

Atendimento A Clientes: Valores Que Não Implicam Gastos.

A equação desenvolvimento e apuração de bons resultados na área de atendimento ao cliente representam despesas para sua empresa?

Preste atenção para esta informação: “estatísticas estimam que, se uma empresa gasta de 2% a 5% de sua folha de pagamento anual com treinamento de funcionários, ela terá cerca de 10% de aumento no lucro bruto. Além disso, empresas com alto nível de serviço a clientes e uma base de clientes leais podem cobrar até 10% mais que seus concorrentes. Numa soma simples, se você treinar seus funcionários para fornecer melhor atendimento aos clientes, seu lucro bruto pode aumentar em 20%.”

Então basta treinar meus funcionários para a excelência no atendimento que posso gerar mais lucros para minha empresa?

A resposta é não! E é exatamente isso que analisaremos nessa matéria.

O desafio é justamente esse: sempre tornar o cliente o foco das estratégias de sua empresa.

A recomendação é ser uma empresa orientada ao cliente.

Na dinâmica da economia atual, empresas em todos os ramos de atividades buscam caminhos para aumentar a satisfação dos clientes.

Vender visando atender as expectativas de seus clientes deve ser o norte da bússola de sua empresa. Esse conceito já foi muito explorado e se não é praticado por sua empresa, tenha certeza de que sua empresa está ultrapassada. A ordem agora é exceder as expectativas dos clientes.

Portanto, a questão é: quem é o meu cliente, quais são suas necessidades, desejos e expectativas?

Seja qual for o porte de sua empresa, criar um banco de dados de seus clientes e mantê-lo atualizado é a primeira providência.

O segundo passo é estabelecer um relacionamento, ou seja, cuidar de seus clientes. Como em qualquer relacionamento, se você cuidar deles, o resultado será a lealdade e fidelidade. E qual empresa não deseja manter clientes leais e fiéis?

Mas para isso a empresa deve estar totalmente envolvida (desde o proprietário, gerentes e demais funcionários - seja qual for o organograma de sua empresa) em atividades e valores que não envolvem custo algum, pois, são desenvolvidas por pessoas.

Que valores são esses que estou citando?

1. **Credibilidade.** Ou Confiança. Ou Reputação. No mundo dos negócios e em qualquer relação, credibilidade é tudo. Se você promete, tem de entregar. Se você promete que seus serviços ou produtos atendem as expectativas de seus clientes, então cumpra a promessa.
2. **Conveniência.** No mundo atual, disponibilidade de acesso rápido e conveniência são fundamentais. As pessoas têm cada vez menos tempo, menos dinheiro e mais opções. É fundamental atender seu cliente no tempo que ele exige, dentro de suas necessidades e onde ele quer. Pergunte exatamente ao cliente onde ele quer, à que horas e como?
3. **Facilidade.** Torne tudo muito simples e fácil ao seu cliente. Eles já possuem outros tipos de preocupações. Não se torne mais uma preocupação para seu cliente. Se você causou algum inconveniente, assuma, peça desculpas e seja sincero. Mas

acima de tudo, solucione seu problema no prazo mais curto possível, sem tomar seu tempo.

4. **Excelência.** Todos na empresa, sem exceção, devem retribuir com excelência a escolha de seus clientes. Todos nós queremos trabalhar com excelentes pessoas e excelentes empresas. Supere. Se as pessoas de sua empresa são boas, não é o suficiente. Se elas são ótimas, não é o suficiente. Motive a superação. Sempre.
5. **Antecipação.** Ação e não reação. Não espere que seu cliente peça. Ofereça dentro de suas necessidades e perfil. Não espere que ele reclame. Pergunte antes. Faça uma pesquisa de satisfação e antecipe. Chegue antes para surpreender seus clientes e a aceitação será mais fácil.

Esses cinco valores e características envolvem o esforço de recursos que sua empresa já possui – o recurso humano.

O próximo passo é estabelecer um canal para monitorar a reação dos seus clientes e transformar sua empresa em uma empresa orientada ao cliente e capaz de avaliar o nível de satisfação de seus clientes.

Antes, torne clara, de preferência por escrito, a política de atendimento da empresa, para que não haja enganos ou desentendimentos.

Para manter um canal aberto de comunicação com os clientes você deverá avaliar as características de seus clientes e dentro de seu perfil oferecer as ferramentas de aferição que podem ser feitas por e-mail, telefone ou visitas pessoais.

Determine em cada área da empresa, quem será o responsável pelo atendimento, ou seja, delegue. E aplique os cinco conceitos de valores acima descritos.

Esteja pronto para aprender com as reclamações. Encare-as como oportunidades de conhecer melhor as necessidades dos clientes.

Todas essas recomendações não envolvem custo. Estão ao alcance da pequena e micro empresa.

Wlamir Bello
Consultor de Empresas
Orientação Empresarial
SEBRAE-SP