

FACTOR-CHAVE	PORQUÊ?	COMO?
ATENÇÃO AOS DETALHES	<p>São os pequenos detalhes no atendimento é que fazem a grande diferença para os clientes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tenha atenção aos detalhes. Garanta que os clientes tenham a melhor impressão possível da sua empresa. • Verifique as condições do espaço do ponto de visto do cliente – climatização, sonoridade, iluminação, etc. • Procure incorporar “um toque especial” no serviço que é prestado ao cliente. Os pequenos gestos contam e fazem a diferença no momento da próxima compra. • Crie produtos/serviços exclusivos para clientes regulares. • Transforme cada experiência de compra numa experiência positiva para o cliente – crie “memórias” positivas que incentivem à repetição da experiência. • Lembre-se que a qualidade do atendimento pode sempre melhorar.
CONHECIMENTO DO MERCADO	<p>Muitas empresas falham por não saber identificar corretamente as necessidades do mercado onde atuam.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Conheça em profundidade o mercado no qual a sua empresa se insere: concorrência, fornecedores, produtos/serviços substitutos, etc. • Visite, estude e aprenda como a concorrência atua no mercado.

		<ul style="list-style-type: none"> • Avalie com frequência o seu atendimento em relação ao atendimento prestado pela sua concorrência. • Esteja atento à mudança – da concorrência, dos produtos substitutos, dos hábitos de consumo dos consumidores, etc. • Respeite e procure manter um relacionamento cordial com eles.
CREDIBILIDADE	Ganhar credibilidade junto do mercado é um dos primeiros passos para a fidelização dos clientes.	<ul style="list-style-type: none"> • Nunca prometa o que não pode cumprir. Quando prometer algo ao cliente, cumpra rigorosamente. • Trate com honestidade seus clientes. Não desaponte. • Conheça a política da empresa em matéria de descontos, prazos de entrega, limite de crédito, trocas e devoluções, condições de entrega, etc. Não preste falsas informações por desconhecimento. • Seja autônomo na execução da função de atendimento. A autonomia na frente de atendimento, garante maior credibilidade junto do cliente.
GESTÃO DO TEMPO	Para os clientes o tempo de espera é normalmente um “tempo perdido” e caso este seja muito	<ul style="list-style-type: none"> • Evite deixar um cliente à espera por mais de 5 minutos. Se isso for inevitável, ofereça-lhe algo que despiste esse tempo (café, revistas,

	elevado, o Cliente procurará outras alternativas.	<p>etc.), principalmente em filas ou sala de espera.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Peça desculpa por qualquer demora. Seja amável e cortês. Boa parte dos clientes fica irritada em ter de esperar. • Determine um tempo médio para cada atendimento. • Estude melhorias, com o objetivo de diminuir o tempo de espera. • Se estiver a atender um cliente, e surgir outro cliente, indique que será atendido logo em seguida. Não ignore a sua presença.
INOVAÇÃO	A inovação, independentemente do tipo e natureza da mesma, constitui um fator-chave na manutenção dos atuais clientes e atração de clientes futuros.	<ul style="list-style-type: none"> • Inove sempre que possível: no atendimento, na apresentação dos produtos/serviços, nos processos, nos procedimentos, etc. • Verifique qual o tipo de inovação que mais se adapta à sua marca/estabelecimento, mas tente sempre adequar a sua oferta de produtos/serviços às necessidades do mercado. • O produto/serviço pode manter-se atual ao longo dos tempos, mas podemos sempre inovar na forma de apresentação ou no atendimento que prestamos aos nossos clientes.

		<ul style="list-style-type: none"> • Estabeleça parcerias para apresentar produtos/serviços complementares aos seus clientes – serviços de entrega, serviços adicionais, etc. • Alie a inovação ao fator surpresa – surpreenda os seus clientes quando estes menos esperarem.
ORIENTAÇÃO PARA QUALIDADE	A No contexto atual, a qualidade não deve ser considerada uma opção. A qualidade reforça a relação com o cliente, prestigia a sua empresa/marca no mercado e contribui para o seu sucesso futuro.	<ul style="list-style-type: none"> • A Qualidade não é uma opção é uma atitude que deve ser interiorizada e incorporada por todos os profissionais de venda. • Defina princípios de qualidade para o atendimento ao público na sua empresa. Elabore um Manual de Qualidade e defina objetivos e indicadores de desempenho. • Estabeleça princípios de avaliação contínua do atendimento prestado. Não aceite os pequenos erros. Evite erros por desatenção. • Não se esqueça que “custa mais” errar ou fazer mal e depois ter de substituir ou reparar do que o “esforço” despendido para prestar um bom serviço da 1ª vez.
POSTURA PROFISSIONAL	O atendimento ao público é uma função desempenhada por profissionais. A sua	<ul style="list-style-type: none"> • Mantenha o local de atendimento arrumado e organizado. • Não descure o ambiente geral – evite ruído excessivo, poluição visual e

	<p>postura reflete a imagem da empresa e contribui para o reforço do sucesso da mesma.</p>	<p>“pressa” no atendimento.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mantenha os seus problemas (pessoais e profissionais) longe do Cliente. O mesmo se aplica a toda a equipa. • Ao atender o cliente, interesse-se pelos seus problemas e necessidades. Tente identificar necessidades relacionadas. • Forneça informação claras e precisas e certifique-se que o cliente compreendeu as informações transmitidas. Procure confirmação. • Seja positivo e atento no atendimento. Não “avie” clientes. • Mantenha aberta a porta para a próxima compra.
<p>PRIORIDADE AO CLIENTE</p>	<p>O Cliente é o ativo mais valioso da sua empresa e o principal embaixador da sua marca/estabelecimento. O seu principal aliado na estratégia de marketing do “passa-a-palavra”</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mantenha-se informado sobre o seu cliente – atual e potencial. Identifique as suas necessidades e expectativas. • Quanto mais o cliente conhecer a sua empresa/marca, mais ele compra. E quanto mais a sua empresa conhecer o Cliente, melhor poderá satisfazer suas necessidades. • Um melhor conhecimento dos seus clientes propiciará a personalização do atendimento. • Oriente a sua estratégia comercial

		<p>para satisfazer (e se possível, superar) as necessidades dos seus Clientes.</p> <ul style="list-style-type: none">• Verifique a oportunidade de estabelecer parcerias com outras empresas de forma a oferecer um serviço/produto mais completo ao seu cliente, por exemplo na assistência pós-venda ou serviços de manutenção.• Desenvolva estratégias de fidelização de clientes – Cartão cliente, newsletter periódica, Clube de Clientes, etc. Mantenha o contacto com os seus clientes de forma regular.
SIMPATIA/ CORTESIA	Em média apenas 2% dos funcionários oferece um sorriso ao atender um cliente.	<ul style="list-style-type: none">• Seja sempre cordial e cortês no atendimento com o Cliente.• Sorria ao falar algo. Faça com que os seus clientes se sintam únicos, especiais.• Um atendimento de qualidade começa sempre com um sorriso.• Lembre-se de que o sorriso é a única expressão copiada no comportamento humano. Se você sorrir, as pessoas também tenderão a sorrir.• Tenha em atenção a sua apresentação (aparência e higiene)

		<p>pois elas refletem a imagem da empresa/marca que representa.</p> <ul style="list-style-type: none">• Nunca discuta com os clientes. Caso surja um problema deverá resolvê-lo de acordo com os procedimentos internos da empresa.• Em caso de necessidade, solicite o apoio de um responsável superior, mas mantenha o tom gentil, calmo e prestável. Tente sempre saber a origem do problema e apresente soluções para a sua resolução.
SINCERIDADE	<p>A sinceridade, qualidade pouco associada às vendas, assume particular importância na “fidelização” do Cliente.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Procure ser ético e sincero em qualquer situação.• Evite criar altas expectativas. Ao apresentar um determinado produto/serviço não exagere, não crie qualidades que não correspondam ao mesmo.• Lembre-se sempre que é preferível perder uma venda do que perder um cliente.• Não esconda/omita informação relevante sobre um produto/serviço ao apresentá-lo ao cliente. Mais cedo ou mais tarde ele descobrirá.