

REGRAS DE ATENDIMENTO AO CLIENTE

Prestar um excelente atendimento ao cliente, é colocar em prática regras simples, mas capazes de construir relacionamentos saudáveis e duradouros. Vejamos a seguir algumas regras fáceis de serem executadas.

1) O ponto de partida para o excelente atendimento é ter sempre em mente que o cliente é a razão da existência da empresa. Ou seja, ele é o coração da empresa. Caso pare de comprar ela morrerá. Então, esse coração merece um cuidado todo especial para que a empresa tenha vida longa.

2) Todos na empresa devem conhecer profundamente seus produtos e serviços, sendo proibido dizer “não sei” a uma pergunta do cliente. Falar com segurança sobre os produtos e serviços gera credibilidade, fazendo com que o cliente sinta confiança em fazer negócio com a empresa.

3) Todos os clientes internos devem gostar de gente e ser especialistas em relacionamentos interpessoais, demonstrando alto nível de equilíbrio ao lidar com pessoas. Os especialistas em gente sabem ouvir, são educados, flexíveis, compreensivos, fazem bom uso da empatia e conquistam a simpatia dos clientes.

4) É fundamental um ambiente de harmonia na empresa para que todos trabalhem satisfeitos, motivados, entusiasmados, de modo a transmitir essa satisfação aos clientes externos. Portanto, a comunicação interna deve ser sadia, fluindo em todos os sentidos. Ao invés de só subir informações e descer ordens, deve predominar a troca de informações entre líderes e liderados para que as decisões sejam tomadas com maior índice de acerto, com reflexos positivos para os clientes.

5) É de suma importância a honestidade com o cliente, sendo terminantemente proibido empurrar-lhe um produto ou serviço de que não necessite. Ter o compromisso de que o atendimento deve ser sempre focado na satisfação das necessidades do cliente. Agindo assim, a empresa será a maior beneficiada, pois o seu sucesso é consequência do sucesso do cliente.

6) A comunicação com o cliente deve ser positiva, dedicando-lhe bastante atenção e escuta ativa, sem interrompê-lo quando estiver com a palavra. Somente assim o profissional poderá entender as suas reais necessidades, a fim de satisfazê-las com eficiência e rapidez. Também é importantíssimo gravar e tratar o cliente pelo nome para personalizar o atendimento.

7) Todos os momentos de contato cliente-empresa devem ser realmente encantadores, para que ele a veja como sua preferida. Lembrar que esses momentos ocorrem tanto no contato face a face como por qualquer outro meio de

comunicação, os quais não podem ser negligenciados em nenhum instante. Todas as mensagens dos clientes merecem respostas e não deve haver demora no retorno.

8) Os problemas dos atendentes não serão resolvidos se forem transferidos para os clientes em forma de mau humor. Portanto, ao chegar ao local de trabalho, deve-se agir com profissionalismo, apesar das dificuldades para separar a vida pessoal da profissional. Convém lembrar que viver bem não significa ausência de problemas, mas saber administrá-los, porque eles fazem parte da vida de todas as pessoas.

9) Nunca prejudicar o cliente pela aparência, pois isso tem sido motivo constante da perda de grandes negócios. A obrigação de quem atende é tratar todos os clientes com educação, cortesia, respeito, demonstrando o máximo de atenção e interesse, independentemente de como estejam apresentados.

10) O tempo do cliente é precioso e a sua ligação telefônica é altamente importante, razão por que a está fazendo. Ao invés de ficar lembrando isso a ele, através de gravações repetitivas e demoradas, atenda-o imediatamente. E ao atendê-lo, demonstre alto grau de entusiasmo, comprometimento, educação e simpatia para que ele perceba interesse na solução dos seus problemas.

11) Lembrar sempre que concorrente não é inimigo, apenas faz com que se busquem alternativas para diferenciar-se no mercado. Então não gaste energia vital falando mal dele, pois o efeito é contrário, ativando-o na mente do cliente. Em vez disso, empenhe-se em falar dos pontos fortes de sua empresa, produtos e serviços, que transmite energia positiva e conquista a preferência dos clientes.

12) Por último, deve-se fazer pelo cliente sempre mais e melhor do que ele espera, superando suas expectativas, mas agindo naturalmente, com proatividade, satisfação, bom humor e demonstrando boa vontade de servi-lo em todos os sentidos.

Com certeza, tudo isso ficará gravado na mente do cliente, o qual fará questão de compartilhar do sucesso da empresa, garantindo a sua perenidade.

* **Antônio P.B. Braga** é palestrante e instrutor de Vendas e Qualidade no Atendimento da **Sagra Consultoria em Vendas**. É autor do livro "**QUER VENDER BEM? DEIXE DE SER VENDEDOR!**" Co-autor do livro **GIGANTES DAS VENDAS** - Editora Landscape/VendaMais. sagravcv@terra.com.br