Inovação no atendimento á clientes

 Obter práticas diárias que todos conhecem, mas só os bem-sucedidos utilizam, pois muitos são os que se utilizam do Marketing somente em grandes projetos e trabalhos específicos, como se ele não pudesse fazer parte do nosso dia a dia.

 Conquistar e manter clientes mostra que os segredos dos bem-sucedidos está no uso do Marketing diário, bem como saber ouvir e atender tanto as necessidades quanto as expectativas dos clientes, sendo cordial e mantendo um sorriso na voz, tendo um comportamento que reflita uma atitude positiva, devendo ser um bom ouvinte assim como um bom comunicador, enfim, pois estas são as verdadeiras inovações para um bom atendimento á clientes.

 Para se ter um bom êxito nesta nova caminhada de inovação no atendimento á clientes, vale a pena ressaltar algumas dicas de extrema importância para serem seguidas á risca, tais como:

* Fale claramente! Não fale comendo, bebendo ou mascando chicletes;
* Adapte a sua forma de falar de acordo com a do seu interlocutor;
* Lembre-se de dizer “Por favor”, “Disponha” e “Obrigado”;
* Evite monotonia e espaços vazios no atendimento;
* Demonstre sinceridade, confiança e interesse;
* Faça perguntas quando não entender e confirme, com o cliente, se você entendeu o que lhe foi dito.

 Não podemos esquecer também que a voz é a nossa única ferramenta de trabalho, principalmente quando estamos no atendimento telefônico ou frente a frente com o nosso cliente, devemos ter em mente as seguintes observações que são:

Entonação: É falar no tom certo e expressar o devido significado para as palavras.

Timbre: É a qualidade do som. É a personalidade da voz. É o que nos permite distinguir uma pessoa da outra.

Intensidade da Voz: Nada mais é que volume. Cuidado para não falar alto, isso é uma agressão e irrita o ouvinte. Falar baixo dificulta o entendimento. É necessário ter atenção no volume da voz!

Ritmo: Facilita a comunicação. Falar devagar provoca apatia e irritação. Falar rapidamente dificulta o entendimento.

Dicção: É o próprio ato de dizer, e depende muito da respiração. Pronuncie corretamente as palavras e “não coma” as sílabas.

 Entretanto, a nossa postura no que diz respeito á questão do atendimento ao cliente é uma simples questão entre “fazer” e “querer fazer”, ou seja, ter atitudes tais como:

* Positiva e Profissional
* Prestativa e Honesta
* Confiante e Atenciosa
* Vibrante e Entusiástica

 Devemos também prestar as seguintes atenções, tais como:

* No que você deseja dizer!
* No que você realmente diz!
* No que a outra pessoa ouve!
* No que a outra pessoa pensa que ouviu!
* No que a outra pessoa diz!
* No que você pensa que a outra pessoa disse!

 Tendo as seguintes regras básicas de um bom comunicador, como:

* Ouça: seja um bom ouvinte;
* Fale sempre a verdade;
* Evite críticas, pense duas vezes antes de falar;
* Procure entender seu interlocutor;
* Desculpe-se quando estiver errado;
* Não fique emotivo.

 Perceber as variações psicológicas e dispensar a atenção devida ao cliente,.é a chave para um bom atendimento e superando as seguintes objeções nas quais vejamos á seguir:

Por Desconfiança**:** o cliente não acredita na solução, duvida da empresa, do produto, do serviço e até mesmo de você!

Você**:** Prova!

Por Desvantagem**:** aparece quando o cliente faz comparações da sua proposta com outras. Pode ser padrões de qualidade do produto, de atendimento, de resultados efetivos, de maturidade do produto...

Você**:** retoma o problema e as reais necessidades; Enfoca benefícios.

Por Desconhecimento**:** geralmente o cliente desconhece as características do produto, como o manuseio... Criam climas de alto impacto emocional negativo quando reclamam pelos seus direitos.

Você**:** Informa – com sutileza, levando-lhe a verdadeira solução.

 Entretanto, existem pelo menos 10 tipos diferentes de clientes a saber:

* Normal**:** ouve com naturalidade, pensa, pondera, analisa e decide.

Como agir**:** expor claramente as informações, ser minucioso nos detalhes mais importantes, ser calmo, ouvir atentamente, aceitar as objeções contrárias, argumentar com objetividade, salientar o diferencial competitivo.

* Grosseiro**:** geralmente é agressivo. Fala alto, é muito sensível, quase sempre é problemático.

Como agir**:** com calma e compreensão. Deve procurar descobrir o ponto fraco do cliente e expor com clareza. Antes de argumentar, esclareça todas as dúvidas do cliente.

* Cauteloso**:** aparentemente sistemático. Custa decidir, quer detalhes.

Como agir**:** fazer uma exposição muito clara e minuciosa. Dar detalhes, perguntar sobre a sua opinião, não fugir das perguntas que foram feitas.

* Sabe tudo**:** é vaidoso, pretensamente auto-suficiente, procura defender-se menosprezando os outros e julga-se muito inteligente.

Como agir: fazendo com que o cliente sinta-se envaidecido, ouvi-lo com atenção, apelar mais para a vaidade, pedir opinião. Repetir algumas frases ditas por ele demonstra que você está de acordo.

* Ocupado: sua maior preciosidade é o tempo. Decide rápido, nem sempre em critérios válidos.

Como agir**:** expondo clara e rapidamente as vantagens, mas tendo cuidado necessário para não demonstrar medo ou afobação.

* Desconfiado**:** dificilmente se expõe. Geralmente já sofreu desenganos comerciais.

Como agir**:** sendo meticuloso na explanação, incutir-lhe confiança, exemplificar fatos, dar-lhe referência.

* Calado: não se manifesta. Quando fala é impreciso ou indeciso.

Como agir**:** com clareza absoluta. Provocar o diálogo, fazendo perguntas de sondagem, localização e investigação.

* Falante: fala demais. É perigoso, pois envolve o analista. Geralmente foge do assunto como meio de defesa.

Como agir: com calma, não se prenda a detalhes e centralize no seu objetivo.

* Indeciso: tem dificuldade de optar e é emotivo.

Como agir: assessorando e decidindo por ele.

* Formal: trata as pessoas com cerimônia. Acha importante as tradições e formalidades.

Como agir**:** utilizando também um tratamento formal, sendo cortez e educado.

Realizar uma sondagem no atendimento ao cliente é de suma importância, pois na sondagem é que pedimos as informações necessárias para um bom atendimento, e existem pelo menos dois tipos de sondagens, sendo elas a sondagem aberta e a sondagem fechada.

Sondagem Aberta: estimula o cliente a falar livremente, com suas próprias palavras.

Exemplo:

* *Qual foi o problema?*
* *Me explique o que ocorreu com o seu projetor?*
* *Havia acontecido antes?*
* *O que o senhor/senhora fez?*

 Se o cliente for do tipo **“Falador”,** vai falar durante meia hora, cabe ao analista conduzir o rumo da ligação. Porém se for do tipo **“Fechado”,** a sua resposta vai ser breve.

 A sondagem aberta permite que conhecer o tipo de cliente que você está atendendo e seus sentimentos.

 Sondagem Fechadas: limitam as respostas do cliente a um sim ou não, mas servem para ter informações diretas e específicas.

Exemplo:

* *O senhor/senhora verificou os cabos?*
* *Qual a sua preferência de horário para retirar o equipamento?*
* *Até que horas tem alguém ai?*

 Importante**:** nos dois últimos casos, a resposta não é do tipo sim/não, mas o cliente não está sendo “convidando” a falar livremente, e sim a responder objetivamente.

 Quando se pensa em inovação no atendimento á clientes, a palavra-chave a ser empregada aqui é o objetivo. Pois o objetivo é um sonho com prazo determinado, onde concentra-se as nossas forças neste mesmo objetivo em que a cada dia nos empenhamos o melhor que podemos para consegui-lo com o intuito de a oportunidade sorri para quem a procura

 Uma vez é claro que o trabalho duro não é o suficiente, pois é aqui que utilizamos a palavra objetivo, pois ninguém conseguiu algo nobre sem esta mesma palavra-chave, pois ela é que alimenta o nosso entusiasmo.

 Referência Bibliográfica

GODRI, Daniel: Conquistar e Manter Clientes, editora EKO