



C U R S O S

Byte

www.cursosbyte.com.br



@cursosbyte

Cursos Byte Treinamentos Ltda

CNPJ: 12.156.417/0001-27

Dados do Aluno

Nome: _____

Número da matrícula: _____

Endereço: _____

Bairro: _____

Cidade: _____

Telefone: _____

Anotações Gerais: _____



Atendimento ao Cliente V5

Atendimento ao cliente é a prestação de serviço aos clientes antes, durante e depois da compra. A percepção de sucesso de tais interações depende dos funcionários "que podem ajustar-se à personalidade do consumidor".

Esse curso de Administração visa trazer para você essa "visão da empresa", de forma leve, procura passar conceitos que ajudarão muito no dia a dia profissional de todos. Procuramos mostrar como funcionam alguns processos que são rotineiros dentro de uma empresa e uma visão geral dos setores mais importantes.

Marcas Registradas:

Todas as marcas e nomes de produtos apresentados nesta apostila são de responsabilidade de seus respectivos proprietários, não estando a editora associada a nenhum fornecedor ou produto apresentado nesta apostila.



Método CGD® - Todos os direitos reservados.

Protegidos pela Lei 5988 de 14/12/1973.

Nenhuma parte desta apostila poderá ser copiada sem prévia autorização.

O Método CGD é um produto da Editora CGD.

Controle de Presença

Data

Módulo e Passo

Anotações

___/___/___

___/___/___

___/___/___

___/___/___

___/___/___

___/___/___

___/___/___

___/___/___

___/___/___

___/___/___

___/___/___

___/___/___

___/___/___

___/___/___

___/___/___

___/___/___

___/___/___

___/___/___

___/___/___

___/___/___



01 – MUNDO EM MUDANÇA	7
MUNDO EM CONSTANTE MUDANÇA	7
ALGUMAS MUDANÇAS DEPENDEM DE VOCÊ, OUTRAS NÃO	7
O QUE REALMENTE IMPORTA NAS MUDANÇAS.....	7
UM FATO SOBRE A VIDA E AS MUDANÇAS	8
PRINCIPAIS MOTIVOS EM ACEITAR AS MUDANÇAS.....	8
02 – CARACTERÍSTICAS DO MUNDO ATUAL E SEU IMPACTO NAS RELAÇÕES COMERCIAIS.....	9
AS PRINCIPAIS MUDANÇAS DOS ÚLTIMOS TEMPOS	9
03 – ATENDIMENTO AO CLIENTE: O QUE FAZ A DIFERENÇA?	11
O QUE REALMENTE FAZ A DIFERENÇA?	11
ESQUEÇA A TAL FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES	12
O ATENDIMENTO E A EXCELÊNCIA NO ATENDIMENTO	13
A IMPORTÂNCIA DO MINDSET	13
04 - IDEAL DE SERVIR	14
11 DICAS PARA UM BOM ATENDIMENTO	14
05 – 4 FASES DA EXCELÊNCIA NO ATENDIMENTO: ENTENDER O CLIENTE.....	17
AS 4 FASES DA EXCELÊNCIA NO ATENDIMENTO AO CLIENTE	17
A IMPORTÂNCIA DE ENTENDER O CLIENTE.....	17
TIPOS MAIS COMUNS DE CLIENTES.....	17
06 – ENTENDER O CLIENTE: TIPOS DE CLIENTE	19
CONTINUANDO OS TIPOS MAIS COMUNS DE CLIENTES	19
07 – POR QUE AS EMPRESAS PERDEM CLIENTES?	20
OS PRINCIPAIS MOTIVOS PARA A PERDA DE CLIENTES	20
A INSATISFAÇÃO É MAIS COMPARTILHADA QUE A SATISFAÇÃO	21
AS REDES SOCIAIS	22
08 – 4 FASES DA EXCELÊNCIA NO ATENDIMENTO: ATENDER O CLIENTE.....	22
O CLIENTE SEMPRE TEM RAZÃO?	22
APÓS CONHECER VEM A ETAPA DE ATENDER O CLIENTE	23
SEJA ESPECÍFICO, OBJETIVO	23
ATITUDES QUE DEVEM SER EVITADAS A TODO CUSTO.....	24
09 – TODO ATENDIMENTO É UMA OPORTUNIDADE	25
O DIAGRAMA DAS OPORTUNIDADES	25
DIAGRAMA DAS OPORTUNIDADES: OFERECER	26
DIAGRAMA DAS OPORTUNIDADES: RECONHECER ALTERNATIVAS.....	27
DIAGRAMA DAS OPORTUNIDADES: ESCLARECER	28
DIAGRAMA DAS OPORTUNIDADES: CRIAR OPORTUNIDADES	29
10 – COMO OS CLIENTES QUEREM SER TRATADOS?	30
CARACTERÍSTICAS INERENTES A TODOS OS ATENDIMENTOS	30

11 – O PODER DA IMAGEM PROFISSIONAL	32
NÃO EXISTE UM PADRÃO DE IMAGEM PROFISSIONAL	32
SUA IMAGEM É SEU CARTÃO DE APRESENTAÇÕES.....	33
12 – 4 FASES DA EXCELÊNCIA NO ATENDIMENTO: SATISFAZER O CLIENTE	34
13 – 4 FASES DA EXCELÊNCIA NO ATENDIMENTO: ENCANTAR O CLIENTE	36
A IMPORTÂNCIA DO FOCO	36
10 PASSOS PARA ENCANTAR O CLIENTE	38
EXERCÍCIOS TEÓRICOS	40
EXERCÍCIOS REFERENTES ÀS LIÇÕES DE 01 A 05	40
EXERCÍCIOS REFERENTES ÀS LIÇÕES DE 06 A 10	43
EXERCÍCIOS REFERENTES ÀS LIÇÕES DE 11 A 14	47

01 – Mundo Em Mudança

Mundo Em Constante Mudança

Hoje vivemos em um mundo que sofre mudanças constantemente e, além disso, essas mudanças estão cada vez mais rápidas...

A velocidade em que a informação trafega, o compartilhamento de conhecimento, a busca incessante pela melhoria, tudo isso influencia muito o nosso mundo.



Algumas Mudanças Dependem De Você, Outras Não

Muitas mudanças independem da sua vontade, do seu preparo e dos seus gostos, por isso, é importante estar atento sempre!

Além das mudanças que não dependem de você, existem algumas mudanças que só ocorrem se você desejar, por exemplo, apenas você pode modificar o jeito que atende seus clientes, apenas você pode decidir acordar mais cedo para exercitar-se... E é importante lembrar-se que, muitas vezes querer mudar não é o bastante, muitas vezes a mudança depende de você e de uma outra parte, neste caso, a negociação, a conversa é essencial!

O Que Realmente Importa Nas Mudanças

Independentemente de ter ou não controle sobre as mudanças, uma coisa é certa, em todos os casos existe a possibilidade de mudarmos a nós mesmos!



**SEJA A MUDANÇA
QUE VOCÊ DESEJA
VER NO MUNDO...**

- Mahatma Gandhi

Um Fato Sobre A Vida E As Mudanças

O passado não existe mais e o futuro ainda está sendo construído. Portanto, viver o PRESENTE é a única forma de viver feliz e com sucesso.

Não adianta viver no passado, não adianta ficar lamentando as mudanças que já ocorreram, você precisa viver no seu PRESENTE, é nele que as mudanças irão ocorrer, é através da vivência nele que você poderá forjar e preparar-se para o futuro.

É importante ter ciência também que, ninguém está totalmente preparado para as mudanças, porém, suas atitudes podem fazer diferença na forma como você encara as coisas.

SEJA POSITIVO, SEMPRE!



Principais Motivos Em Aceitar As Mudanças

Alguns dos principais motivos apontados pela psicologia para justificar à resistência as mudanças

- Medo
- Homeostase
- Inércia
- Falta de amadurecimento
- Interesse pessoal
- Choque do futuro
- Falta de conhecimento
- Ceticismo
- Pensamento de curto prazo
- Insensatez humana

02 – Características Do Mundo Atual E Seu Impacto Nas Relações Comerciais

As Principais Mudanças Dos Últimos Tempos

Globalização: É o processo de aproximação entre as diversas sociedades e nações existentes por todo o mundo, seja no âmbito econômico, social, cultural ou político. Porém, o principal destaque dado pela globalização está na integração de mercado existente entre os países (www.significados.com.br/globalizacao/).



Democratização da informação e da tecnologia: Graças aos avanços tecnológicos a informação passou a ser compartilhada de forma muito mais rápida, em questão de segundos você pode consultar produtos e empresas de outra cidade, estado e até mesmo país. Pensando de forma empresarial, é extremamente necessário pensar em novas formas de apresentar seu produto ou empresa...

Maior presença das mulheres no mercado de trabalho: Cada vez mais as mulheres estão presentes no mercado de trabalho, com papéis cada vez mais importantes, estamos entrando em uma era em que as questões de gênero, raça e idade estão superando os antigos problemas de preconceito.

Concorrência cada vez maior: Nos dias atuais a concorrência está cada vez mais forte, existe concorrência para todo tipo de mercado, um exemplo bem atual é o de aplicativos de entrega, até meados de 2014 havia dois aplicativos principais, hoje em dia temos cerca de sete aplicativos com a mesma finalidade. Como se destacar em um cenário desses? A resposta é simples: com qualidade e criatividade.

Fusões, aquisições e terceirizações: Atualmente é comum vermos uma grande empresa adquirir algum serviço que se destacou por algum tempo, ou grandes empresas se fundindo para tornar o seu poder ainda maior, existem grandes monopólios em diversas áreas.



03 - Atendimento Ao Cliente: O Que Faz A Diferença?

O Que Realmente Faz A Diferença?

Sabendo que a concorrência está cada vez mais acirrada, o que realmente faz a diferença em uma relação comercial? **● ATENDIMENTO.**

Diferenciais como preço, prazo, qualidade, que antigamente eram suficientes para obter destaque no mercado, hoje não fazem tanta diferença assim, afinal de contas, são características facilmente igualadas pela concorrência, é claro que eles se mantêm importante, porém, sozinhos não são o suficiente.



Trazendo novamente um exemplo atual para demonstrar que apenas os diferenciais básicos não são mais o suficiente, você deve se lembrar quando surgiram os carros por aplicativo, eles vieram oferecendo o mesmo serviço que os taxistas e, além de igualar ou até mesmo superar os diferenciais básicos, os motoristas vieram preparados, com

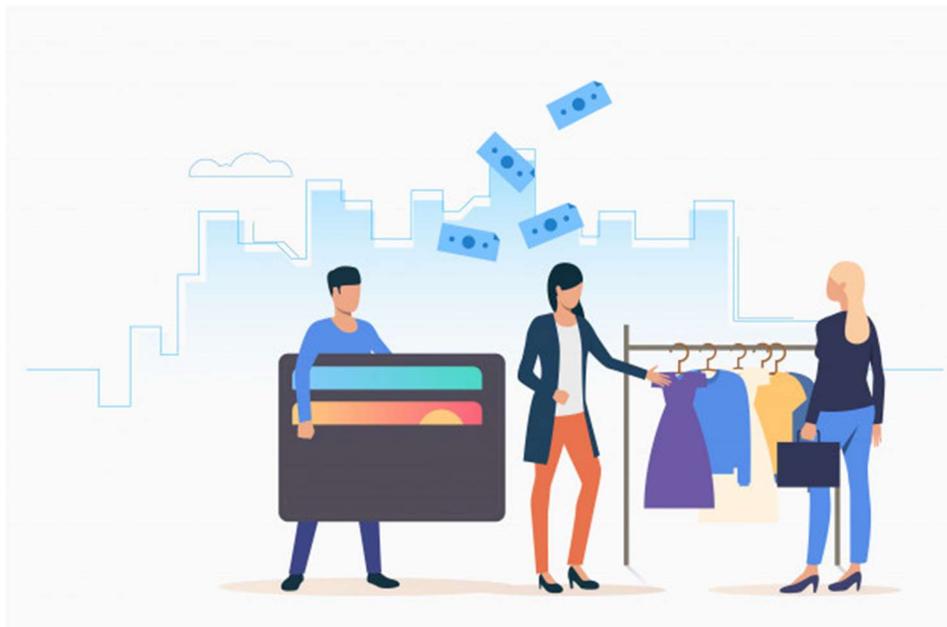
um atendimento diferenciado pregado pela empresa responsável pelo aplicativo.

No primeiro momento, apenas uma empresa dominava o mercado de transportes por aplicativos, porém, com o sucesso de uma, surgem outras, diferentes políticas, diferentes valores, mais opções para o usuário.

Um atendimento atencioso e o relacionamento com as pessoas é o que realmente faz a diferença!

Esqueça A Tal Fidelização De Clientes

Já conversamos sobre o atual estado do mundo e suas constantes mudanças, é de se esperar então que a forma como tratamos nossos clientes sofra mudanças também. Até um certo tempo atrás, vários consultores e empresas se preocupavam em criar processos, planos mirabolantes para “fidelizar o cliente”, entenda uma coisa, seu cliente não quer ser fidelizado, ele quer ser bem atendido, com um bom atendimento o próprio cliente te dará um retorno, a satisfação do cliente deve ser verdadeira, não forçada por algum processo.



O Atendimento E A Excelência No Atendimento

Vamos alinhar o que é atendimento e quando ocorre a excelência no mesmo... Atender é acolher com atenção e cortesia, dar ou prestar atenção, a excelência ocorre quando a proposta do atendimento é cumprida de forma integral.

A Importância Do Mindset

O mindset, que em português pode ser chamado de padrão de pensamento, é extremamente importante para qualquer coisa que você irá fazer em sua vida.



O que você pensa quando inicia um novo projeto? Se você pensar que vai dar certo, que é capaz, sua energia, seu esforço, tudo vai girar de forma agradável para que você realmente atinja o seu objetivo.

Agora, se você começar a colocar obstáculos em tudo que irá fazer, falando que a tarefa é difícil, que o cliente é complicado, que o produto é difícil de ser vendido, cada obstáculo colocado é um empurrão ladeira à baixo, conforme esses obstáculos aparecem, automaticamente sua postura muda e o cliente com certeza percebe essa mudança.

04 - Ideal De Servir

Para atuar no atendimento a clientes é necessário gostar de servir, é necessário gostar de pessoas.

Você precisa sentir prazer ao trabalhar, ter orgulho do que faz, somente assim seu cliente ficará encantado com seu atendimento.

11 Dicas Para Um Bom Atendimento

Confira 11 dicas, retiradas do SEBRAE, para que você mantenha um bom relacionamento com seus clientes.

1. Atenda bem a qualquer pessoa que se dirigir ao seu comércio. Para isso, esqueça seus próprios preconceitos e não forme impressões antecipadas e distorcidas dos clientes.
2. Cumprimente a todos com um sorriso. Esse é um modo de nos mostrarmos agradáveis e receptivos, o que facilita o contato com o cliente. Sempre que possível, chame-o pelo nome.
3. Nunca deixe uma pessoa esperando, principalmente se o serviço que estiver fazendo não tiver relação com o assunto que o cliente irá tratar. Para quem espera, um minuto torna-se uma eternidade. Há pessoas que aguardam por dois minutos e depois são capazes de dizer que esperaram por mais de dez! No entanto, após ter sido inicialmente atendida, a pessoa aguardará com mais calma, naturalmente.



4. Mesmo fora de seu setor, cumprimente a todos. Não só os colegas de trabalho, mas também os clientes. A gentileza não precisa se restringir ao setor de atuação, mas pode (e deve) se estender a toda a empresa. É sempre gratificante para o consumidor ser reconhecido e cumprimentado.
5. Faça com que o cliente se sinta bem-vindo. Trate-o como alguém importante para a empresa. Comentários agradáveis valorizam a relação, mas nunca fale além do necessário, dê tempo para que ele explique o que deseja.
6. Muitas vezes o cliente fica inibido diante do funcionário, por isso, deixe o consumidor à vontade e preste um atendimento eficiente, orientando-o em sua compra de maneira clara e educada.



7. Nunca, nunca mesmo, dê uma ordem ao cliente. Ninguém gosta de ouvir algo como “o senhor precisa assinar aqui”. Uma expressão cordial tem mais valor: “por favor, o senhor poderia assinar nesta linha?”.
8. Expressões negativas tendem a criar um clima negativo. O ideal é evitar expressões como: “não pode”, “está errado”, “não deve”.
9. Nas informações prestadas ao cliente, a verdade é extremamente importante. Mesmo sendo desagradável, é preferível assumir uma falha a passar ao cliente a impressão de que esconde informações.
10. Fique atento a qualquer reclamação, queixa ou sugestão vinda do cliente e encaminhe-as ao superior imediato para verificação
11. Diante de um cliente autoritário, que acha que é dono da verdade, tente usar toda sua habilidade para atendê-lo da melhor forma e para contornar qualquer mal-entendido. Caso perceba que uma determinada situação pode piorar, procure ajuda de seu supervisor ou gerente.



(<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/15-dicas-para-atender-bem,e565438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>)

05 - 4 Fases Da Excelência No Atendimento: Entender O Cliente

Durante o atendimento é muito importante você ter uma boa postura, ter energia, demonstrar que você se importa com o cliente e personalizar o seu atendimento. A era do atendimento robótico acabou.

As 4 Fases da Excelência No Atendimento ao Cliente

O atendimento com excelência é dividido em quatro etapas, e dentre as quatro, podemos destacar a primeira, claro que todas são importantes, porém, garantindo a qualidade da primeira, as demais serão cumpridas com maior facilidade. As etapas são:

As 4 fases da excelência no atendimento

1. Entender
2. Atender
3. Satisfazer
4. Encantar

A Importância De Entender O Cliente

Quais as principais características dos seus clientes? É necessário conhecer as características dos seus clientes, os tipos, as maneiras, os comportamentos frequentes.

Tipos Mais Comuns De Clientes

Saiba que, por mais únicos que sejam, todos os clientes se encaixam em uma lista que define qual "tipo" ele é, saber identificar e classificar seus clientes permite atendê-los de forma assertiva, confira agora dois tipos muito comuns de clientes.

EMOTIVO

Característica: sensível e carente emocionalmente.

Como lidar: com uma boa dose de empatia e compreensão, palavras de acompanhamento...

RACIONAL

Característica: objetivo e detalhista.

Como lidar: com argumentos claros, passando credibilidade, objetividade e ser direto...

Evite expressões como: "calma" ... "só um minutinho" ...



06 - Entender O Cliente: Tipos De Cliente

Continuando Os Tipos Mais Comuns De Clientes

ENTUSIASTA

Característica: objetivo e detalhista.

Como lidar: tenha paciência, olhe para o cliente, seja comunicativo e ético.

ESTRATÉGICO

Característica: sabe exatamente o que quer, pesquisa antes.

Como lidar: seja objetivo, claro e direto ao assunto, mas cuidado para não confrontar.

FORMAL

Característica: lógico, direto e "frio".

Como lidar: seja objetivo e se expresse com elegância e cortesia, sem intimidade.

FALADOR

Característica: fala demais e se perde nos assuntos.

Como lidar: com respostas curtas, atenção e cortesia, se necessário interrompa.

INTROVERTIDO

Característica: calado e tem medo de se expor.

Como lidar: transmitindo segurança e encorajando-o, apresente opções.

07 - Por Que As Empresas Perdem Clientes?

Você saberia apontar os principais motivos para uma empresa perder seus clientes? Independente do ramo, alguns motivos se aplicam a todas as empresas.

Conseguindo identificar os principais motivos responsáveis pela perda de clientes, você conseguirá se preparar, conseguirá ter uma estratégia para contornar a situação.

Os Principais Motivos Para A Perda De Clientes

Confira os principais motivos que podem afetar todas as empresas:

- **1% Falecimento ou falência**
O número é baixo, mas esta é uma situação que pode acontecer;
- **5% Mudança de endereço**
Os clientes podem se mudar, indo para uma região onde a negociação com sua empresa não será mais viável.
- **5% Amizades comerciais**
Seus clientes podem ter amizades com outros profissionais do mesmo ramo que o teu, ou até mesmo serem indicados por algum amigo para ter uma relação com outro profissional.
- **10% Mais vantagens nos concorrentes**
Seu cliente pode deixar de negociar contigo a partir do momento em que ele obtiver mais vantagens na concorrência, isso pode envolver prazo de entrega, preço, descontos e várias outros diferenciais.
- **14% Insatisfação com o produto ou serviço**
Se a qualidade do seu produto ou serviço for insuficiente, com certeza uma parcela de seus clientes deixará de negociar contigo.
- **65% Indiferença ou incompetência durante o atendimento**
Com certeza o grande responsável pela perda de clientes. Um cliente não bem atendido dificilmente volta a negociar com a empresa.

A Insatisfação É Mais Compartilhada Que A Satisfação

Uma pesquisa do Financial Times descobriu que, um cliente satisfeito, conta sua experiência em média para até 5 pessoas, já o cliente insatisfeito conta para até 17 pessoas, ou seja, um cliente insatisfeito pode absorver a rentabilidade gerada por 5 clientes satisfeitos.



Você já deve ter reparado que ao reclamar de uma empresa ou serviço, quase sempre, a pessoa coloca emoção na reclamação, ela deseja deixar claro que não deseja **NUNCA MAIS**, utilizar tal serviço ou empresa e que **NUNCA MAIS** recomendará a mesma para terceiros.

As Redes Sociais

Podemos afirmar com certeza que, hoje em dia, as redes sociais são uns dos canais de comunicação mais utilizados pelo mundo.

Além da quantidade de usuários, as redes sociais permitem o compartilhamento de feedbacks com o mundo todos, uma reclamação feita de ti ou da tua empresa pode chegar do outro lado do mundo em instantes.

É extremamente importante ficar atento com as redes sociais, sempre acompanhe o que estão falando da sua empresa e de você.

08 – 4 Fases Da Excelência No Atendimento: Atender O Cliente

O Cliente Sempre Tem Razão?

A máxima “O cliente tem sempre razão” está correta? Posso te garantir que sim, ele tem sempre a SUA razão. Isso não quer dizer que ele sempre está certo, mas sim que, sob a visão do cliente, ele acredita que está certo.

Compreender esse ponto é essencial pois, desta forma evitamos conflitos desnecessários com o cliente, desta forma conseguiremos tratar o nosso cliente de outra maneira, conseguiremos argumentar, demonstrar que a maneira de pensar, ou aquilo que ele está buscando não é o mais adequado.



Após Conhecer Vem A Etapa De Atender O Cliente

Conhecendo o cliente, é possível fornecer um atendimento personalizado ao seu cliente e, sempre que possível individualizado, tratando cada cliente como uma pessoa única, uma pessoa especial.

E no atendimento devemos evitar algumas frases que “machucam” o cliente, existem várias dessas frases, aqui vamos destacar as mais comuns.

Só um minutinho... Tome cuidado com os diminutivos, evite-os, eles passam um aspecto de intimidade que muitas vezes você não tem.

Não é comigo... O sistema está fora do ar... O responsável não está... Cuidado com as frases que tentam te tirar da situação, se o cliente está falando contigo, tente ajudá-lo de toda maneira, não tire o corpo fora.

Seja Específico, Objetivo

Ainda falando sobre como atender o seu cliente, não o deixe esperando por tempo indeterminado, seja específico, trabalhe com prazos. No lugar do “aguarde um minutinho”, diga “dentro de 5 minutos eu lhe respondo”, especifique o prazo que você precisa para retornar para o seu cliente. Se você estiver atendendo outra pessoa, informe ao cliente que assim que encerrar o atendimento atual, ele será atendido.



Atitudes Que Devem Ser Evitadas A Todo Custo

Algumas atitudes nos incomodam e tenha certeza, se elas te incomodam, pode ter certeza de que elas também incomodam seu cliente...

Separamos algumas atitudes que devem ser evitadas a todo custo e que, são elas:

- Prometer algo e não cumprir
- Tratar seu cliente de forma impessoal
- Duvidar da honestidade do cliente
- Fazer o cliente se sentir jogado de um lado para o outro
- Tratar o cliente com indelicadeza
- Julgar o cliente pela aparência



09 - Todo Atendimento É Uma Oportunidade

E como toda oportunidade, ela depende de você para dar certo, sempre há uma atitude que você pode tomar.

Neste módulo destacamos 4 situações onde tomar a atitude correta pode garantir o sucesso e a excelência no seu atendimento.

O Diagrama Das Oportunidades

O diagrama das oportunidades simplificado, se apresenta da seguinte maneira:



Confira a seguir quatro situações que servem como exemplo e explicação para o diagrama acima.

Diagrama Das Oportunidades: Oferecer

o cliente pensa que você tem a solução e você realmente tem.

Digamos que o cliente está procurando um curso de brigadista e você oferece o curso...

A solução aqui é simples, basta oferecer o serviço que o cliente está procurando.



Diagrama Das Oportunidades: Reconhecer Alternativas

o cliente pensa que você tem a solução e você não tem.

Digamos que o cliente está procurando um curso de gestão financeira e você não tem...

A solução aqui é reconhecer que não possui tal produto/serviço e apresentar alternativas, se nenhum serviço oferecido por você for capaz de atender o cliente, indique um profissional de confiança para tal.

Não encare a indicação de outro profissional como a perda de um cliente, na verdade você estará ganhando a confiança dele, graças a sua honestidade, e tenha certeza de que, quando necessitar, o cliente virá até você.



Diagrama Das Oportunidades: Esclarecer

o cliente pensa que você não tem a solução e você a tem.

Digamos que o cliente está procurando um curso de normas regulamentadoras e você possui o curso, porém, o cliente conhece apenas seu curso de brigadista...

A grande sacada aqui é evitar esse tipo de situação divulgando e deixando bem claro todos os serviços que você fornece, desde o primeiro contato com o cliente. Nestas horas, ter um portfólio é muito importante, desta forma, utilizando apenas um documento, você consegue exibir todo os seus serviços e produto.

Caso a situação já tenha ocorrido uma vez, lembre-se de reforçar sempre os serviços que você presta para seus clientes.

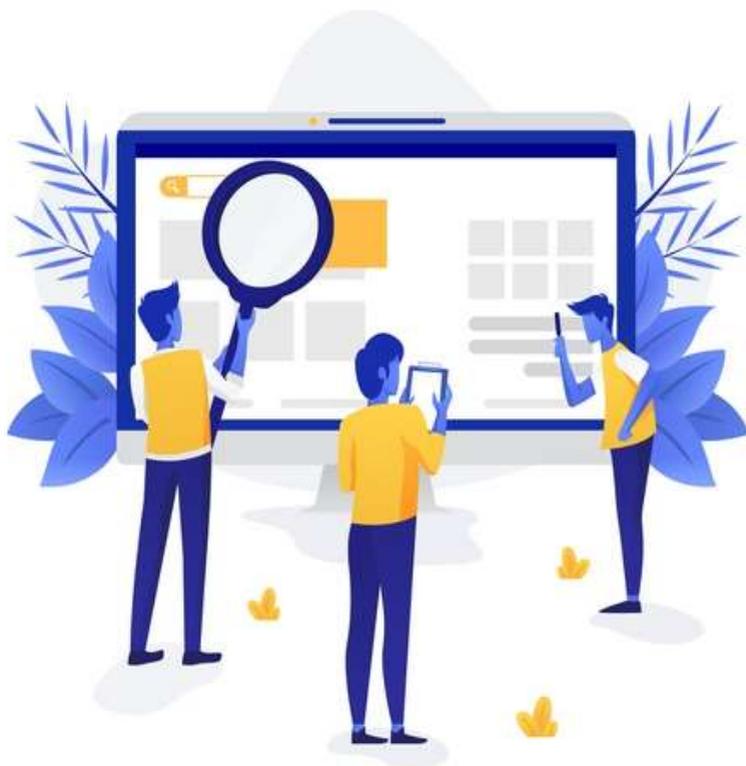


Diagrama Das Oportunidades: Criar Oportunidades

o cliente não sabe o que quer, ou imagina que você não possui a solução e você realmente não tem e não faz ideia.

Digamos que o cliente deseja um curso de bombeiro mirim, você possui os cursos de brigadista e de normas regulamentadoras, com o conhecimento possuído, você não conseguiria fornecer a solução desejada?

Aqui estamos conversando sobre oportunidades, criatividade, inovação, analisando o seu mercado, qual solução ainda não é oferecida por terceiros?



10 - Como Os Clientes Querem Ser Tratados?

Quando you é o cliente, o que você valoriza ao se relacionar comercialmente com alguma pessoa ou empresa? Como você gosta de ser tratado?

Saiba que, assim como você, todo mundo deseja ser bem atendido, ser tratado com atenção, educação, agilidade...



Características Inerentes A Todos Os Atendimentos

Preste atenção no seu cliente: Trate seu cliente de maneira pessoal, entenda o que ele quer, compreenda a sua necessidade, não tente vender o seu pacote de serviços da forma que você quer, quem precisa ser atendido e quem sabe o que deseja é o seu cliente!

Um exemplo contrário a isto é o atendimento prestado pelas operadoras de telefonia móvel, que insistem em entrar em contato, constantemente, oferecendo o mesmo produto, o mesmo serviço, mesmo tendo sido informado que você não o deseja. É a tal da “venda massificada”, onde todos os clientes são tratados da mesma maneira, como se todos tivessem a mesma necessidade.

Seja ágil: É importante saber que agilidade é diferente de rapidez, ser ágil é, fazer bem feiro no menor tempo possível, diferente de ser rápido que é focar apenas na velocidade, sem se importar com a qualidade.

Trate o cliente com cortesia: Trate seu cliente como gostaria de ser atendido, tenha simpatia, tenha empatia...

Ser simpático é ser educado, atencioso, ter um sorriso amigo, é fazer com que o seu exterior se comunique com o exterior do cliente.

Já a empatia é um pouco mais complexa, é compreender o que move o seu cliente, entender o seu estado de espírito, é se colocar no lugar dele.

A cortesia é a combinação, o balanceamento perfeito da simpatia e da empatia.

Aja com profissionalismo: Cumpra seus prazos, seus horários, entregue o que foi combinado, tenha uma boa relação com todos os clientes e companheiros.

Trate o cliente com honestidade: Alguns profissionais e algumas empresas ainda preferem ter uma relação nebulosa com o cliente, isso deve ser evitado a todo custo, você precisa ser transparente, tratar o seu cliente com toda honestidade do mundo.



11 – O Poder Da Imagem Profissional

Você já parou para pensar no impacto que a sua imagem, a sua apresentação, tem em seu sucesso e nos seus resultados?

Você já parou para analisar o que é mais importante no seu ambiente de trabalho, a aparência ou a postura?



Não adianta pensar que a imagem não é importante, estudos comprovam que a ela precisa combinar com o seu mercado, ela precisa se comunicar com seus clientes.

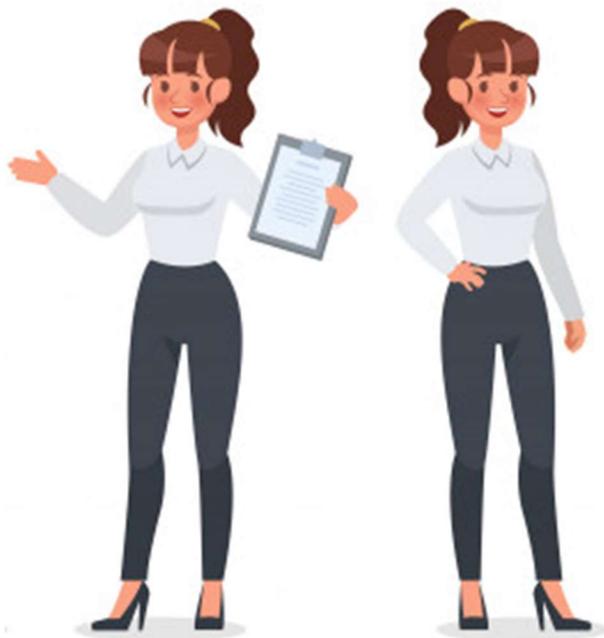
Não Existe Um Padrão De Imagem Profissional

Cada público tem o seu estilo, o seu tipo de imagem, uma loja de óculos escuros para adolescentes não precisa de vendedores com terno e gravata... Um funcionário do setor jurídico de uma multinacional não poderá trabalhar de bermuda e tênis.

Lembre-se: É essencial que sua vestimenta e seu comportamento, se comuniquem com seu público!

Sua Imagem É Seu Cartão De Apresentações

A forma como você se veste e se comporta servirá como seu cartão de apresentação, ela será responsável por causar a sua “primeira impressão”.



De acordo com alguns estudos, essa primeira impressão é gerada em 10 segundos e, claro que existe a possibilidade de mudá-la, porém, é um serviço bem complicado, a máxima “a primeira impressão é a que fica” é, na maioria dos casos, verdadeira.

12 – 4 Fases Da Excelência No Atendimento: Satisfazer O Cliente

Satisfazer o cliente é ter passado pelas duas primeiras etapas do atendimento, ou seja, **é ter entendido e atendido o cliente**, de forma satisfatória.

Ao satisfazer um cliente você poderá notar alguns comportamentos, destacamos os principais.

Apona as falhas: Ele irá apontar o que o deixou desapontado durante a negociação, informará o que você deve mudar. Ele faz isso pois deseja manter a relação comercial contigo.

Informa sobre os concorrentes: Ele irá avisar sobre ofertas, condições diferenciadas, promoções entre outras coisas, ele não faz isso para tirar vantagem, mas sim, por que deseja manter a relação comercial.



Exageram nos elogios: As vezes eles exageram nos elogios e nas qualidades, muitas vezes para se referir sobre você ou sua empresa, eles destacam que foi “a melhor coisa já feita” ou “o melhor serviço prestado”, e isso é bom para que você alcance outras pessoas.

Fazem sugestões: Assim como os clientes podem apontar falhas, eles também podem sugerir outros produtos ou serviços, sempre buscando a melhoria.



Compram novamente: Se o teu produto ou serviço permitir a repetição da compra, ao satisfazer um cliente, ele voltará para comprar novamente.

Acredita e respeita você: Ele acredita na sua palavra, ele confia em você, durante um atendimento bem feito, uma negociação agradável, a relação de confiança é estabelecida entre você e seu cliente.

Converte amigos em novos clientes: Lembre-se da pesquisa que citamos anteriormente, um cliente satisfeito divulga o seu serviço para outras cinco pessoas, é exatamente isto.



13 – 4 Fases Da Excelência No Atendimento: Encantar O Cliente

Para finalizar o conteúdo do curso, vamos falar sobre o encantamento do cliente... O encantamento do cliente é o resultado das fases anteriores, depois entender o cliente, reconhecer suas características, identificar a melhor forma de atendê-lo.

Além da execução das etapas anteriores, para encantar o seu cliente é preciso encarar a situação, a negociação com os olhos do cliente.



A Importância Do Foco

Existem alguns “tipos de foco” que podem ser utilizados durante a negociação e a relação comercial, porém, dentro todos estes, **apenas um é o correto** para se atingir a excelência no atendimento.

Foco no umbigo: Este é o foco utilizado quando você se importa apenas com você mesmo, aqui você se relaciona com o cliente pensando apenas em atingir a sua meta, você não se preocupa com o cliente, não se importa com as necessidades dele.

Foco no cliente: Este foco é um pouco melhor, nele a preocupação com sua meta e com seus problemas ainda existe, porém, você se importa um pouco com o cliente, você consegue identificá-lo.

Foco no foco do cliente: Este é o foco que deve ser utilizado, é aqui que a excelência ocorre. Aqui você se preocupa totalmente com o cliente, você identifica todas as necessidades trazidas por ele, você consegue compreender o momento em que ele está vivendo, você oferece o que ele precisa e não qualquer coisa que você tem.



FOQUE SEMPRE NO OBJETIVO DO SEU CLIENTE.

10 Passos Para Encantar O Cliente

Para que você consiga trabalhar todas as questões da excelência no atendimento aos clientes, deixamos aqui dez dicas importantíssimas.

1. **CONHEÇA OS PRODUTOS DA EMPRESA E APRESENTE SEUS BENEFÍCIOS**

Saiba o que você está vendendo, mostre tudo aquilo que seu produto ou serviço pode fazer pelo seu cliente.

2. **ATENDA IMEDIATAMENTE E ATUE COM AGILIDADE**

Não deixe seu cliente esperando, responda o mais rápido possível, trabalhe com prazos reais e possíveis.

3. **USE A SIMPATIA, SEJA CORDIAL**

Seja educado, seja simpático com o seu cliente e pratique a empatia.

4. **CUIDE DE SUA APRESENTAÇÃO PESSOAL**

Não estamos falando apenas da aparência, saiba se comunicar com o cliente, comporte-se como um profissional.

5. **EVITE O USO DE TERMOS TÉCNICOS E EXPRESSÕES COMPLICADAS**

Muitas vezes o cliente não está acostumado com algum termo específico da sua área, utilizar um termo técnico poderá causar um impacto negativo em seu cliente, como se você quisesse deixá-lo de lado, não se importando se ele compreenderá ou não a explicação ou a apresentação.

6. **INICIE TODO CONTATO COM UM CUMPRIMENTO**

Novamente, seja cordial, cumprimente seu cliente, deseje-o um bom dia, uma boa tarde, seja agradável.

7. **JAMAIS TENDE ENGANAR SEU CLIENTE**

Esse passo é obvio, NUNCA, JAMAIS, tente enganar seu cliente, você pode até ter a sensação de que "estará" ganhando caso

venda algum produto ou serviço que não é realmente o que foi apresentado, porém, assim que o cliente perceber, a sua relação com ele terá acabado e pode ter certeza que o mercado inteiro ficará sabendo do que você fez.

8. TRATE OS CLIENTES COM PROFISSIONALISMO

Entregue o que for combinado, cumpra seus horários e suas promessas, seja transparente, não esconda nada de seu cliente.

9. EVITE ATITUDES NEGATIVAS

Não fique reclamando de seus clientes para seus companheiros, ou de seus companheiros para seus clientes, seja positivo, encare todas as situações de cabeça erguida e mente aberta.

10. CUIDE PESSOALMENTE DO SEU LOCAL DE TRABALHO

Deixe seu espaço arrumado, limpo, organizado, lembre-se que grande parte do seu tempo poderá ser gasto em seu local de trabalho.

A satisfação do cliente é a chave para o sucesso da SUA EMPRESA!

Exercícios Teóricos

Esses exercícios visam aprimorar seu conhecimento na matéria abordada, faça com calma e, se precisar, consulte o vídeo da lição ou o conteúdo na apostila.

Exercícios referentes às lições de 01 a 05

1) Comparando o ano atual com o ano de seu nascimento, cite três mudanças que ocorreram e afetaram o modo de vida de todos:

2) Assinale as alternativas que apresentam as principais mudanças dos últimos tempos vistas no curso:

- Globalização
- Diversificação alimentar
- Concorrência cada vez maior
- Maior importância com a saúde e o bem estar
- Democratização da informação e da tecnologia
- Maior presença das mulheres no mercado de trabalho

3) Cite três dos principais motivos apontados pela psicologia para à resistência as mudanças:

4) Sabendo que a concorrência está cada vez mais acirrada, o que realmente faz a diferença em uma relação comercial?

5) É correto afirmar que a velocidade em que a informação trafega foi afetada pelas diversas mudanças globais? Justifique:

6) Ordene as quatro fases da excelência no atendimento inserindo o número correspondente à etapa;

() Encantar

() Entender

() Atender

() Satisfazer

7) Qual a importância do mindset?

8) “Uma boa promoção, condições de pagamento diferenciadas e prazo são o suficiente para manter o seu cliente.” Essa afirmação está correta? Justifique:

9) Como devemos agir com um cliente racional?

10) Ligue o tipo de cliente com suas principais características.

EMOTIVO	Sensível
	Objetivo
RACIONAL	Detalhista
	Carente emocionalmente

← **Retorne para a sequência do curso**

Exercícios referentes às lições de 06 a 10

1) "O uso de diminutivos é essencial para um bom atendimento, com eles você demonstra simpatia." Essa afirmação está correta? Justifique.

2) Complete os trechos em branco na afirmação abaixo:

Uma pesquisa do Financial Times descobriu que, um cliente satisfeito, conta sua experiência em média para até _____ pessoas, já o cliente insatisfeito conta para até _____ pessoas.

3) É correto afirmar que o cliente tem sempre razão? Justifique.

4) Tendo em vista as relações comerciais, atualmente, qual o principal motivo de nos preocuparmos com as redes sociais.

5) Trabalhar com prazos é extremamente importante. Justifique a afirmação abaixo.

6) Liste pelo menos três atitudes que devem ser evitadas durante o atendimento ao cliente.

6) Liste pelo menos três atitudes que devem ser evitadas durante o atendimento ao cliente.

7) Analisando o diagrama das oportunidades, o que devemos fazer se o cliente pensar que temos uma solução e nós não a tivermos?

8) Ainda com o diagrama das oportunidades, o que devemos fazer se o cliente não souber que temos uma solução e nós a tivermos?

9) Descreva um atendimento massificado?

10) Complete o diagrama das oportunidades com as atitudes que devemos tomar:

		TEMOS A SOLUÇÃO?	
		SIM	NÃO
O CLIENTE PENSA QUE TEMOS A SOLUÇÃO?	SIM	<input type="text"/>	<input type="text"/>
	NÃO	<input type="text"/>	<input type="text"/>

↩ Retorne para a sequência do curso

Exercícios referentes às lições de 11 a 13

1) Defina o que é ter o "foco no umbigo":

2) Defina o que é ter o "foco no cliente":

3) Defina o que é ter o "foco no foco do cliente":

4) Liste pelo menos três comportamentos de um cliente satisfeito.

5) Com quantos segundos é formada a “primeira impressão”?

6) Durante a negociação, por que devemos evitar termos técnicos e expressões complicadas?

7) Por que um cliente satisfeito aponta falhas?

8) É correto afirmar que a aparência não é importante para o atendimento? Justifique.

9) Qual é o principal motivo para a perda de clientes em uma empresa?

10) Qual a chave para o sucesso de uma empresa?

← Retorne para a sequência do curso

FIM DA APOSTILA
Método CGD ® - Todos os direitos reservados.
Protegidos pela Lei 5988 de 14/12/1973.
Nenhuma parte desta apostila poderá ser copiada sem prévia
autorização.