



Dicas Rápidas para **Surpreender o Serviço ao Cliente**

eLivro

O Serviço inicia-se com Relacionamentos

Um serviço de excelência começa com relações sólidas. Seguem nove formas para reforçar os relacionamentos com os clientes.

Princípios do livro “Como Fazer Amigos e Influenciar Pessoas”: Fortalecer Relacionamentos

Torne-se uma pessoa amigável

1. Não critique, não condene, não se queixe.
2. Aprecie honesta e sinceramente.
3. Desperte um forte desejo nos demais.
4. Torne-se verdadeiramente interessado na outra pessoa.
5. Sorria.
6. Lembre-se que o nome de uma pessoa é para ela o som mais doce e mais importante que existe em qualquer idioma.
7. Seja um bom ouvinte. Incentive as pessoas a falar sobre elas mesmas.
8. Fale de coisas que interessem à outra pessoa.
9. Faça a outra pessoa sentir-se importante e faça-o com sinceridade.

Processo de Resolução da Reclamação

Ter um processo de resolução de reclamações ajuda a assegurar que lidamos com o emocional e aspectos práticos da questão.

1. Cumprimente

2. Ouça

3. Questione

4. Seja Empático

5. Aborde a Questão

6. Questões de Teste

7. Proponha Ajuda Adicional

8. Acompanhe

1. Cumprimente

Atenda sempre o telefone ou cumprimente as pessoas pessoalmente como se estivesse feliz por ouvi-las. Comece de uma forma amigável. É fácil dizer, mas difícil de fazer. Precisamos estar aptos a “viver em compartimentos fechados” e separar experiências negativas do passado, do contato com este cliente.

2. Ouça

Frequentemente temos o mesmo tipo de reclamações, por isso, ouvir realmente as pessoas torna-se um desafio. Dê-lhes a oportunidade para desabafarem algumas das suas frustrações. Seja empático. Ouça os fatos e os sentimentos. Resista à tentação de começar a responder demasiadamente rápido. Envie sinais de escuta ativa, com breves interjeições ou esclareça dúvidas

3. Questione

Faça perguntas para esclarecer a preocupação. De novo, precisamos resistir a dar a resposta até compreender as questões das pessoas.

- a. Questões elementares capturam os fatos base do problema. Dá-nos a oportunidade de afastar alguma emoção relacionada com a reclamação.
- b. Questões elaboradas recolhem mais detalhes. Dão a oportunidade ao cliente de se alongar nas suas questões e sentimentos. Estas questões devem ser relativamente curtas, para incentivar o cliente a falar mais.
- c. Questões avaliativas ajudam-nos a obter uma compreensão da gravidade do problema, na mente do cliente. Esta é também onde avaliamos o que satisfaz o cliente.

4. Seja Empático

Encontre um ponto de acordo com a pessoa. Isto não significa necessariamente que concordamos com a reclamação. É aqui que mostramos ao cliente que o ouvimos e compreendemos a sua preocupação e reconhecemos o que é importante para ele.

5. Aborde a Questão

Agora que as questões emocionais foram abordadas, faça tudo o que tiver ao seu alcance para resolver. Os aspectos práticos da reclamação. Assuma a responsabilidade das ações da sua empresa. Esta é a oportunidade de transformar o limão em limonada. Pessoas que têm os seus problemas resolvidos com sucesso tendem a continuar a negociar com você.

6. Questões de Teste

Coloque questões que testam a forma como resolveu os lados emocional e prático da reclamação. Dê ao cliente uma nova oportunidade de falar. Seja um bom ouvinte.

7. Ofereça Ajuda Adicional

Pergunte o que pode fazer mais para ajudar o cliente. Isto permite criar a oportunidade de afastar a conversa da reclamação propriamente dita, o que facilita a que termine com uma nota positiva.

8. Acompanhe

Muitas vezes, as reclamações não podem ser resolvidas por completo no primeiro contato. Se precisar contatar novamente o cliente, faça-o rápida e completamente. Mesmo que a reclamação tenha sido resolvida, pense num motivo para contatar o cliente de novo. Por exemplo, pense numa forma de adicionar valor. Além disso, procure formas de resolver as causas dos problemas dentro da organização.



Resolver Reclamações dos Clientes

Orientações para a Resolução de Reclamações

- Não tome como pessoal.
- Ouça com empatia.
- Use o nome do cliente.
- Mostre respeito pelo seu ponto de vista.
- Torne-se responsável pelo problema.
- Evite citar orientações ou políticas corporativas.
- Crie a oportunidade para ser um herói.
- Trate das doenças, não dos sintomas.

Lidar com Clientes Furiosos

Ter estes princípios em mente irá nos ajudar a melhorar, em vez de deteriorar a situação com o cliente.

- Mantenha-se calmo. Tente manter-se diplomático e educado. Chatear-se só irá deixar o cliente mais zangado.
- Tente ver as coisas do ponto de vista do interlocutor. Provavelmente iria se sentir aborrecido se tivesse na situação do cliente.
- Agradeça à pessoa por ter colocado a questão, e faça-o com sinceridade. Enfatize a importância para você e para a sua organização de ter clientes satisfeitos.
- Ouça para compreender. Por vezes os interlocutores furiosos apenas querem ser ouvidos. Ouça, mesmo que não esteja apto a ajudar.
- Encontre pontos de concordância com as preocupações do cliente. Estabeleça um ponto comum para mostrar à pessoa, que a está ouvindo.
- Mostre sempre vontade de resolver o problema ou conflito. Faça a resolução parecer o mais fácil possível.
- Seja genuíno e mostre a sua personalidade. Responda com um amigo que compreende em vez de criticar políticas.
- Seja verdadeiro e mostre sua personalidade. Responda como um amigo compreensivo ao invés de citar políticas.
- Seja firme, mas compreensivo com as suas respostas.
- Como último recurso, sugira que o cliente fale com o supervisor. O supervisor pode dizer exatamente as mesmas coisas mas, por vezes, ouvi-lo de outra pessoa tem um efeito.

Cortesia ao Telefone

- Realce a sua personalidade ao telefone.
- Seja conversacional.
- Trate o cliente pelo nome.
- Dê o seu nome completo.
- Ouça para compreender.
- Faça questões abertas.
- Dê tempo à pessoa para pensar e falar.
- Preencha o silêncio quando apropriado.
- Seja um ouvinte responsivo.
- Sorria.
- Telefone em vez de usar o e-mail.
- Aproprie-se. Não culpe os outros.
- Levante-se quando puder.
- Peça permissão antes de usar o viva-voz.
- Fale no mesmo tom da outra pessoa.
- Pare entre ideias para clarificar.
- Agradeça sempre pelo telefonema.



Obter uma Referência

Quando pergunta:

- Pense nos compradores como parceiros que podem dá-lo como referência para um fluxo constante de novos negócios.
- Não subestime o poder da boa vontade ou influência de um cliente satisfeito.
- Pessoas que têm uma referência estão mais propensas a comprar.
- Tenha em mente que pessoas que comprem estão mais propensas a dar referências a outros compradores.
- Peça uma apresentação por escrito, por telefone ou pessoalmente.

Pedir por uma Referência

Como podemos perguntar sem sentir que estamos sendo insistentes ou agressivos? Queremos manter um bom relacionamento e queremos criar um cenário ganha-ganha. Ter um processo conversacional simples ajuda-nos a saber o que dizer e como dizê-lo. O aspecto mais importante é lembrar os benefícios, depois é só perguntar.

Passo 1: Relembre o cliente dos benefícios específicos.

Se sabe quais são esses benefícios isto torna-se muito fácil. Comente algo que o cliente contou ou descreveu baseado no seu conhecimento ou experiência. Procure um acordo de um modo conversacional.

Exemplo: Tiago, estou tão feliz por saber que a Dale Carnegie Training® ajudou a tua equipe, na resolução de questões de um processo específico e pouparam cerca de 45.000€ com a redução da inatividade. Disseste-me que o teu chefe o reconheceu na última reunião de equipe.

Passo 2: Descreva o perfil do seu cliente.

Faça uma breve descrição dos desafios enfrentados e os benefícios que teve dos seus clientes. Isto pode fazer com que os seus clientes relembrem as oportunidades que estão a perder. Isto também fará com que os clientes comecem a pensar em outras pessoas.

Exemplo: Trabalhamos com um leque variado de pessoas, desde gestores a pessoal da linha de produção. A nossa empresa oferece soluções para uma ampla variedade de indústrias. Estas enfrentam orçamentos baixos, redução de pessoal e mais exigências, tal como a sua empresa. Precisam desesperadamente de obter o máximo da sua equipe, reduzir a rotatividade de pessoal, desenvolver uma nova geração de líderes, aumentar a moral e obter resultados financeiros para a alta gerência. Como sabe, somos capazes de afetar os resultados do negócio e desenvolver um ambiente que gera responsabilidade. Personalizamos as nossas soluções para resolver os problemas principais que as pessoas enfrentam.

Pedir por uma Referência (Continued)

Passo 3: Identifique um benefício por dar uma referência.

Como pode o seu cliente (ou alguém) beneficiar-se por fazer referência a uma pessoa? Identifique o valor que cria para essa pessoa; não para a sua organização nem para você. Tente ver as coisas do ponto de vista dessa pessoa.

Exemplo: Sei que espera tornar-se líder no seu local de trabalho. Ser capaz de ajudar os seus amigos fará com que enalteçam o seu perfil.

Passo 4: Sugira alguém que conheçam.

Dê exemplos de pessoas ou cargos que poderiam se beneficiar com as suas ofertas. Facilite o processo. Se tem uma determinada pessoa ou pessoas em mente, mencione-os pelo nome. Dê uma variedade de nomes e pessoas e fale devagar para que a pessoa tenha a oportunidade de falar. Ouça.

Exemplo: Sei que o João Soares da empresa ABC é uma forte influência. Provavelmente pode pensar em outras pessoas da empresa XYZ1, XYZ2, etc. Além de Diretores, há Gestores de Projetos, Gestores de Conta, Vendedores e Gerentes. Quem conhece fora do trabalho, como os seus vizinhos e amigos? Sei que está envolvido...

Passo 5: Peça por uma apresentação.

Peça ao seu contato que lhe faça ou pergunte se está disposto a fazer uma apresentação antes de entrar em contato com a pessoa em questão. Isto ajudará a tornar o processo mais fácil e abrir portas. Considere pedir para enviar um e-mail, fazer uma chamada telefônica ou apresentá-lo pessoalmente num evento. Pode até sugerir uma video-conferência.

Exemplo: Pode ligar a essa pessoa para que saiba que irei telefonar? Envie um e-mail descrevendo a experiência que teve ao trabalhar conosco. Quando devo avançar, quando souber que já o ouviram?

Um Processo para Agregar Valor

1. Faça Perguntas

Questões eficazes irão nos ajudar a identificar oportunidades adicionais:

- a. Questões elementares determinam a obtenção de informações básicas sobre níveis de utilização, prazos, recursos, necessidades dos utilizadores, especificação.
- b. Questões elaboradas recolhem mais detalhes, tais como a urgência de resolução, necessidades não detectadas, utilização adicional para a solução, etc.
- c. Questões avaliativas “testam as águas” para ver se o cliente está receptivo a pagar pelo valor acrescentado.

2. Capte a Atenção

Diga algo breve para obter atenção e ajudar a abrir a mente dos clientes para mais opções:

- “Alguns dos nossos clientes apreciam...”
- “Conhece os benefícios de...”
- “Pode poupar algum tempo se...”
- “Esta é uma forma de poupar dinheiro...”
- “Gostaria de evitar uma chatice ao...”

3. Apresente Valor Agregado

Apresente ao cliente um benefício específico que pode ter, e o investimento necessário.

Valor Agregado

Investimento

4. Faça Questões para Testar

Estas são algumas questões breves para ver como o cliente sente ao fazer um investimento adicional.

Por exemplo:

- “O que pensa?”
- “Como isto o poderá ajudar?”
- “Como gostaria de obter benefícios extra?”
- “Como irá obter retorno no seu investimento?”

Para aprender como podemos entregar reinamento de Serviço ao Cliente estratégico, customizado, e online para a sua organização, contate o escritório local da Dale Carnegie hoje. Acesse: **dalecarnegie.com.br**
