

11 regras para um bom atendimento ao cliente

Se você quer [encantar e fidelizar o seu cliente](#), invista em um bom atendimento. Uma bela [experiência](#) vale mais para ele do que qualquer promoção.



Isso vem sendo comprovado por vários estudos. Por exemplo, a Customer Experience Trends, uma ampla pesquisa sobre experiência do cliente no Brasil, realizada pela [Octadesk](#), mostrou que 56% dos consumidores entrevistados acreditam que um bom atendimento está acima de preço.

Outro dado interessante dessa pesquisa é que 83% dos consumidores consideram uma experiência ruim um motivo suficiente para abandonar a marca. Isso é realmente relevante.

No entanto, apesar das empresas (71% das entrevistadas) estarem se voltando para a personalização do atendimento, como forma de encantar os seus consumidores, 83% deles não percebem esse esforço.

O jeito Disney de encantar um cliente



Mais importante que vender um produto ou serviço para um cliente, é vender de novo para ele. Isso é fidelização. A conquista se dá por dois motivos principais: bom atendimento e relacionamento.

Como se faz isso? A primeira coisa que se deve ter em mente é que somos julgados pelos que fazemos e não pelo que falamos. Depois, que tal [aprender com a Disney](#), reconhecida mundialmente pela excelência no atendimento e relacionamento com o cliente?

Em dezembro de 2017, a Disney alcançou a sua capacidade máxima, estimada em 100 mil pessoas em um único dia. Um

verdadeiro formigueiro humano. Por ano, os visitantes do parque chegam perto dos 135 milhões. Como manter toda essa gente feliz?

Uma regra básica do manual de atendimento aos visitantes do parque é aceitar as falhas dos serviços. Isso ocorre mesmo que a Disney não tenha culpa no cartório – o que ocorre na maioria das vezes.

A explicação para isso é simples: mesmo que não seja sua culpa, o problema continua sendo seu. E quando ocorre algum problema, o cliente tende a ser mais sensível à forma como a questão é tratada pela empresa.

Existe um processo de 5 passos para lidar com falhas de serviços na Disney, batizado de HEARD – Hear (ouvir); Empathize (simpatizar); Apologize (desculpar-se); Resolve (resolver) e Diagnose (diagnosticar).

Se você conseguir copiar essa estratégia de relacionamento com o seu cliente, estará dando um passo enorme para o sucesso do seu negócio.

Regras de ouro para um bom atendimento

O jeito Disney de encantar o público não é único. Existem muitas formas de manter o seu cliente satisfeito.

Porém, independentemente do que você fizer, não se esqueça das táticas básicas de um bom atendimento: ser cortês, sorrir (com sinceridade), chamar o cliente pelo nome, agradecer.

Essas táticas são ótimas, mas não suficientes. Veja algumas ações que pesam muito a seu favor, na hora de garantir um bom atendimento:

1 – Conheça o seu cliente

Se você quer um cliente feliz, você precisa saber quem é ele, onde está, do que ele gosta, seus medos, desejos e necessidades. [Tenha a persona](#) dele antes de qualquer ação, porque tudo o que você fizer deve ser pensando em atender a uma demanda do cliente e não da sua empresa. Essa é uma regra poderosa de um bom atendimento.

2 – Atenda o telefone



Não interessa se o seu expediente está no fim. Se o telefone tocar ou chegar uma demanda de cliente pelo chat, atenda. Garanta que nenhuma chamada será ignorada. Isso porque, quando o cliente liga, ele quer falar com ALGUÉM – e não com uma máquina. E treine o seu pessoal para fazer esse trabalho corretamente, com atenção e entusiasmo.

3 – Ouça seus clientes

Seja por telefone, internet ou pessoalmente... não faz diferença. Ouça o seu cliente. Preste atenção em cada palavra

– e no que não é dito também. Afinal, o corpo diz muito mais sobre nós e nossos sentimentos. Depois de entender direitinho, responda. Se for um problema, mostre interesse em resolvê-lo. Um bom atendimento depende muito da sua habilidade de saber ouvir as pessoas, mais do que falar.

4 – Esteja preparado para lidar com as reclamações



Se você está disposto a ouvir, é fundamental se preparar para receber reclamações. Por melhor que seja o seu produto/serviço, um problema pode ocorrer. A Disney, como foi mencionado, usa a estratégia de assumir todas as falhas e oferecer solução antes que vire uma bola de neve. Lembre-se que uma reclamação tratada de forma correta pode se transformar em oportunidade e até ganhos de imagem. Pense no cliente espalhando na rede social dele o quanto foi bem tratado pela sua empresa. Acredite, ele não focará no problema, mas na atenção que recebeu.

5 – Se prometer, cumpra

Não prometa nada que você não possa levar adiante. Porque, se prometer, tem que cumprir. O peso dessa postura para um bom atendimento e satisfação do cliente é imenso. Isso porque as promessas quebradas espalham-se e comprometem a credibilidade em relação ao seu produto/serviço. E ninguém compra de quem não confia. Assim, planeje bem as promoções, os lançamentos, a entrega, enfim, avalie antes e garanta tudo o que for acordado.

6 – Foque em apoiar e não apenas no lucro imediato



Algumas ações do manual de um bom atendimento provavelmente não trarão lucro imediato para o seu negócio. Mesmo assim elas são valiosas e devem ser praticadas. Veja um exemplo: meu filho viajou para um intercâmbio no exterior e a agência contratada estava dificultando o envio de dinheiro para ele, pelos meios que foram acordados. Então, um dia, no trajeto do trabalho, entrei em outra agência (bem menor), relatei o meu

problema e perguntei se eu teria outra forma de fazer isso (eu era marinheiro de primeira viagem). A agência disse que sim, me ajudou com tudo, sem cobrar nada pelo apoio. Seis meses depois meu segundo filho também partiu para um intercâmbio internacional. Advinhe qual agência eu contratei dessa vez?

7 – Invista no marketing de conteúdo

A estratégia aqui, para garantir um bom atendimento, não é focar apenas em [gerar e atrair leads](#). Você deve pensar em facilitar ao máximo o processo de compras do seu cliente, garantindo a ele uma experiência agradável. Você deve se atentar para [fornecer conteúdos específicos para cada tipo de consumidor](#) e que sejam relevantes para eles.

8- Vá além

Você tem um supermercado e um cliente perdido no meio das prateleiras pergunta sobre um determinado produto. Você pode apontar para ele o corredor ou ser mais gentil e levá-lo até o local exato. Imagine ainda que você vende roupas e não tem a peça exatamente igual à que o cliente precisa para um evento no mesmo dia. Que tal ajudá-lo a encontrar outra coisa que atenda à sua necessidade. Mas cuidado, o objetivo aqui é ajudar, e não forçar uma venda.

9. Esteja sempre com o cliente

Pensar em mobilidade pode contar ponto a seu favor. Afinal, o mercado mobile não para de crescer e cada dia mais pessoas usam os dispositivos móveis (principalmente o [smartphone](#)) e aplicativos para as compras. Essas pessoas estão em busca de comodidade, conforto e conveniência. E você também pode atender a essa necessidade delas.

10 – Surpreenda



O cliente adora ganhar algo que não espera. Você pode surpreendê-lo com um brinde, mas pode ser também algo mais simples, como informações de como usar corretamente o material. Por exemplo, uma loja de produtos cosméticos, pode disponibilizar dicas de como arrasar na maquiagem. Outro dia eu encomendei um quadro numa feira livre e, conversando com o artista, disse que iria levar a obra pra outro país. No dia de pegar a encomenda, para minha surpresa, ele preparou toda a embalagem de modo a proteger o produto para uma viagem internacional. Fiquei encantada.

11 – Treine a sua equipe

Você pode ter uma brilhante cartilha sobre um bom atendimento ao cliente. Mas ela não vai ajudar muito se a sua equipe não estiver preparada para tocar a música com total maestria. Então, [treine o seu pessoal](#), e treine de novo sempre que for preciso.

Pesquisa de satisfação

Você pode ter uma excelente cartilha e pessoal treinado, mesmo assim, precisa monitorar se está alcançando o índice de satisfação do cliente desejado. Como fazer isso? Pesquise.

A [pesquisa de satisfação](#) é importante por dois motivos: 1) você fica sabendo se o seu consumidor está satisfeito com o seu produto/serviço; 2) você passa a imagem para o seu consumidor de que se preocupa com ele e que a opinião (do consumidor) tem valor.

Conclusão

Existem muitas práticas de um bom atendimento que estão funcionando bem. Veja o que você pode aplicar no seu negócio. Seja criativo.

O importante é saber que cliente satisfeito é lucro na certa.

Você já vivenciou uma experiência fantástica com uma marca? Use o espaço dos “Comentários” para compartilhar conosco a sua história. Vamos adorar ouvir você.

E para encerrar esse post, a equipe [12MIN](#) não poderia deixar de indicar uma leitura espetacular. Anote aí a nossa dica de hoje:

[Satisfação Garantida](#) – Tony Hsieh



Esse microbook é recomendado para qualquer pessoa interessada em conduzir um negócio bem-sucedido e aprender como uma empresa focada em um extraordinário atendimento ao cliente, felicidade dos seus colaboradores e lucratividade podem coexistir.

Boa leitura!