



FORMAÇÃO

Atendimento ao Cliente

Atendimento ao Cliente

O atendimento ao cliente se caracteriza por ser um momento muito especial. Ele acontece quando alguém chega entra em contato com você para solicitar uma informação, um serviço, um produto, etc. Em função desse contato, o cliente cria uma imagem, que associa à pessoa que lhe prestou o serviço. Essa imagem é logo transferida para o departamento no qual trabalha a pessoa que o atendeu.

É muito importante cativar o cliente e mantê-lo satisfeito. É essencial que eles voltem a consumir nossos produtos ou a querer nossos serviços. Você deve sempre manter sua postura profissional, à sua conduta, pois cada cliente é capaz de percebê-las claramente, através de suas atitudes e comportamentos.

Os clientes merecem ser atendidos de forma correta. Afinal, nosso trabalho é realizado para eles e são eles que nos mantêm. Trabalhar é servir, pois todo serviço é um trabalho para benefício de outra pessoa.

Princípios fundamentais para um bom atendimento

- Ser cortês, manter o bom humor
- Dar boas vindas, cuidando para não ser íntimo, usando expressões como: tia, anjo, querida
- Atender de imediato
- Mostrar boa vontade
- Ser rápido, prestar todas as informações necessárias de forma objetiva
- Evitar atitudes negativas
- Sempre responder as questões
- Falar a verdade
- Dar atenção às reclamações

Aprendendo a Ouvir

É muito importante obter as informações do cliente sobre a qualidade do serviço desejado. Essa prática consiste em saber ouvir e pode ser definida em forma de especificações e requisitos que, se seguidos fielmente, serão de grande auxílio para alcançar o resultado esperado.

São poucas as empresas que orientam aos seus trabalhadores a ouvirem os clientes.

Sete Passos Para Um Bom Sistema de Atendimento

Passo 1. Total Comprometimento da Gerência

A alta administração de uma empresa deve estar comprometida com o programa de atendimento a clientes, desenvolvendo uma visão clara e concisa de serviços para a empresa.

Passo 2. Aprenda a conhecer seus clientes

Você precisa aprender a compreender seus clientes quase em sua totalidade. Saber o que apreciam em você, o que não gostam, o que gostariam de mudar, como querem a mudança, que necessidades têm, quais são suas expectativas, o que os motiva a comprar, o que os satisfaz no momento e o que você deve continuar a fazer para manter a lealdade deles.

Passo 3. Desenvolva Padrões de Qualidade de Desempenho de Serviços

Cada ramo de negócios em práticas que podem ser melhoradas. Quantas vezes o telefone toca antes que alguém o atenda? Quantas transferências de ligações são necessárias antes de se encontrar alguém que responda à pergunta do cliente? Quanto tempo é necessário para processar um serviço ao cliente? Lembre-se, o que pode ser medido pode ser feito.

Passo 4. Contrate, treine e remunere uma boa equipe

Os profissionais que trabalham na empresa devem ser treinados e tenham total entendimento de quais sejam os padrões de serviço de sua empresa. Eles são a empresa aos olhos dos clientes. Servir e manter os clientes são uma das mais difíceis tarefas numa empresa. Se as pessoas têm essa responsabilidade, devem saber decidir o que podem fazer por um cliente.

Passo 5. Recompense o cumprimento das tarefas

Quando o funcionário desempenha o atendimento com satisfação, sempre é reconhecido pelo cumprimento de tarefas, da mesma forma que se aplaude e se enfatiza as grandes vitórias.

Passo 6. Fique perto dos seus clientes

O seu relacionamento com o cliente se inicia logo após a concretização de um atendimento. É quando o cliente verá o quanto você realmente se importa com ele. Consiga todas as interações possíveis e mantenha-se sempre em contato com eles.

Passo 7. Trabalhe no sentido de melhoria contínua

Nenhum sistema de negócio ou programa é perfeito. Por isso, deve constantemente trabalhar para melhorar os programas de atendimento e manutenção de clientes. Eles observarão que você está tentando tornar-se melhor do que já é. E quando melhorar, o seu atendimento também será melhor. O resultado será clientes mais satisfeitos, mais negócios para a empresa e maiores lucros também.

Causas de Serviços Deficientes

- Funcionários desatenciosos
- Treinamento deficiente de funcionários
- Atitudes negativas de funcionários em relação a clientes
- Percepções diferentes entre o que o empresário pensa dos produtos e serviços que oferece aos clientes e o que estes pensam que recebem
- Percepções diferentes entre o que se pensa que os clientes desejam e o que eles realmente desejam
- Ausência de filosofia de serviços dentro da empresa
- Mau atendimento e resolução deficiente de reclamações
- Funcionários sem autonomia para prestar bons serviços, aceitar responsabilidades ou tomar decisões que satisfaçam o cliente

Atendendo com Qualidade

Significa ter cuidado, ser zeloso, solícito, cauteloso, demonstrar responsabilidade, interesse pelo cliente. A qualidade de um atendimento começa na intenção do prestador do serviço em querer fazê-lo bem feito.

Uma pessoa que interrompe um atendimento para fazer outro, acaba repetindo o fato e não conclui nada, é uma falta de atenção para com o cliente.

Um cliente é merecedor de toda a atenção e cortesia que se possa a ele dispensar. Ele é quem paga o seu salário

Sem o cliente, nós fecharíamos as nossas portas. Nunca esqueça isto

Modelos de Qualidade

Para alcançar qualquer índice de qualidade é preciso, esforço, perseverança e inteligência.

Os principais pontos a ser levados em consideração para obter-se a qualidade em serviços são:

1. Confiabilidade

Aptidão para fornecer aquilo que foi prometido de maneira precisa e sem complicações

2. Responsividade

O desejo de agradar os clientes e fornecer um serviço rápido

3. Garantia

O conhecimento e a cortesia demonstrados pelos empregados além da sua habilidade para conseguir intimidade e confiança

4. Empatia

O grau de cuidado e atenção individual fornecido ao cliente

5. Tangíveis

Correspondem as facilidades e ao equipamento bem como à própria aparência do pessoal que faz o atendimento.

Como agradar o Cliente

A satisfação do cliente é igual as percepções que ele tem sobre o que recebe, menos as expectativas que tem a respeito do que pensava que deveria ter recebido.

Procure responder essas questões sobre o seu cliente. Assim, você estará no caminho rumo à obtenção na qualidade em serviços:

- ☐ o que o cliente quer?
- ☐ do que o cliente necessita?
- ☐ o que o seu cliente sente?
- ☐ o que o seu cliente pensa?
- ☐ se o seu cliente está satisfeito?
- ☐ se o seu cliente voltará?
- ☐ se o seu cliente indicaria seu produto e/ou serviços a terceiros?

Deve-se ter sempre em mente que:

- um cliente é a pessoa mais importante em qualquer negócio
- um cliente não depende de nós. Nós é que dependemos dele
- um cliente não representa uma interrupção do nosso trabalho. Ele é o propósito do mesmo
- um cliente não nos faz um favor quando vem nos procurar para um serviço. Nós não estamos lhe fazendo nenhum favor pelo fato de estarmos à sua disposição

Mantendo a Clientela

O atendimento a clientes e os programas de manutenção de clientes, não funcionam de forma isolada. Necessitam de uma visão abrangente ou um foco orientador para fazê-los funcionar. Considere o marketing como sendo aquele princípio orientador, e crie todos os seus programas de manutenção.

Algumas empresas vêem o atendimento a clientes como algo feito após a venda; um processo mais como um sistema de atendimento de reclamações do que uma técnica de marketing. A solução de reclamações é apenas pequena parte do todo.

Esforços proativos & Esforços reativos

O atendimento a clientes tem dois lados. Os serviços reativos vêm após o cliente ter tido um problema, feito uma reclamação, estar insatisfeito ou ter chamado a atenção para alguns

detalhes. Os serviços proativos são iniciados muito antes de o cliente tomar qualquer iniciativa. Sua empresa já está preparada para fazer todo o possível para satisfazer e manter um cliente. Um dos melhores exemplos de serviço proativo é fazer com que o ato de comprar seja uma experiência tão fácil quanto possível. Agilize o processo de compras, reduza os tempos de espera, torne sua empresa um lugar fisicamente agradável de se estar. As pessoas continuarão a fazer negócios com você porque gostam de sua aparência e isso as fazem se sentirem confortáveis.

Manutenção através do Marketing de Serviços aos Clientes

Pode-se atingir a excelência no atendimento a clientes, aumentar a manutenção e melhorar seus esforços de marketing, tudo ao mesmo tempo. A eficácia de suas políticas de manutenção de clientes duplica se utilizada como ferramentas de marketing para seus negócios.

Serviços Internos e Externos

Existe um grupo de clientes que merece bons serviços, e este grupo é sua equipe de trabalho. Todos são clientes internos e você deve dispensar aos seus colegas de trabalho, o mesmo atendimento excepcional que dispensa ao público externo. Assim obterá excelentes resultados e o ambiente de trabalho fica o mais agradável possível, motivando ao relacionamento interpessoal cada vez melhor.

A manutenção de seus clientes deve tornar-se parte de sua vida empresarial diária. Administre as reclamações para transformá-las em satisfação do cliente e assim os manterá por longo tempo.

A Imagem da Organização

Todo mundo se preocupa com sua imagem pessoal, usa a melhor roupa e se “produz” para impressionar as outras pessoas. Isto é saudável pois revela a nossa auto-estima e contribui bastante para a imagem que as outras pessoas fazem a nosso respeito.

A empresa usa o mesmo processo que as pessoas, para construir imagens. E o faz através daqueles que nela trabalham, nela convivem, observando também suas atitudes e práticas.

A qualidade que os clientes podem perceber é a que importa para a construção dessas imagens. Se a empresa transmite uma imagem positiva, o cliente armazenará em sua memória esse aspecto positivo.

Clientes são bastante sensíveis à qualidade do atendimento. Muita gente foge de empresas que não dão atenção e importância a esse aspecto, e quando isso ocorre, a imagem da organização fica desgastada.

A imagem da empresa pode ser definida pela forma como ela é vista por seus clientes. Boas práticas produzem boas imagens.

Muitas vezes pequenos deslizes são cometidos durante um atendimento. Exemplo:

- o atendente se expressa inadequadamente
- o atendente não ouve com atenção o que o cliente comunica-lhe
- o atendente não olha o cliente enquanto ele fala
- o atendente não anota os principais detalhes

Situações como essas ocorrem com muita frequência. O pior de tudo isso é julgarmos que os clientes não percebem essas pequenas falhas de atendimento.

Consciente da importância de a empresa ter uma boa imagem e sabendo que é você que possibilita essa imagem, torna-se fácil entender o verdadeiro mérito do seu trabalho.

Desenvolvimento de Atitudes Pessoais

Ao lidar diretamente com o público-cliente, faz-se necessário o desenvolvimento de certas atitudes pessoais, que em conjunto com os princípios de atendimento, contribuem para o exercício da qualidade na prestação de serviços.

Aparência - é fundamental, roupas limpas asseadas, bem passadas, cabelos alinhados, unhas limpas. Evite o uso de decotes, roupas justas ou muito curtas, bijuterias exageradas, salto alto, transparências, seja discreta.

Humor - deixe seus problemas em casa. Nada pior que o mau humor. O cliente não tem culpa dos seus problemas particulares, do aumento do custo de vida, e muito menos do seu mau humor.

Tom de Voz - procure ser clara e objetiva ao conversar com um cliente. Não grite, ele pode assustar-se, nem fale muito baixo, ele pode achar que você não quer atendê-lo. Tenha um tom de voz agradável e claro

Presteza - seja solícito e atenda prontamente o cliente

Interesse - Demonstre interesse pelo que o cliente está dizendo. Escute-o

Tolerância - seja tolerante com as opiniões dos clientes. Esclareça suas dúvidas. Nunca discuta com o cliente

Comunicação por Telefone

A comunicação telefônica envolve algumas técnicas indispensáveis que você precisa conhecer para facilitar o relacionamento, tornando-o mais agradável. Sempre que entrar em contato com alguém use de cortesia, com uma palavra amável como “por gentileza”, “ muito obrigada”, etc.

Quando o telefone tocar experimente estas sugestões:

1. Atende às chamadas pronta e amavelmente, não permitindo o telefone prejudicar o trabalho. O telefone não deve tocar mais de 3 vezes sem ser atendido, devendo estar localizado em posição estratégica que diminua os deslocamentos
2. Identifique a empresa, cumprimente o interlocutor, para que ele também se identifique.
3. Preste as informações com clareza e precisão, mas tenha cuidado, tato e discrição. Fale o necessário e não faça comentários do que viu ou ouviu.

4. Finalize a conversação considerando a possibilidade de atendimento e agradeça as informações recebidas. Seja gentil, não se irrite e tenha sempre uma palavra amável
5. Procure encerrar o mais rapidamente a conversação, seja breve com cortesia. Não deixe que o diálogo caminhe no sentido pessoal
6. Procure não responder bruscamente ou demonstrar irritação, e nunca bata com o telefone.
7. Verifique a intenção de atender por parte do executivo e só transfira a ligação quando ambos estiverem em linha
8. Registre as chamadas na ausência das pessoas que trabalham com você.
9. Tenha cuidado quanto aos pedidos de informações sobre o executivo; não dê informações sobre as ausências, hora de saída ou chegada. Informações desse tipo ocasionam problemas.
10. Tenha cuidado para não interromper conversações de executivos, se houver extensão.
11. Reduza ao mínimo seus telefonemas pessoais no trabalho e se houver necessidade, faça-o nas horas de folga. Evite as chamadas constantes de familiares
12. Deixe alguém fazendo os atendimentos na sua ausência. Nunca abandone o posto sem ter uma substituta

Instrumentos para o Atendimento

Existem vários instrumentos para o atendimento ao cliente. O telefone talvez seja um dos canais mais utilizados na comunicação empresarial. Além da rapidez dos contatos internos, geralmente envolve assuntos de colegas da própria empresa, permite também contatos externos, quase sempre realizados pelos consumidores

Ao fazer uma ligação telefônica você deve:

- cumprimentar o cliente cordialmente, identificar-se e também a empresa
- apresentar, clara e objetivamente, sua idéia ou informação
- concentrar-se nas informações prestadas pelo cliente, anotando tudo com muito cuidado e de forma clara e precisa.
- Quando o cliente terminar a explanação, perguntar-lhe se ainda há algum detalhe a dizer

Ao receber uma ligação telefônica, o atendente deve:

- identificar a empresa, cumprimentar o cliente e identificar-se também
- ouvir o que o cliente tem a dizer, evitando passar a ligação adiante sem identificar com quem o cliente quer falar
- prestar bastante atenção às informações prestadas pelo cliente, anotando-as com clareza e precisão

Procedimentos para utilização do Telefone

1. Segurar o fone em posição correta, nem muito perto, nem muito longe dos lábios, a fim de sua voz sair clara e natural
2. Disque corretamente. Use os dedos. Não use lápis, caneta ou qualquer objeto que possa danificar o aparelho
3. Posicionar o fone em frente a boca
3. Deixar o disco retornar a posição naturalmente. Não forçando o disco, suas ligações não sairão erradas
4. Falar distintamente as palavras. Nunca grite ou sussurre ao telefone
6. Procure aperfeiçoar a pronúncia
7. Falar devagar as palavras mais difíceis de pronunciar
8. Utilizar ritmo adequado, não falando muito devagar ou muito rápido
9. Manter uma voz alegre
10. Não utilize gírias ao atender ao telefone

EXERCÍCIO

01. Você está atendendo um colega de trabalho. No instante em que você se levanta para procurar um documento que vai esclarecer a dúvida, um outro colega se aproxima e dirige-lhe a palavra, apresentando-lhe uma outra dúvida. Que atitude você tomaria?
02. Você está ao telefone, falando com alguém sobre um assunto de trabalho. Toca um outro telefone. O que você faz?
03. Um cliente telefona para reclamar de um serviço malfeito. A ligação tem muito ruído e o atendente não o escuta direito. De qualquer modo, escreve um resumo do que consegue entender e passa o caso adiante, para ser resolvido por quem de direito. Analise a situação e diga se o encaminhamento dado pelo atendente está correto, justificando sua resposta.
04. Um cliente vai a uma empresa para narrar um fato decorrente de um serviço que lhe foi prestado. O atendente o ouve com atenção pede e presta esclarecimentos. Faz um relatório da situação e o envia ao setor responsável, solicitando solução para o caso. Analise a situação e diga se o atendimento está correto por parte desse atendente.
05. Como você interpreta essa frase: “Quando um cliente reclama, a empresa deveria dar-lhe um presente”?
06. Ao receber uma ligação telefônica de um cliente, o atendente deve falar com bastante rapidez, pois as pessoas geralmente detestam perder tempo ao telefone. Esta afirmativa está correta? Justifique sua resposta
07. Como se constrói a imagem de uma empresa?
08. Para você, o que é saber ouvir?
09. Cite os deslizes que às vezes são cometidos no atendimento.
10. Quais os principais pontos que se deve levar em consideração para obter-se a qualidade em serviços?

Como Lidar com Clientes Insatisfeitos

É difícil saber o que fazer com a ira de um cliente quando ela nos atinge. O primeiro impulso é tirar o corpo fora - "Não grite comigo, não fui eu quem fez "isso"- ou rebater com veemência. Nenhuma das opções é boa para o cliente, nem para você.

As pessoas que ligam às vezes já estão zangadas antes, outras ficam irritadas durante o telefonema - com frequência, inesperadamente. Em qualquer situação, quem está irado provavelmente lançará isso na sua cara. Afinal de contas, pelo telefone raramente você vê a raiva começando a surgir.

Quando a raiva do cliente não é solucionada, você pode olhá-lo por outro ângulo. Se você não fizer isso, vai perdê-lo para sempre, e sem clientes, não haverá realmente motivo para ficar ocupando um telefone.

Tratar de forma adequada o cliente é positivo para você. Rebate-se a altura, está dizendo que não tem poderes - que não pode fazer nada para melhorar a situação. Essa mensagem desgastará a sua autoimagem mais do que qualquer outra coisa.

Administrar a ira do cliente de forma positiva exige que você aprenda a pensar na raiva de uma nova maneira. Quando o cliente manifesta sua raiva com você, isso é sinal de que ele se preocupa com o que está acontecendo, que ele quer uma solução.

A Estrada da Recuperação

1. Peça desculpas. Reconheça os sentimentos do seu cliente e desculpe-se pelos inconvenientes
2. Ouça, mostre empatia e faça perguntas francas. Use suas técnicas para mostrar ao cliente que você se preocupa e quer saber qual é o problema.
3. Conserte o problema rápida e positivamente. Faça tudo o que for necessário para dar ao seu cliente o produto ou serviço originalmente esperado.
4. Ofereça compensações. Às vezes, fazer o que deveria ser feito desde o início não basta. Um gesto de compensação diz: "Quero acertar as coisas para você".
5. Mantenha suas promessas. O serviço entre em pane quando o cliente acha que suas promessas não foram cumpridas. Certifique-se de cumprí-las e só faça as que puder cumprir durante o processo de recuperação.
6. Acompanhe. Depois de implementar a sua solução, faça um acompanhamento em sua empresa. O novo pedido foi embarcado como prometido? O problema original foi resolvido? Faça um acompanhamento com o cliente também. A solução funcionou? Seu cliente está satisfeito?

Bibliografia

1. Prince Pritchett- Excelência em Serviço. IMAM - 1994
2. Júlio Gehrig - A Qualidade em Serviços & Associados, 1996
3. Revista Qualidade nº 44- Editora Barros - janeiro, 1996
4. Revista Ser Humano nº 104 - Editora AMG & Editores Associados ABRH - janeiro de 1996, São Paulo-SP
5. Revista Ser Humano nº 106 - Editora AMG & Editores Associados ABRH - maio de 1996, São Paulo-SP
6. Bhote, Keki R. - O Cliente na Linha de Frente - Qualitymark Editora, 1992.
7. Revista Secretária Executiva, nº 13, Editora Quantum, Curitiba-Pr, 1996
8. Gerson, Richard F. – A Excelência no Atendimento a Clientes – Qualitymark Editora, 1994