Técnico em Vendas

Atendimento ao Cliente

PROFESSOR: ASSIS GUALTER
CONTEÚDO: OS DESAFIOS DO PROFISSIONAL DE ATENDIMENTO
DATA: 16/05/2019

Objetivos

- Identificar os principais tipos de clientes;
- Compreender a melhor forma de tratar com cada tipo do cliente;
- Conhecer estratégias para encantar os clientes

Empatia

Tirinha: **ARMANDINHO** (Por Alexandre Beck)

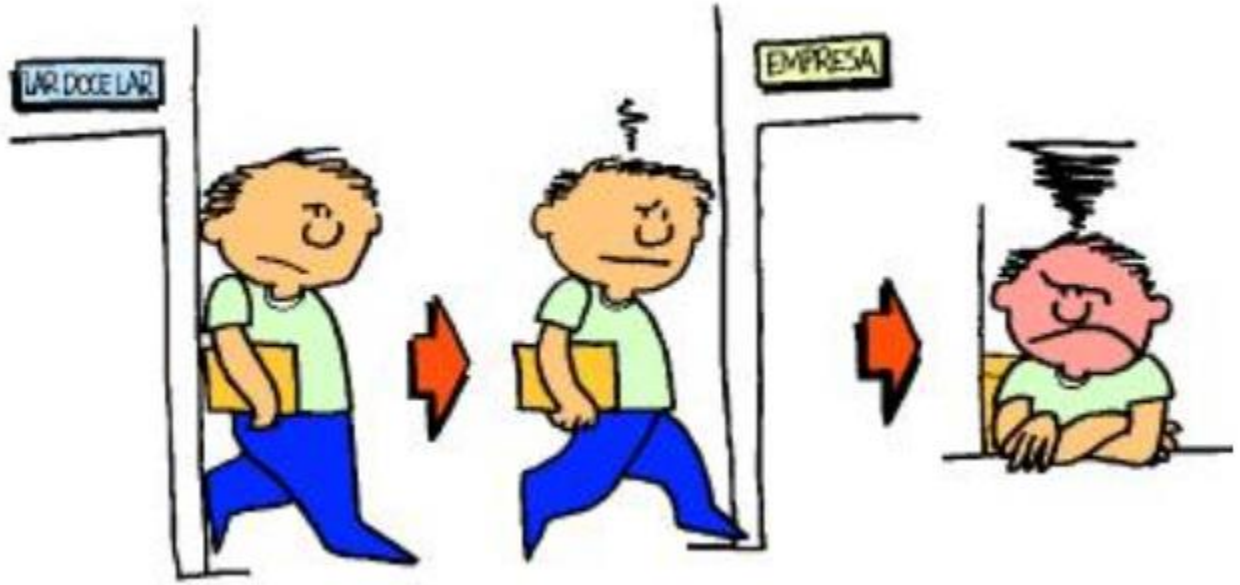
Portanto, EMPATIA é a capacidade de nos colocarmos no lugar do outro, procurando sempre entender as suas necessidades, os seus anseios, os seus sentimentos.

PERCEPÇÃO

- PERCEPÇÃO é a capacidade que temos de compreender e captar as situações, o que exige sintonia e é fundamental no processo de atendimento ao público.

O estado interior

- O ESTADO INTERIOR, como o próprio nome sugere, é a condição interna, o estado de espírito diante das situações.



O envolvimento

- A demonstração de interesse, prestando atenção ao cliente e voltando-se inteiramente ao seu atendimento, é o caminho para o verdadeiro sentido de atender.
- Na área de serviços, o produto é o próprio serviço prestado, que se traduz na INTERAÇÃO do funcionário com o cliente.
- Um serviço é, então, um resultado psicológico e pessoal que depende de fatores relacionados com a interação com o outro.

11. Atividade Complementar

- Estudo dirigido

1. Cite exemplos de canais não verbais para perceber melhor o cliente e melhorar a empatia.
2. A divisão de atenção com outras atividades afeta diretamente o envolvimento com o cliente. Comente sobre como conseguir envolver o cliente quando a empresa não oferece condições ideais de atendimento.
3. Quando levamos sentimentos negativos e pessimistas para o trabalho podemos atrapalhar o desempenho do atendimento, de que forma o atendimento poderá ser afetado?

11. Atividade Complementar (RESPOSTA)

1. **Cite exemplos de canais não verbais para perceber melhor o cliente e melhorar a empatia.**

A chave para perceber os sentimentos dos outros, está na capacidade de interpretar os canais não-verbais de comunicação do outro, que são:

- os gestos,
- o tom de voz,
- as expressões faciais

11. Atividade Complementar (RESPOSTA)

2. **A divisão de atenção com outras atividades afeta diretamente o envolvimento com o cliente. Comente sobre como conseguir envolver o cliente quando a empresa não oferece condições ideais de atendimento.**

O ideal seria separar os dois tipos de atendimento, evitando problemas como: falta de empatia, não saber escutar o cliente, falta de agilidade, entre outros.

Exemplo de divisão de atenção:

- atender pessoalmente e interromper com o telefone (vice-versa);
- Não comer na frente do cliente (sair para lanche);
- Não manter conversas paralelas com outros funcionários durante o atendimento

11. Atividade Complementar (RESPOSTA)

3. **Quando levamos sentimentos negativos e pessimistas para o trabalho podemos atrapalhar o desempenho do atendimento, de que forma o atendimento poderá ser afetado?**

Se o estado de espírito supõe sentimentos e pensamentos negativos, relacionados ao orgulho, egoísmo e vaidade, as atitudes advindas deste estado, sofrerão as suas influências e serão:

- Atitudes preconceituosas;
- Atitudes de exclusão e repulsa;
- Atitudes de fechamento;
- Atitudes de rejeição.

Objetivos

OS DESAFIOS DO PROFISSIONAL DE ATENDIMENTO

- Identificar os principais tipos de clientes;
- Compreender a melhor forma de tratar com cada tipo do cliente;
- Conhecer estratégias para encantar os clientes

O desafio do Profissional de Atendimento

- O segredo da sustentabilidade de seu negócio está intrinsecamente ligado ao número de pessoas que seu produto ou serviço irá beneficiar.

- Aquela máxima de que o cliente tem sempre razão, não deixa dúvida, que ele deve ser o ponto mais respeitado em um empreendimento, certo?

O desafio do Profissional de Atendimento

- Empresas bem sucedidas já sabem que este método não funciona!

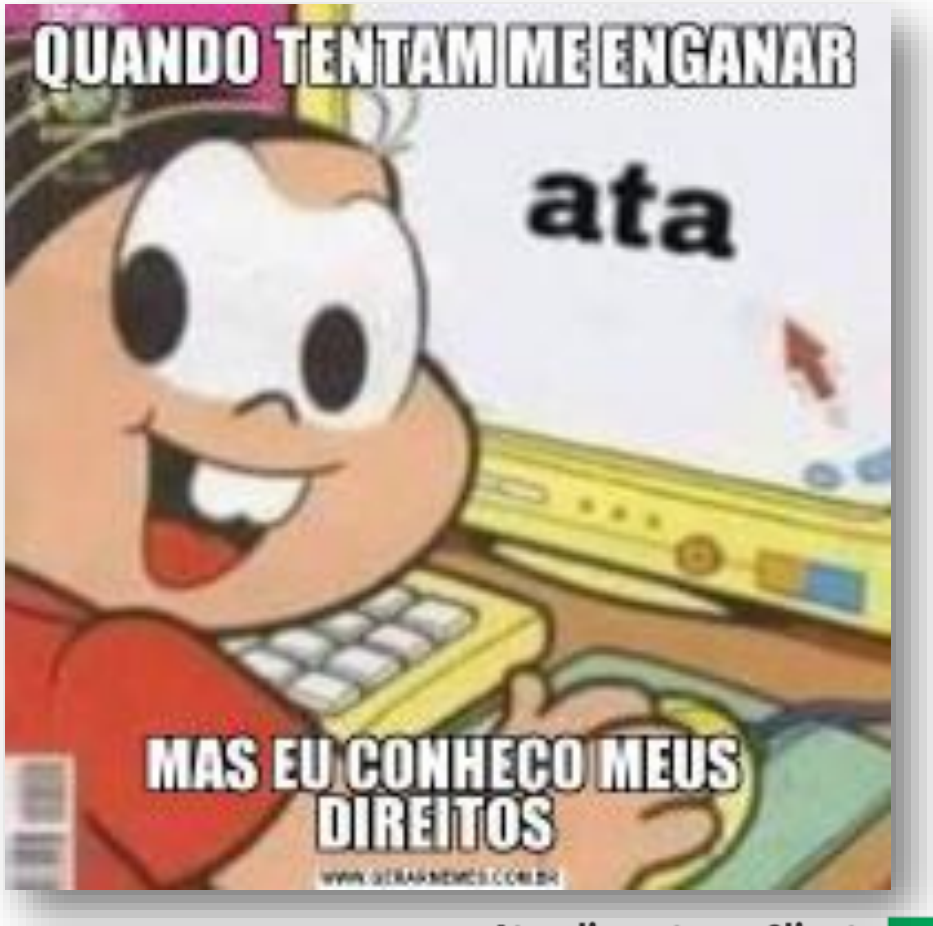
- O importante é entender que cada caso é um caso e resolver o problema do cliente.

- Não podemos usar um mesmo procedimento ou regra para toda e qualquer situação. Até porque uma única empresa atende a vários tipos de clientes e cada um possui uma necessidade específica.

O desafio do Profissional de Atendimento

- Os clientes estão cada vez mais bem informados e por isso é importante que as empresas sejam transparentes e divulguem de forma clara informações como:

  - vigência do serviço,
  - validade do contrato,
  - entre outras.



O desafio do Profissional de Atendimento

- Entretanto, sabemos que as pessoas são diferentes:
  - Algumas pessoas são extremamente exigentes, outras nem tanto,
  - Algumas são mais compreensivas,
  - Algumas são bastante atenciosas e pacientes, já outras são muito impacientes,
  - E tem aquelas que são muito agressivas, detalhistas e até certo ponto mal educadas.

Tipos de Cliente

- Estabelecer um bom relacionamento com seu cliente é algo que requer bastante psicologia, treinamento, compreensão e sensibilidade.

Tipos de Cliente

Cliente Decido	Ciente Indeciso	Cliente Apressado	Cliente sem pressa	Cliente comunicativo
Cliente não comunicativo	Cliente atento	Cliente desatento	Cliente estrela	Cliente negociador

Tipos de Cliente

Cliente decidido

- Sabe o que quer e tem conhecimento do produto/serviço. Já sondou os concorrentes e muitas vezes está pronto para fechar um acordo.

Cliente indeciso

- Busca informações que subsidiem sua decisão de compra. Compara diferentes condições oferecidas pela concorrência.

Tipos de Cliente

Cliente “estrela”

- Gosta de atrair as atenções para si mesmo. Faz pedidos absurdos e tentando demonstrar mais conhecimento do que realmente possui.

Cliente negociador

- Deseja sentir que está ganhando alguma vantagem extra com a compra.

Tipos de Cliente

Cliente apressado

- Dá monstras de agitação e impaciência, consultando muitas vezes o relógio.

Cliente sem pressa

- É metódico. Raramente compra por impulso e costuma pensar duas vezes antes de tomar qualquer decisão.

Tipos de Cliente

Cliente atento

- Costuma prestar muita atenção no que o funcionário diz. Tem o costume de fazer também muitas perguntas.

Cliente desatento

- Costuma chegar acompanhado de crianças impacientes ou estar preocupado com algum outro problema. Difícil prender sua atenção.

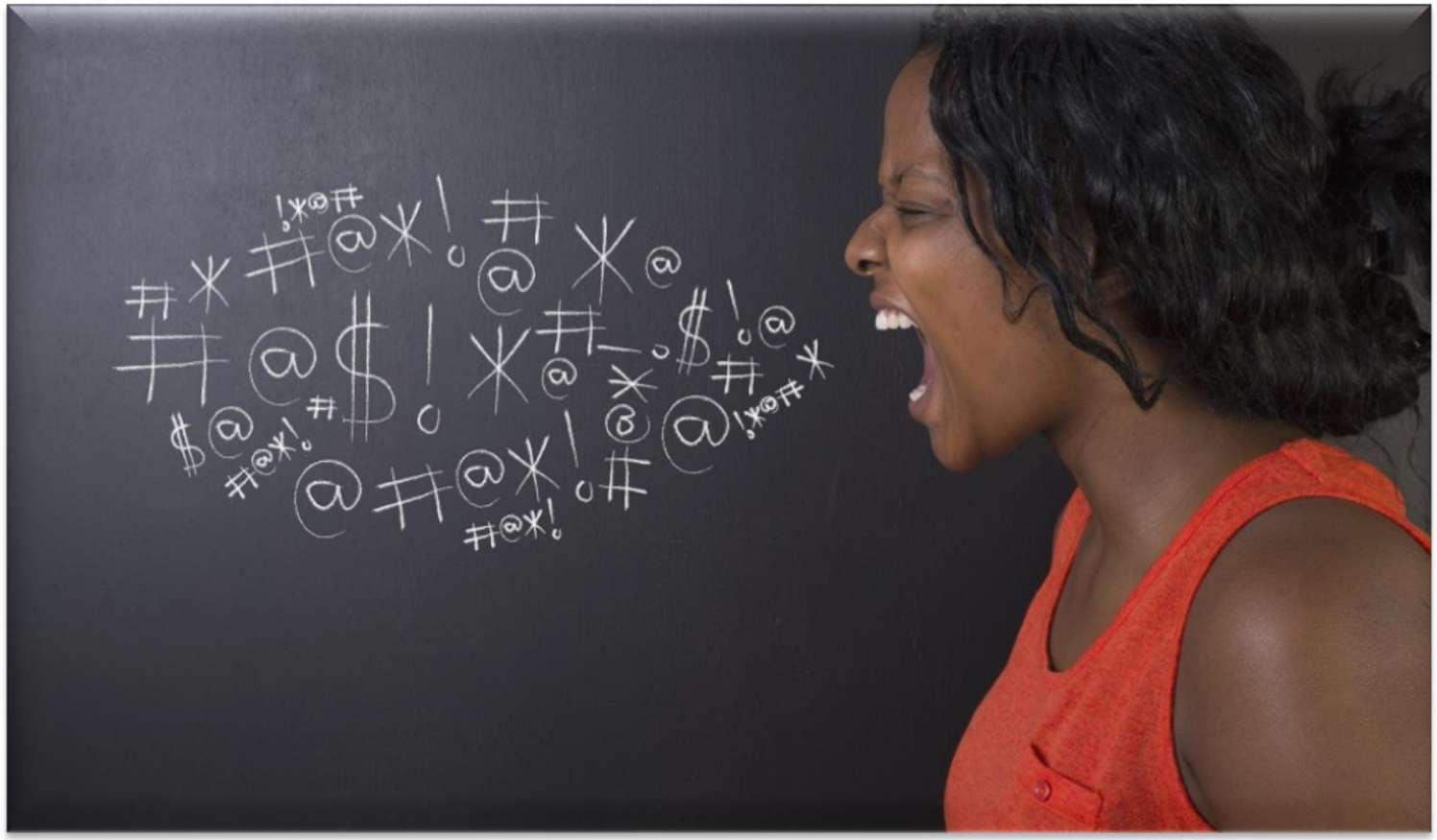
Tipos de Cliente

Cliente comunicativo

- Deseja apenas estabelecer um simples contato social.

Cliente não-comunicativo

- Dificilmente procura estabelecer qualquer tipo de comunicação verbal.



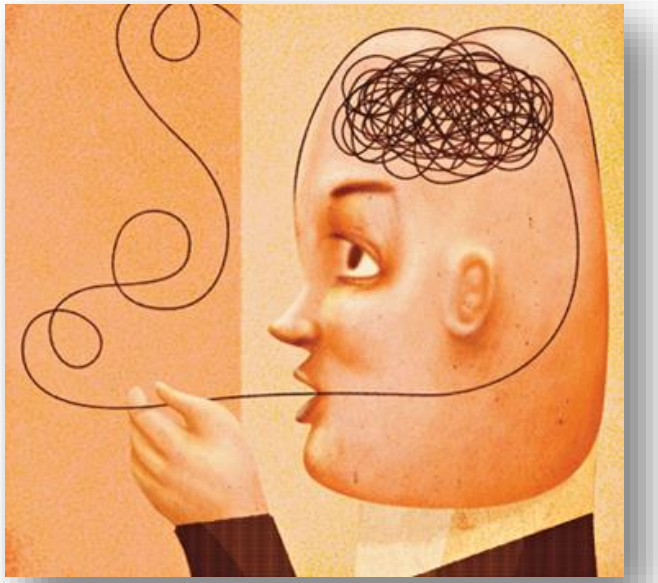
O CLIENTE NERVOSO

- O verdadeiro profissional é aquele que sabe adequar a sua postura aos mais diversos tipos de situação.
- O cliente insatisfeito, nervoso, descontrolado, que grita, nos fornece mais aprendizado, pois temos que agir exatamente de forma oposta a sua, controlando a nossa emoção. Assim, poderemos controlar a dele também.
- Esta capacidade de poder controlar as emoções do outro é o núcleo da arte de lidar com relacionamentos e é fundamental para as situações de atendimento.

O CLIENTE NERVOSO

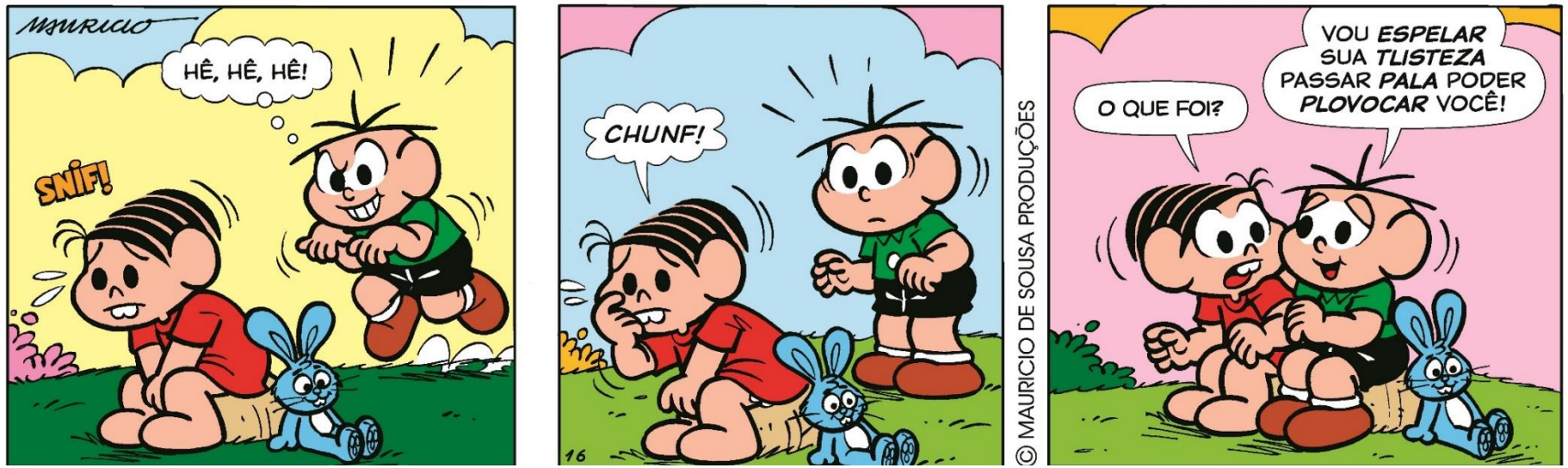
Algumas características são fundamentais para tratar com este cliente:

1. deixar que ele fale tudo, sem interromper. Isto é uma espécie de catarse, que significa esvaziar, livrar-se do problema;



O CLIENTE NERVOSO

2. jamais confrontá-lo, pois isso levaria a uma discussão cuja dimensão poderia ser incalculável;
3. anotar as causas da sua insatisfação, como forma de respeito ao problema e credibilidade no assunto;



O CLIENTE NERVOSO

4. dar encaminhamento e seguimento ao assunto, evitando o dissabor do problema ficar maior por falta de solução ou descaso;

5. ser cortês, assumindo uma postura natural.

AS RECLAMAÇÕES

atenda o cliente com cordialidade e espontaneidade;

escute com total atenção, sem interrompê-lo, o que ele tem a dizer;

anote todas as suas reclamações;

diga-lhe que vai analisar todos os dados para lhe dar uma resposta;

marque um prazo para contatá-lo, trazendo a solução para o seu problema;

cumpra o prazo estabelecido;

jamais justifique;

exponha ao cliente o resultado da sua análise com fatos e dados, pois desta forma, o diálogo não será emocional.

ENCANTANDO O CLIENTE

- Fazer apenas o que está definido pela empresa como sendo o seu padrão de atendimento, pode até satisfazer as necessidades do cliente, mas talvez não ultrapasse o normal.

- Encantar o cliente é exatamente aquele algo mais que faz a grande diferença no atendimento.

ENCANTANDO CLIENTE

Analise os momentos ruins e os bons;

Ofereça algo a mais para incrementar as vendas;

Autonomia para os profissionais de atendimento;

Conheça o que atrai os seus clientes;

Reúna ideias;

Atuação extra;

Faça a gestão da fila;

Conecte-se às mídias sociais

ATUAÇÃO EXTRA

- A ATUAÇÃO EXTRA é uma forma de encantar o cliente que se caracteriza por atitudes ou ações do atendente, não estabelecidas nos procedimentos de trabalho.
- É produzir um serviço acima da expectativa do cliente.

AUTONOMIA

- Na verdade, a autonomia não deveria estar no encantamento do cliente; ela deveria fazer parte da estrutura da empresa. Mas, nem sempre a realidade é esta.

- Colocamos aqui porque o consumidor brasileiro ainda se encanta ao encontrar numa loja, um balconista que pode resolver as suas queixas sem se dirigir ao gerente.

AUTONOMIA

- A AUTONOMIA está diretamente relacionada ao processo de tomada de decisão. Onde existir uma situação na qual o funcionário precise decidir, deve haver autonomia.

AUTONOMIA

- No atendimento ao público, é fundamental haver autonomia do pessoal de linha de frente e é uma das condições básicas para o sucesso deste tipo de trabalho.

AUTONOMIA

- Mas, para ter autonomia se faz necessário um mínimo de poder para atuar de acordo com a situação e esse poder deve ser conquistado.

- O poder aos funcionários serve para agilizar o negócio. Às vezes, a falta de autonomia se relaciona com fraca liderança do chefe.

AUTONOMIA

- Para o cliente, a autonomia traduz a ideia de agilidade, desburocratização, respeito , compromisso , organização.

- Com ela, o cliente não é jogado de um lado para o outro , não precisa passear pela empresa, ouvindo dos atendentes: “Esse assunto eu não resolvo; é só com o fulano; procure outro setor...”

- A autonomia na ponta, na linha de frente, demonstra que a empresa está totalmente voltada para o cliente, pois todo o sistema funciona para atendê-lo integralmente.

12. Atividade Complementar

Estudo dirigido

1. Diante do exposto conseguimos observar que a máxima “o cliente tem sempre razão” perde sua essência. Comente como devemos ter cuidado em seguir essa máxima.

2. Comente as melhores formas de tratar com “cliente nervoso”.

3. Para encantar os clientes muitas empresas buscam fazer algo “novo”, muitas vezes inesperado, para o cliente. Cite exemplos de como podemos encantar os clientes durante a venda.