elimine o uso de expressões inadequadas:

Minimizantes

“uma palavrinha...”; “um favorzinho...”; “um momentinho...”

Hesitantes

“vai-se tentar...”

Compromissos frouxos

“vamos ver...”

O que ter em conta no Atendimento ao Cliente (cont.)

Em resumo

**Oriente o Cliente
+
Despeça-se com simpatia**

Encerramento do Atendimento ao Cliente

É fundamental:

- ✓ manifestar disponibilidade
- ✓ utilizar, uma última vez, na sua despedida o nome do Cliente (quando possível)

Procedimentos no atendimento ao Cliente

Valorizar os Clientes

Atendimento ao cliente

Valorizar os Clientes

Um bom Atendimento ao Cliente é:

- Tratar os clientes com respeito e pensar neles como pessoas que a empresa pode ajudar com os seus serviços, em vez apenas serem pessoas a quem podemos “impingir qualquer coisa”;
- Aprender quais as necessidades de cada cliente, ajudando-os a encontrar os produtos ou serviços que possam satisfazer essas necessidades;

Valorizar os Clientes

Um bom Atendimento ao Cliente é (cont.):

- Ser atencioso e oferecendo ajuda mesmo depois da saída do cliente;
- Fazer com que os clientes saiam contentes com o serviço que lhe foi prestado, para que regressem;
- Desenvolver uma relação de longa duração com os clientes;
- Colocar as necessidades do Cliente primeiro.

Procedimentos no atendimento ao Cliente

Promessa e Cumprimento

Oferecer um Bom Atendimento ao Cliente

Qualquer coisa que não seja uma Bom Atendimento passará despercebido pelos Clientes, e poderá não os fazer regressar.

É fácil pensar em formas para encantar os clientes, mas sempre tendo em conta as suas necessidades. O atendimento ao cliente é também chamado por Atenção ao cliente, porque nos preocupamos com eles. A vossa primeira preocupação é para com as necessidades do cliente e depois com a venda.

Promessa para um Bom Atendimento ao Cliente

Não se pode prometer algo ao cliente que não vamos poder cumprir.

Devem ser honestos com o Cliente e informá-los que certos pedidos não poderão ser alcançados, do que passar uma imagem e/ou mensagem errada e aí terão problemas.

I – Confiança

Para o Cliente é importante saber que pode confiar nas expectativas que lhe criaram. Nesse sentido, tenha sempre em mente o seguinte:

- Deixe bem claro aquilo que pode oferecer.
- Nunca prometa o que não pode cumprir.
- Cumpra sempre o que promete.

II – Rapidez de resposta

A resposta a um problema é definida como rápida se for ao encontro das expectativas e necessidades do cliente.

Informe-se sobre o prazo adequado para responder ao cliente.

Quantifique o tempo de espera.

Assuma a regra do pôr-do-sol: informe o cliente no próprio dia sobre o desenvolvimento da resolução do seu problema.

III – Competência

O cliente apercebe-se da sua competência com base nos conhecimentos relevantes que possui para a resolução do problema e na capacidade real de resposta demonstrada para obter resultados satisfatórios.

Mantenha-se bem informado sobre os serviços que presta, procurando ativamente informação atualizada.

Faça questão de conhecer bem o funcionamento da sua organização, a sua política face aos clientes e a sua capacidade de resposta.

Escute atentamente o cliente, para saber o que ele pretende, o que espera de si, como o pode ajudar.

IV – Atenção Individual

Só os aspetos processuais não chegam. Para cumprir com os pontos anteriormente mencionados talvez bastasse uma máquina. O cliente espera também reconhecimento como ser único que é.

- Trate os clientes como seres únicos que são.
- Seja agradável.
- Preste muita atenção a tudo aquilo que diferencia um cliente do outro.
- Escute atentamente os clientes.
- Atenda a centésima chamada do dia como se fosse a primeira.

As atitudes do profissional de atendimento devem ser orientadas conforme o tipo de cliente e de acordo com a sua postura (manifestação).



Procedimentos no atendimento ao Cliente

Diagnóstico do Grau de Satisfação do Cliente

Satisfação do Cliente

A melhor maneira de saber qual o grau de satisfação do cliente é perguntar se estão satisfeitos com o serviço prestado. Podem fazer isto:

- Disponibilizando inquéritos ou enviando-os por email, que sejam fáceis de completar ou que os possam devolver sem encargos;
- Colocar o inquérito no site da empresa;
- Telefonar ou enviar um email ao cliente como cortesia, durante a estadia a perguntar se está a gostar do hotel e dos serviços.

Satisfação do Cliente

Não fiquem à espera que o cliente perca muito tempo em ajudar a empresa.

Também as reclamações funcionam como uma avaliação aos serviços prestados, e podem vos ajudar a melhorar o atendimento.

Todos os clientes têm expectativas sobre o que lhes é oferecido, exceder essas expectativas é a chave para assegurar o regresso desses mesmos clientes.

GESTÃO DE RECLAMAÇÕES



**Os vossos clientes
estão muito satisfeitos
com o vosso
atendimento e
pretendem regressar?**

OU

**Serão facilmente
aliciados por um
concorrente que vai
mais além para os
satisfazer?**

Porque é que as pessoas reclamam?

Diz-se que 91% das pessoas não reclamam. Preferem mostrar a sua vingança não comprando na empresa que lhes prestou um mau serviço.

O mais assustador é a estatística que nos diz que cada cliente insatisfeito partilha a sua má experiência com outras 7 pessoas.

Sabendo qual a razão pela qual as pessoas reclamam, pode nos ajudar a escolher a resposta adequada. Podemos identificar os que estão irritados e os que mostram empatia.

Os reclamadores crónicos ou aqueles que reclamam por reclamar precisam de um tratamento mais firme.

Os reclamadores profissionais que apenas procuram uma compensação, com estes precisamos ter mais cuidado com o que dissemos e se necessário devemos passá-los para uma chefia.

Quais as razões porque as pessoas reclamam?

✓ **Qualidade do Produto** – Um produto de qualidade inferior ao anunciado é a mais razão das reclamações.

O Produto pode ser:

- De material inferior ao esperado;
- Com maus acabamentos;
- Maior do que é na realidade devido ao acondicionamento;
- De pouca validade;
- De fraco potencial;
- De desenho defeituoso (potencialmente perigoso)

Os clientes podem acreditar que foram enganados, ficam zangados e decidem reclamar.

Quais as razões porque as pessoas reclamam?

✓ **Qualidade do Serviço** – Os Clientes de hoje são mais exigentes e têm um melhor conhecimento do que um bom serviço prestado deve ser. Todos nós queremos ser tratados com a devida importância.

Nós reclamamos:

- Por atitudes indiferentes
- Falta de educação – arrogância
- Por se preocuparem mais com o lucro do que com as pessoas
- Pela lentidão das respostas
- Pelo fraco conhecimento do produto
- Falta de técnicas de comunicação

Quais as razões porque as pessoas reclamam?

✓ Expectativas não alcançadas

Existem 3 níveis para chegar à compra:

1. Antecipação – saborear a ideia do que vai comprar; ler a informação
2. Planear – decidir onde/quando se deslocar, com quem e quanto pretendemos gastar
3. Discussão – envolvendo outros no processo de decisão

Este processo mental faz-nos ficar mais ansiosos e/ou excitados, e temos maiores expectativas. Temos uma perceção dos erros e mais facilmente criticamos e reclamamos.

Quais as razões porque as pessoas reclamam?

✓ **Só porque podemos!** – Graças a toda a informação disponível de como podemos reclamar e onde, e até empresas a Deco, faz de nós pessoas melhor informadas sobre os nossos direitos. Sabendo que podemos ser compensados, já é motivo suficiente para encorajar a reclamar, mesmo que seja um pouco exagerado.

Por estas razões muitas empresas optam por ter políticas específicas de reclamações.

Quais as razões porque as pessoas reclamam?

✓ **Para serem difíceis** – Algumas pessoas são reclamadores por natureza. Elas apenas querem dificultar a vida o mais que possível para os outros.

Tentar acalmar ou fazer as vontades deste tipo de pessoas pode se mostrar frustrante e pouco motivante. O segredo é não permitir que nos ataquem ou culpem.

As pessoas difíceis aparecem em 3 variedades: **zangadas e agressivas, caladas e ameaçadoras e obstinadas e argumentativas.**

Quais as razões porque as pessoas reclamam?

✓ **Para nos ajudarem** – Alguns clientes acreditam que se reclamarem nos estão a ajudar, e sem dúvida que estão. Eles nos dão ideias de como podemos melhorar os nossos produtos e serviços. O que eles não sabem é se já tentamos todas as ideias e as mesmas não resultaram ou que as mesmas são muito dispendiosas para que as possamos por em prática.

Estes são os reclamadores construtivos, mas por vezes têm outras intenções escondidas.

Lidar com Clientes Difíceis

Só faz sentido agradar ao cliente se soubermos o que ele valoriza. Em termos de serviço oferecido, tem-se verificado constantemente que, do ponto de vista do cliente, há quatro aspetos fundamentais que terão de ser cumpridos, sob pena de afetar a sua satisfação.

Diferentes tipos de Clientes e como lidar eles

Cliente	Atitude	O que fazer?
Céptico	<p>Predominantemente negativa, reagindo com descrédito aos seus argumentos.</p> <p>Pode rejeitar e ridicularizar factos apresentados.</p>	<p>Evite exagerar, pois perderá credibilidade.</p> <p>Revele os factos e proceda logicamente, sem esconder nada sobre o produto/ serviço.</p>

Cliente	Atitude	O que fazer?
Pessimista	Constantemente descontente	<p>Faça perguntas com muito tato para conhecer a verdadeira objecção</p> <p>Represente o papel de otimista, mantendo um ar tranquilo, diplomático e tranquilizador, oferecendo-lhe ideias construtivas.</p>

Cliente	Atitude	O que fazer?
Impulsivo	<p>Conversador rápido, por vezes abrupto no discurso.</p> <p>Muda facilmente de atitude/ opinião.</p> <p>Excessivamente afirmativo. Elevada necessidade de realização e de dominação.</p>	<p>Responda rapidamente e acompanhe o ritmo dele, omitindo detalhes.</p>

Cliente	Atitude	O que fazer?
Indeciso	<p>Não assertivo.</p> <p>Tímido. Parece inseguro e procura conselho antes de decidir. Pode ter necessidade de protecção, subjacente a uma eventual falta de autoconfiança.</p>	<p>Transmita segurança com explicações simples e sinceras, a fim de conquistar a confiança dele.</p> <p>Proporciona-lhe tranquilidade, recorrendo ocasionalmente a evidências e factos concretos.</p>

Cliente	Atitude	O que fazer?
Teimososo	<p>Parece saber todas as respostas. Pode pretender controlar a conversa.</p> <p>Considera que só as suas opiniões e juízos são correctos e quaisquer sugestões são mal recebidas. Tem forte necessidade de dominar.</p>	<p>Faça o cliente sentir-se importante.</p> <p>Não lhe dê ideias conclusivas. Pelo contrário, peça-lhe sugestões e opiniões.</p> <p>Apresente factos para controlar a situação.</p> <p>Adopte uma atitude tolerante.</p>

Cliente	Atitude	O que fazer?
Efusivo	Tenta inverter os papéis.	Esteja alerta para direccionar a conversa.

Cliente	Atitude	O que fazer?
Metódico	Lento a reagir, porque efetua mentalmente malabarismos com um conjunto complexo de variáveis, antes de se decidir. Pode ter necessidade de autonomia e controlo, necessidade de um processo lógico e ordenado, ou ainda de se questionar, olhar, ouvir e inspecionar.	Permita que o cliente estabeleça o ritmo, ajustando o seu ao dele e explique-lhe o que pretende com detalhe sem, contudo, se mostrar exasperado ou condescendente. Pratique uma escuta activa.

Cliente	Atitude	O que fazer?
Silencioso	É difícil conseguir-se um comportamento firme. Evidencia confiança ou personalidade do tipo desligado ou analítico.	Solicitar as opiniões ou especificar certos pontos, de forma a provocar um envolvimento no diálogo. Utilize uma abordagem mais pessoal: discuta tópicos irrelevantes face ao objectivo pretendido, mas de interesse para o cliente para “quebrar o gelo”.

Cliente	Atitude	O que fazer?
Protelador	Adia a tomada de decisão, porque a mudança é difícil para ele. Muito cauteloso, examina todas as alternativas antes de decidir.	Seja positivo(a), autoconfiante e enfático(a). Conquiste a confiança dele, conduzindo-o subtilmente para a obtenção de um resultado.

Cliente	Atitude	O que fazer?
Conflituoso	<p>Tendência para discordar.</p> <p>Pode mostrar-se sarcástico e tentar humilhá-lo(a). Perceciona-o(a) como pertencendo a um status inferior, de quem se pode abusar. Assume posições, tendo em vista a discussão destrutiva.</p> <p>Inseguro, tende a depreciar e ser do contra.</p>	<p>Nunca discuta com ele.</p> <p>Seja afirmativo(a).</p>

Argumentar em termos de benefícios

As palavras e expressões provocam reações no cliente, logo a linguagem de quem atende o público deve ser adaptada ao nível de conhecimentos do interlocutor, evitando palavras que possam provocar reflexos negativos (medo, inquietação, problema, custo, preocupação), que expressem dúvida ou desvalorização (“não sei”, “não acha que”, “não lhe podemos dar essa informação...”).

Assim, a linguagem deve ser positiva:

FÓRMULA NEGATIVA	FÓRMULA POSITIVA
Não percebo a sua pergunta...	Por favor seja mais claro...
É uma situação muito complicada.	É uma situação que vamos resolver.
Assim é difícil tratar do problema porque se esqueceu do requerimento.	Deverá tratar do requerimento para darmos seguimento a este assunto.
Percebeu o que eu disse, ou não percebeu nada?	Vou ser mais claro(a).
Se continua a interromper-me não me consegue perceber.	Por favor, queira ouvir-me.

As Reclamações

A reclamação é uma enorme oportunidade para corrigir os erros da empresa e evitar que os mesmos problemas ocorram com outros clientes.

Não receber muitas reclamações não quer dizer que o serviço prestado não tem falhas. Pesquisas mostram que apenas 4% dos clientes insatisfeitos reclamam. Além disso, cada cliente insatisfeito fala da sua má experiência com outras 9 ou 10 pessoas.

Para cada cliente que reclama, existem em média outros 26 clientes com problemas. Normalmente, 6 deles são graves.

Mas porque é que a maioria dos clientes não reclama?

Os clientes não reclamam porque não acreditam que a reclamação vá resolver o problema, pois julgam que a empresa não se importa. Infelizmente, isto é muitas vezes o que acontece.

Geralmente, o cliente é recebido com má vontade e por uma pessoa que fica na defensiva, tentando definir quem é o culpado pelo problema em vez de agir para solucioná-lo. Geralmente, o cliente é forçado a gastar o seu tempo, escrevendo cartas ou juntando provas para solicitar a solução de um problema e, na maioria das vezes, não recebe uma resposta adequada.

As reclamações são oportunidades valiosas.

Em média, custa 5 vezes mais atrair um novo cliente do que manter um cliente actual. Sem dúvida que manter um cliente satisfeito é muito mais vantajoso para a empresa do que perdê-lo, pois se mantivermos os nossos clientes satisfeitos, eles farão uma publicidade positiva gratuita para a empresa junto de outros clientes potenciais.

Ao reclamar, o cliente dá-nos a oportunidade de satisfazê-lo e mantê-lo como cliente. Cerca de 54 % a 70 % dos clientes que reclamam voltarão a fazer negócios com a nossa empresa, se suas reclamações forem atendidas, e 95 % dos clientes que reclamam voltarão a fazer negócios com a nossa empresa, se suas reclamações forem atendidas com rapidez.



CONFORTURIS



Formadora Patrícia Ferreira

Aqueles que atendem os clientes diretamente devem fazer perguntas que possam revelar possíveis reclamações ou insatisfações quanto aos diversos produtos ou serviços que a empresa oferece.

Outro meio de facilitar a reclamação por parte do cliente é disponibilizar um cartão de reclamação, que pode ser pré-formatado, pedindo ao cliente para indicar qual o aspeto do produto ou serviço que não lhe agradou.

O livro de reclamações é um dos meios mais práticos e comuns para o cliente apresentar queixa. Quando algo não corre bem na prestação de um serviço ou na compra de um produto, o cliente pode solicitar este livro e reclamar logo nesse local, sem nenhum encargo.

Mesmo que a entidade a quem a queixa é enviada já não possa solucionar o problema, esta forma de reclamar pode ajudar a evitar que outros clientes sejam prejudicados pelas mesmas razões.

A reclamação é registada no livro em triplicado. O responsável do estabelecimento entrega ao cliente o duplicado da queixa e tem cinco dias úteis para enviar a sua cópia à entidade competente para ser analisada. O cliente pode proceder também ao envio da queixa para aquela entidade, para se assegurar de que esta chega ao destino. Uma terceira cópia da reclamação permanece no livro, não podendo dele ser retirada.

Depois de analisar o que foi escrito, o organismo competente decide se deve ou não penalizar o estabelecimento ou instituição. Se os dados não forem suficientes para avançar com o processo de contra ordenação, o estabelecimento tem um prazo de 10 dias para apresentar alegações em sua defesa.



Atender Reclamações

Existem três passos básicos para lidar com um cliente que está zangado ou nervoso por causa de algum problema com a nossa empresa:

- Não personalize as questões: esta é uma das competências do atendimento ao cliente mais difíceis de aprender. Lembre-se de que não o estão a atacar a si.

- Mantenha a calma e preste toda a atenção.
- Concentre-se no problema e não na pessoa: procure compreender as necessidades do cliente e satisfazê-las na medida do possível. Dê-lhe conhecimento daquilo que pode fazer.

Existem seis atitudes ou etapas que devem ser seguidas aquando do atendimento de uma reclamação:

1ª - Ouvir atentamente, demonstrando interesse e que você se importa com o que o queixoso está dizer. Fazer perguntas, de forma educada e com interesse, ouvindo cuidadosamente as respostas, para conseguir mais detalhes específicos sobre o problema.

2ª - Repetir o que ouviu e conseguir o reconhecimento de que percebeu bem.

3ª - Apresentar desculpas em nome da empresa, mesmo que não tenha sido culpa sua e nunca coloque a culpa noutra pessoa. O cliente não quer saber quem errou, ele quer é ver o problema resolvido.

4ª - Aceitar o sentimento do cliente (empatia). Procurar entender a posição do cliente e dizer coisas que lhe mostrem que você se preocupa com o que ele está a sentir, tais como "Eu posso entender como isto o está a incomodar"

ou "Eu compreendo que isto lhe causou problemas, mas vamos fazer alguma coisa"...

5ª - Explicar o que vai fazer para resolver o problema.

6ª - Agradecer ao cliente o facto de lhe colocar o problema.