

Manual do promotor

1- Por que investir no promotor

Cada vez mais as empresas modernas exigem profissionais preparados e habilitados para desenvolver várias funções. Dessa forma, podem ser úteis em toda a organização e atuar de modo colaborativo em busca dos objetivos comuns. Isso significa que qualquer atividade é de fundamental importância dentro do projeto macro de sucesso corporativo.

Nesse contexto, cabe ao profissional agir com objetividade, sabendo com certeza qual o seu papel e os caminhos para desempenhá-lo com excelência. Essa postura é, hoje em dia, condição de sobrevivência, uma vez que as empresas, cientes da necessidade de contarem com uma equipe bem preparada para atingir o sucesso nos negócios – procuram com avidez por esse perfil de colaborador. São as pessoas que movem as corporações e a qualidade dos serviços é responsabilidade de todos dentro de uma organização.

Dedicada ao exercício de qualificar seus colaboradores e atender cada vez melhor seus clientes, a Meber Metais S/A elaborou este manual, reunindo características que definem um bom atendimento, recomendações de cuidados com a aparência e padrões para alcançar a excelência nas atividades diárias. Deste modo, auxiliará os seus colaboradores a desempenhar com qualidade e produtividade o seu papel, bem como outras atividades relacionadas ao serviço.

Lembre-se: se você quer colaborar e agregar valor à empresa, sua atuação deve ser eficaz.

Aproveite a leitura e as dicas. Este material é um forte aliado na realização do seu trabalho.

Sucesso e bom trabalho!

2- Comportamento do consumidor

Pesquisas demonstram que, no Brasil, 85% das compras em lojas de auto-serviço são realizadas por impulso. A ausência de determinado produto no expositor inibe o impulso que resultaria na compra e no lucro.

Lembre-se: montar os displays e colocá-los nos locais apropriados, que induzem a venda por impulso, também é uma responsabilidade do promotor. Os displays devem conter o mix correto dos produtos, os de maior giro, os que estão em oferta, as novas marcas e os que precisam ainda de impulso.

Em relação ao atendimento, uma pesquisa da National Retail Merchants Association constatou que 82% dos clientes fogem das empresas por problemas de postura no atendimento. Numa escala decrescente de importância, podemos observar os seguintes percentuais:

- 68% dos clientes fogem das empresas por problemas de postura no atendimento;
- 14% fogem por não terem suas reclamações atendidas;
- 9% fogem do preço;
- 9% fogem por competição, mudança de endereço, morte.

Você Pode Fazer a Diferença

O bom atendimento gera uma imagem positiva da empresa/marca na mente dos clientes e parceiros. Por isso, nós somos responsáveis pela forma com que a Meber é percebida no mercado. O primeiro contato com o cliente tem o poder de terminar sua impressão sobre a marca, seus produtos e serviços. E quando esse conceito inicial é negativo, fica difícil mudar tal imagem.

A melhor maneira de envolver o cliente e fazê-lo sentir compreendido, para criar uma conexão com imediata, é demonstrar interesse em satisfazer suas necessidades através da habilidade de ouvir. Escutar atentamente é um gesto de valorização e consideração ao outro. Assim, ao sentir-se compreendido, o cliente tende a confiar no promotor, estabelecendo uma relação de empatia, confiança e credibilidade. Depois desse acompanhamento, o cliente fica mais susceptível a aceitar uma sugestão do promotor ou seja, mais aberto em seguir seus conselhos.

Lembre-se: Ouvindo o cliente com atenção, você vence a barreira inicial de resistência, cria um vínculo e abre caminho para que suas sugestões sejam bem aceitas.

3- Postura no PDV

O promotor é o responsável pelo primeiro contato com o cliente. Para transmitir confiança, segurança, estabelecendo um bom atendimento, é imprescindível manter sempre boa apresentação pessoal. A aparência é um conjunto de vários fatores que, quando devidamente coordenados, dão um equilíbrio à imagem, ou seja, uma percepção visual agradável, distinta e discreta. Quem lida diretamente com o público deve observar três fatores importantes:

1- Posição correta: manter a coluna ereta, evitando sentar-se de forma relaxada, e cuidar do modo de andar (evite andar “rebolando” os quadris, por exemplo).

2- Higiene pessoal e aparência adequada: mãos, cabelos e unhas bem cuidadas, cheio bom, maquiagem discreta no caso das mulheres e barba feita no caso dos homens, sapatos limpos e sorriso no rosto.

3- Apresentação correta do uniforme: traje bem cuidado, limpo e conservado, de acordo com as recomendações de uso da Meber. Evite o uso de adornos chamativos, como anéis, cordões, pulseiras e brincos.

Importante: Cada promotor Meber receberá três camisetas para intercalar no uso da semana. Essas peças deverão ser combinadas com calça preta ou calça jeans escura, de sua preferência. Os sapatos são de livre escolha do promotor (a): prefira sempre os confortáveis, discretos e com boa apresentação.

Dicas Importantes:

- O promotor deve se posicionar sempre junto ou próximo ao expositor da Meber.
- Paciência, educação e atenção para com os consumidores e vendedores das lojas também fazem parte das tarefas do promotor Meber. Lembre de ouvir e seguir as orientações dos gerentes.
- O tempo no PDV deve ser focado ao atendimento a clientes e assuntos ligados aos produtos, arrumação, limpeza, checagem de estoque e promoções, evitando conversas paralelas e distrações.
- Os horários de trabalho deverão ser cumpridos conforme o combinado e as faltas devem ser previamente comunicadas à contratante.

Lembre-se: na apresentação pessoal, a aparência é um aspecto importante para criar uma relação de proximidade e confiança entre cliente e promotor. Sua imagem é nosso cartão de visitas!

3.1- Atitudes que o promotor deve evitar:

- Usar perfume muito forte;
- Pentear o cabelo em público;
- Limpar e lixar unhas em público;
- Retocar o batom em público;

- Usar palito em público.

Procure um lugar reservado para praticar esses hábitos, nunca em público.

3.2- Postura ideal para atender

Para atender com qualidade, primeiramente, é importante gostar do que faz. Essa é uma função que jamais se mostra rotineira, pois toda nova situação é única. Cada cliente espera – e merece – receber o que o promotor tem de melhor a oferecer - paciência e cortesia e eficiência, independentemente do próprio cansaço físico ou de problemas pessoais.

A boa postura do promotor no PDV pode ser entendida como a junção de todos os aspectos relacionados à expressão corporal e emocional. Conheça os principais:

- EXPRESSÕES FACIAIS: Transmitem o que, muitas vezes, as palavras não dizem, portanto cuidado com os olhares e sorrisos inadequados.

- Os olhos transmitem os sentimentos mais profundos do indivíduo, pois refletem seu estado de espírito. Procure olhar no olho do cliente durante o diálogo. Isso transmite segurança e geram confiança. Cuide, apenas, para não exagerar nesse contato visual, tornando-o embaraçoso.

- O sorriso tem capacidade de mudar o estado de espírito das pessoas, até ajudar a resolver um problema. Por isso, é necessário recepcionar os clientes com um sorriso verdadeiro para diminuir a tensão inicial do atendimento e “quebrar o gelo”. Durante todo o atendimento e no cumprimento final, a simpatia é fundamental para transmitir uma boa imagem.

- O TOM DE VOZ: de acordo com a maneira de falar e o tom de voz utilizado, o promotor causa reações diferentes nos clientes. Fale em tom de voz claro, em volume adequado.

- SINTONIA ENTRE A FALA E A EXPRESSÃO CORPORAL: caracteriza-se pela existência de uma coerência entre o que está sendo dito e expresso pelo corpo. Essa harmonia resulta em uma relação mais confortável, natural e espontânea.

- PRIMEIRA IMPRESSÃO: o primeiro contato com o cliente tem o poder de definir como será a relação estabelecida com o promotor – por isso, deve ser a melhor possível. Trate-o como você gostaria de ser tratado.

- AGILIDADE: atender com agilidade significa ter rapidez sem perder a qualidade do serviço prestado. Identifique a necessidade do cliente e trabalhe para auxiliá-lo com eficiência, sem apressá-lo – mas, também, sem desperdiçar seu tempo.

- **POSTURA DE ABERTURA:** o segredo para causar uma boa impressão é adotar um posicionamento de receptividade, mostrando-se sempre disponível para atender e interagir prontamente com o cliente. Veja alguns exemplos de como seguir essa dica:

1- Vá ao encontro do cliente com um sorriso nos lábios e uma saudação simpática: bom dia, boa tarde ou boa noite;

2- Cuide da postura de atendimento, mantendo os ombros abertos. Isso passa ao cliente o sentimento de receptividade e acolhimento;

3- Olhe nos olhos para traduzir respeito e segurança.

3.3- Postura inadequada

Quando assume o compromisso de representar uma marca, o promotor precisa manter sua atenção focada em todos os detalhes, de modo que nem sua postura física inadequada ou qualquer sutil comentário negativo sobre a empresa possam afear a percepção do cliente sobre a marca. Leia com atenção atitudes que você deve evitar:

1. Escorar-se nas paredes da loja, por não estar com o cliente.
2. Mascar chiclete ou fumar no momento do atendimento. Esses hábitos são entendidos como irresponsabilidade e deturpam a imagem profissional.
3. Cuspir ou limpar o nariz na frente do cliente (procure o banheiro para isso).
4. Comer na frente do cliente.
5. Gritar para chamar colegas ou pedir informações/objetos.
6. Se coçar na frente do cliente.
7. Bocejar - isso passa a impressão de falta de interesse no atendimento. A atitude de levar a mão à boca deve ser adotada em situações inevitáveis,
8. Espirrar perto das pessoas. Afaste-se do grupo e, na falta de lenço, utilize a própria mão, lembrando de fazer o asseio em seguida.
9. Gargalhar depõe contra a discrição e elegância de uma pessoa. O sorriso é mais apropriado e bem vindo em qualquer situação.
10. Assoviar apenas é permitido em situações informais, nunca no ambiente de trabalho.

Além da postura, é necessário o promotor prestar atenção ao seu comportamento junto ao cliente. No momento do contato, procure evitar:

1. Forçar uma relação de intimidade com o cliente a ponto de lhe pedir favores, como carona ou o celular emprestado, por exemplo;
2. Oferecer um bom serviço visando somente receber presentes de clientes e fornecedores;
3. Fazer críticas a outros setores, pessoas, produtos ou serviços na frente do cliente;

4. Desmerecer ou criticar o fabricante do produto que vende (o parceiro da empresa), denegrindo a sua imagem para o cliente;
5. Falar mal das pessoas na sua ausência e na presença do cliente;
6. Usar o cliente como desabafo dos problemas pessoais;
7. Reclamar ou lamentar sobre problemas pessoais na frente do cliente. No local de trabalho, e em horário de expediente, não é de bom tom tratar de assuntos pessoais.
8. Relatar problemas salariais.

Preste atenção: Nada é tão desagradável para o cliente quanto um promotor de vendas abusado e invasivo. Saiba respeitar os limites, cuidando para não se tornar inconveniente. Evite:

1. Ser Insistente em demais para o cliente incluir um produto de venda sugestiva;
2. Dar opiniões sobre a conversa do cliente, quando não for solicitado;
3. Cumprimentar o cliente com dois beijinhos, tapinhas nas costas ou aperto de mão.

Lembre-se: A ética do trabalho é servir aos outros e não se servir dos outros.

4- Planejamento do dia de trabalho

Aproveite ao máximo o seu dia de trabalho, planeje o que você pretende fazer, quantos clientes deseja abordar e sua meta de vendas. Assim, conseguirá mais facilmente atingir seus objetivos. A organização tem um sentido de preparação e planejamento de uma atividade de acordo com o método de trabalho. Mas também significa a forma como os objetivos e produtos são “arrumados” e dispostos. Isso é muito importante para evitar a perda de foco.

Para trabalhar de forma organizada, é preciso planejar e estruturar as ações que serão desenvolvidas. Agindo dessa maneira, certamente o trabalho se tornará mais fácil de executar e consequentemente se realizará em menos tempo e com maior qualidade.

4.1- Passo a passo do atendimento: veja como organizar uma rotina eficiente para abordar o cliente e conduzir uma conversão inclinada a trazer bons resultados:

- 1- Passe para os clientes “emoções”;
- 2- Fique estrategicamente posicionado e com visão panorâmica da loja, para identificar o cliente com rapidez, e o momento adequado de abordá-lo;
- 3- Mantenha sempre o sorriso no rosto;
- 4- Prolongue o contato inicial ao receber o cliente;
- 5- Preste atenção aos links que ele oferece nas respostas e entre no bate-papo;
- 6- Insira as perguntas de venda na conversação (perguntas Abertas e Alternativas);
 - O QUE? (para descobrir a necessidade do cliente);
 - QUAL? (para selecionar os produtos de interesse do cliente);
 - COMO? (para personalizar o produto e serviço);
 - QUE TAL? (para oferecer produtos da marca e adicionar sugestões);
- 7- Sugira e adicione constantemente produtos, despertando o desejo do cliente por itens que, talvez, ele ainda não conheça;
- 8- Encontre o equilíbrio entre ser persistente, cuidando para não se tornar insistente.
- 9- Acompanhe o cliente até a saída quando necessário;
- 10- Seja criativo e original em sua despedida.

4.2- Passo a passo sobre a exposição dos produtos: também é de fundamental importância manter seu espaço de trabalho estrategicamente organizado. O PDV precisa estar preparado para ser um aliado do Promotor de venda, funcionando como instrumento de apoio para os negócios. Veja como:

- 1- Procure manter os produtos de destaque, líderes de vendas ou lançamentos da Meber na altura dos olhos e ao alcance das mãos.
- 2- Mantenha em exibição toda a linha de produtos para atender o consumo. Lembre que a falta de determinado produto representa dupla perda: você deixa-se de vender o produto Meber e o consumidor compra o do concorrente.

- 3- Avise sempre o gerente da loja quando não houver estoque para abastecimento.
- 4- Procure estar onde o consumidor está, circulando nos mesmos pontos de acesso. Depois, conduza-o para onde estão os produtos Meber
- 5- Relacione-se com todos os gerentes de loja. Essa é a forma mais fácil de conquistar pontos extras.
- 6- Conquiste locais de melhor visibilidade, maior movimento de clientes e mais fácil acesso.
- 7- Mantenha os produtos limpos, com identificações de preço e da marca, embalagens organizadas e alinhadas nos expositores. Faça essa vistoria diariamente.
- 8- Mude os expositores de lugar sempre que possível. Se os produtos permanecem no mesmo local por muito tempo, o cliente acaba nem notando.
- 9- Faça uso efetivo do material promocional: disposição de folhetos, banners ou cartazes de identificação, que devem seguir orientações do marketing conforme anexo.
- 10- Precifique corretamente todos os produtos para exposição e acompanhe o giro das mercadorias para efetuar possíveis ajustes ao mix em exibição.

5– Padrões de Exposição.

Veja como os produtos Meber devem ser exibidos no PDV:

5.1- Padrão de atendimento na loja: da mesma forma que os expositores precisam seguir um padrão que identifica e caracteriza a marca Meber, também o atendimento de seus promotores devem estar alinhados às recomendações sugeridas pela empresa:

1. Mantenha sempre uma boa apresentação pessoal: batom ou barba feita, uniforme bem cuidado, higiene pessoal, cabelos arrumados e presos, sapatos limpos;
2. Vá ao encontro do cliente e cumprimente-o sorrindo;
3. Fique sempre no raio de ação para atender as solicitações do cliente. Ocupe um lugar estratégico sempre para atender ao cliente;
4. Escute tudo sem interromper, fazendo uma sugestão ao final da solicitação (venda sugestiva);
5. Seja simpático, educado, prestativo e discreto;
6. Não puxe conversa pessoal com seu cliente, pois isso é inconveniente;
7. Use as palavras adequadas: para tratamento de pessoas, melhor usar “senhor ou senhora”, sem palavrões ou apelidos de qualquer espécie (tu, amor, mulher, menina, fchinha, etc).
8. Contorne problemas e não deixe que o cliente perceba seu cansaço, estresse pessoal, ressaca, etc.
9. Não comente assuntos pessoais ou da empresa na frente dos clientes;
10. Mantenha um estado de espírito positivo para que o cliente fique satisfeito e volte sempre;
11. Quando o cliente for embora, agradeça a escolha e faça uma saudação cordial;
12. Lembre que você é diretamente responsável pelo retorno do cliente.

5.2- Reclamações: situações de reclamação fazem parte do dia a dia de trabalho e precisam ser atendidas com naturalidade. De nada adianta fugir desses episódios ou ignorá-los – essa postura só serve para agravar o problema. No caso das reclamações feitas na loja, o procedimento aplicado segue os passos a seguir:

1. Atenda o cliente com cordialidade e espontaneidade;
2. Escute com total atenção, sem interromper o que ele tem a dizer;
3. Anote todas as reclamações, inclusive os contatos do cliente;
4. Informe que vai repassar sua reclamação para o Supervisor, a fim de que tome as providências necessárias. E realmente faça isso, lembrando de comunicar o cliente sobre o retorno recebido.
5. Jamais justifique a situação tentando transferir a culpa da situação para o cliente. Antes de emitir qualquer opinião, aguarde a análise da assistência técnica.
6. Encaminhe e relate os fatos ocorridos no relatório mensal de atividades.

5.3- Procedimento do Promotor Meber: fazem parte das atribuições do promotor Meber no PDV:

1. Realizar a limpeza dos expositores e dos produtos da Meber;
2. Manter expositor, produtos e caixas constantemente organizados;
3. Realizar a reposição de produtos nos expositores de acordo com a necessidade;
4. Manter sempre a identificação dos expositores com a marca Meber em local visível, seguindo as orientações e padrões do marketing da empresa.
5. Manter em destaque os contatos de assistentes técnicos da região para informar o cliente com agilidade e presteza.
6. Manter todos os produtos precificados, com preços atualizados e etiquetas alinhadas aos produtos;
7. Manter sempre uma exposição padrão, seguindo o layout pré-definido pela empresa;
8. Atender aos clientes, utilizando o “Passo a Passo do Atendimento”, saudando-o e oferecendo o seu serviço quando os mesmos entrarem na loja;
9. Avaliar o giro dos produtos e o comportamento dos clientes para preenchimentos dos relatórios mensais, além de sugerir a readequação do mix oferecido, caso necessário.
10. Preencher relatórios mensais e enviá-los para o marketing da Meber no e-mail: marketing@meber.com.br.

6- Procedimentos Gerais

A eficácia do trabalho do promotor de vendas é decorrência da observação a uma série de procedimentos que garantem o profissionalismo do trabalho realizado. Antes de tudo, no entanto, é necessário munir-se de conhecimento. É de vital importância que o promotor conheça os produtos e suas características para estar constantemente influenciando a venda ao indicar e tirar dúvidas dos clientes no ato da compra. Depois de estudar com atenção o portfólio da Meber, lembre das seguintes recomendações antes de começar o trabalho no PDV:

1- Procure entender bem a tarefa solicitada a você no PDV, inclusive a importância de sua realização para a empresa. Se necessário faça perguntas para esclarecer dúvidas que possam prejudicar a execução do trabalho;

2- Analise se está capacitado a fazer o que foi solicitado. Caso contrário, peça ajuda até sentir-se seguro;

3- Não realize a tarefa sem antes estruturar um sólido planejamento. Organize um esquema para seu trabalho. Verifique, então, quais as condições materiais para fazer o que é pedido: se há necessidade de outros materiais para realizar o trabalho, se o tempo estipulado será suficiente. Agindo assim, com planejamento, as chances de ocorrer erros são menores;

4- Busque uma tarefa que tenha sido bem-feita, para servir de modelo à que foi solicitada;

5- Informe seus colegas sobre o andamento do trabalho. Isso ajuda a eliminar imperfeições e a garantir o êxito da atividade;

6- Sempre que possível, antecipe-se aos problemas. Se você sabe que algo está falhando, não continue o trabalho. Suspenda-o imediatamente e verifique o que está ocorrendo. Informe seus colegas sobre os problemas e troque idéias com os mais experientes e supervisores;

7- Seja você o primeiro a supervisionar seu próprio trabalho. Isso significa agir com pró-atividade em todos os momentos, pois esse é o papel dos profissionais competentes e sérios.

8- Em qualquer reunião com o supervisor, anote sempre as decisões e ações a serem tomadas.

7- Importância da Comunicação

Estabelecer um canal de comunicação franco e aberto entre duas pessoas no local de trabalho é de extrema importância para um resultado positivo. É importante otimizar a capacidade de transmitir uma mensagem que seja compreendida a melhor maneira possível. Para isso, é preciso combinar todos os instrumentos inerentes ao processo de comunicação. Conforme Sérgio Miranda (Eficácia da Comunicação, Quality Ed: Rio de Janeiro, 1999), o grau de influência de cada componente da comunicação é o apresentado a seguir:

7% Palavra;

38% Tom de Voz;

55% Corpo.

Ainda hoje, a grande maioria das pessoas ignora a existência da linguagem do corpo. Isso é desperdiçar um importante instrumento que pode ser aliado em busca de maior assertividade no processo de comunicação. Numa conversa frente a frente, o impacto é: 35% Verbal (palavras) e 65% Não-Verbal (gestos e movimentos)

7.1– Como obter uma comunicação eficaz:

1. Procure se dirigir às pessoas pelo nome, sempre agradeça pela atenção e não esqueça de expressões gentis que devem ser utilizadas: obrigada, pro favor, desculpe-me, com licença.
2. O uso frequente de diminutivo é dispensável: Exemplo: Me faz um favorzinho, ou, obrigadinha, etc.
3. Evite termos como gírias e palavras de baixo calão que não combinam com o ambiente de trabalho.
4. Procure ser objetivo, vá direto ao assunto que interessa. A assertividade é a habilidade de ir ao que realmente é importante – preservando o tempo do cliente e tornando seu dia mais eficiente. Quando se torna claro e confiante no momento da comunicação, o promotor ganha mais credibilidade. É importante organizar as idéias antes de falar. Faça um teste sozinho, em frente ao espelho. Nesse momento você poderá fazer uma análise crítica de sua abordagem e corrigir os pontos necessários.
5. Coloque-se em frente do interlocutor e olhe para ele enquanto o ouve. Isso facilita a comunicação.

7.2- Barreiras da Comunicação

Obstáculos que podem dificultar a comunicação.

1. Falar antes de pensar;
2. Monopolizar a conversa, sem dar oportunidade aos outros;
3. Desconhecimento do assunto sobre o qual está falando;
4. Preconceito (não julgue pela aparência) e falta de humildade atrapalham o relacionamento interpessoal;

5. Falta de atenção;
6. Falta de equilíbrio emocional de um dos envolvidos;
7. Tonalidade da voz (falar muito rápido ou muito lento, muito alto ou muito baixo);
8. Uso de palavras inadequadas;
9. Vícios de linguagem, por exemplo: subir para cima, entrar para dentro;
10. Ruídos que possam prejudicar a clareza da mensagem;