

CURSO DE EXCELÊNCIA DO ATENDIMENTO



NOVO MILÊNIO

Apostila 3

**PENSAR COMO CLIENTE**

# CONCEITOS DO PRODUTO

## Índice

Apresentação .....	02
A experiência do seu atendimento .....	03
Um Fósforo, uma bala de menta e uma xícara de café .....	03
Experiência???	04
Entendendo o Cliente .....	05
O conceito .....	05
Planejando a Experiência .....	07
Parando pra pensar .....	07
O conceito .....	08
Relacionamentos para Sempre .....	09

## Apresentação



### **Paula Amaral**

Formada em História pela PUC-RJ, cursou MBA em Total Quality Management, é também Practitioner em Programação Neurolingüística e participou da Formação Holística de Base/ UNIPAZ programa reconhecido pela ONU.

Experiência de mais de 20 anos no varejo, atuando tanto na linha de frente quanto na gerência de equipes, processo de compras e treinamento em atendimento e diferenciais em serviço.

Os últimos dez anos foram dedicados exclusivamente a treinamentos e consultorias empresariais, bem como palestras em diferentes eventos ministradas em todo o Brasil. Parte dos trabalhos realizados no último período em parceria com a empresa Ponto de Referência.

Diretora e consultora da DESTAQUE-SE Consultoria e Treinamento, é a responsável pela elaboração de programas de treinamento e consultoria desenvolvidos por esta empresa e em outras parceiras.

## A Experiência do seu atendimento

Quem é atendente sabe. O dia-a-dia consome as energias, é um tal de correr para apagar um incêndio aqui, outro ali...

Na maioria das vezes é muito difícil ter um olhar “de fora” para enxergar como dá pra melhorar. E mesmo quando a gente tem esta “luz”, cadê o gás para fazer acontecer?

O material que preparamos vai ajudá-lo a analisar seu trabalho com outros olhos, com os olhos de Cliente. Aliás, tudo o que você vai ver aqui vai lhe ajudar a implementar o “Pensar Como Cliente” no seu negócio.

Pensar como Cliente é imaginar todos os dias em como atender e superar as expectativas do SEU Cliente. É fazer certo da primeira vez e melhor da segunda. É criar uma mentalidade de que o Cliente é a razão de existir do seu negócio.

E é isto que estamos convidando você a fazer a partir de agora. Como? Vamos ensinar ferramentas fáceis de implementar, sem blá, blá, blá...e que vão gerar resultados na mesma hora. Cada uma destas ferramentas vai ajudar de uma maneira muito séria e profunda o seu trabalho, aproveite! Então vamos, passo a passo, fazer (juntos) a revolução do seu dia a dia.

## Um fósforo, uma bala de menta e uma xícara de café...

Estava dirigindo há horas, e, já cansado da estrada, resolvi descansar por aquela noite antes de chegar em San Francisco.

O hotel ficava num bosque de sequóias, de frente para o Pacífico.

Logo no primeiro instante, algo me disse que estava num lugar especial. O hall do hotel estava iluminado com luz suave. Fazendo frente à porta de entrada havia uma comprida mesa de madeira escura. Sobre ela vi uma enorme cesta de vime, cheia de frutas frescas. Além da mesa, na outra parede, uma ampla lareira com o fogo aceso enchia a sala com o alegre estalar dos lenhos de carvalhos.

Atrás do balcão da recepção, uma moça usava uma blusa vermelha, verde e branca, recém-engomada, e uma saia em ocre avermelhado. Saudou-me amavelmente: “Bem-vindo ao Venetia!”. Não precisou mais de três minutos entre essa saudação e minha entrada no quarto, levado pelo mensageiro, apesar de não ter feito nenhuma reserva. Fiquei impressionado com a facilidade do procedimento.

E o quarto! Carpetes espessos, em discreta cor pastel, indo de parede a parede; uma cama enorme, de pinho branco, coberta com uma magnífica colcha branca, impecavelmente limpa; uma lareira, com lenhos de carvalho para o fogo que alguém previra que eu ia apreciar, o papel já colocado sistematicamente embaixo da grade e um fósforo apropriado em posição perfeitamente alinhada sobre a lareira, esperando para ser riscado.

Encantado com minha sorte, mudei de roupa para o jantar (a moça na recepção fizera minha reserva junto com o registro) e saí pela noite em busca do restaurante. No caminho não encontrei uma única pessoa, mas o restaurante estava lotado. Dei meu nome ao maitre e imediatamente fui conduzido a uma mesa, apesar de haver outras pessoas esperando. Com toda certeza, neste restaurante as reservas eram respeitadas.

A refeição foi tão deliciosa como tudo o que tinha experimentado até então. Assinei a conta e voltei ao quarto, notando no caminho que as luzes tinham sido acesas para compensar a profunda escuridão. Ao chegar lá, comecei a sentir o frio da noite. Estava ansioso pelo fogo da lareira e, quem sabe, mais um conhaque antes de deitar.

Alguém tinha se antecipado. Já havia um lindo fogo na lareira. A cama estava preparada, os travesseiros arrumados, com uma bala de menta sobre cada um. No criado-mudo havia um cálice de conhaque e um cartão. Peguei-o e li:

“Bem-vindo à sua primeira estada no Venetia. Espero que esteja gostando! Se houver qualquer coisa que possa fazer para o senhor, de dia ou de noite, por favor não se acanhe de chamar. Kathi”.

Na manhã seguinte acordei com um estranho som de borbulhar vindo do banheiro. Saí da cama para investigar. Uma cafeteira, ligada por um timer automático, estava preparando meu café. Um cartão apoiado nela dizia: “Sua marca predileta de café. Bom apetite! K.”.

E era mesmo. Como eles podiam saber esse detalhe? De repente lembrei-me. No jantar

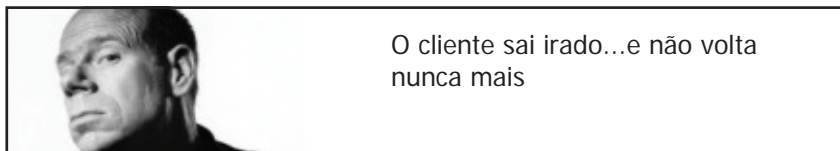
perguntaram-me qual era minha marca preferida de café. E aqui estava ela!  
 No mesmo instante, quando me lembrei desse detalhe, houve um leve toque na porta. Fui abrir. Não havia ninguém, mas no chão, na frente da porta, jazia um jornal. Meu jornal, The New York Times. Como era possível eles saberem disso? Mais uma vez lembrei-me. Quando me registrei, a recepcionista tinha perguntado qual jornal eu preferia. Nem pensara mais no assunto.  
 E aqui estava ele!  
 E exatamente o mesmo roteiro tem-se repetido cada vez que volto àquele lugar!  
 Só que, depois daquela primeira vez, nunca mais perguntaram sobre minhas preferências. E nunca, nem uma única vez, eles falharam.  
 O que exatamente eles me deram? Um fósforo, uma bala de menta, uma xícara de café e um jornal!  
 No entanto, não foi isso que me deixou feliz. Foi o fato de alguém ter me escutado, e continuado a me escutar todas as vezes!  
 No mesmo instante em que vi as balas sobre os travesseiros, a cama preparada e o conhaque no criado-mudo, sabia que alguém tinha se lembrado de mim. Tinha pensado em meus desejos.  
 Eu não dissera uma única palavra, mas me ouviram assim mesmo.  
 No instante em que ouvi a cafeteira borbulhando no banheiro, e vi o cartão com a identificação de minha marca preferida, lembrei-me de que alguém tinha perguntado minha preferência.  
 E eles ouviram minha resposta.

### Experiência???

Afinal de contas, que história é esta de “experiência” no atendimento?

Experiência nada mais é que a sensação que fica na memória de cada Cliente quando ele é atendido por você.

Os tipos de experiências que vemos por aí:



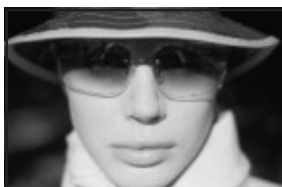
O cliente sai irado...e não volta nunca mais



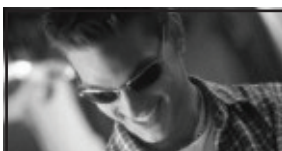
O cliente não quer mais comprar



O cliente sente que fizeram ele de palhaço



O cliente sai no espírito “tanto faz como tanto fez”



O cliente vive uma experiência inesquecível... e volta sempre para revivê-la

*Resumindo, experiências ruins (mal atendimento, demora, loja mal cuidada...) fazem os clientes nunca mais voltarem, as experiências “mais ou menos” não dão saudades em ninguém e as boas experiências convidam o cliente para voltar, sempre!!!*

## A experiência do seu atendimento

Só uma experiência campeã vai fazer seus Clientes ficarem fiéis ao seu negócio. Chegou a hora de saber que ingredientes entram na mistura de uma experiência de atendimento nota 1000. Vamos falar de cada "ingrediente", dando dicas de como implementar as ferramentas que vão fazer o Cliente lembrar da Experiência que teve com seu atendimento e querer voltar para revivê-la. Os "ingredientes" - é o que vamos ver:

- 1 - Entendendo o cliente
- 2 - Planejando a experiência
- 3 - Relacionamentos para sempre

## Entendendo o Cliente

O que é o Cliente para você?

Pode parecer estranho começar assim, mas pense bem... A maneira como você vê o seu Cliente vai influenciar na experiência que ele terá no seu atendimento. Se o Cliente for para você apenas o dinheiro na máquina registradora, você vai tratá-lo apenas desta maneira. Se for a razão de existir do seu negócio, você também vai tratá-lo assim. Ele perceberá o que você pensa dele, não tem jeito. O primeiro passo para gerar uma experiência inesquecível começa em entender o seu Cliente. Conhecer não apenas as suas características, desejos e necessidades, mas acima de tudo definir o que queremos que ele valorize no nosso negócio.

### Então, o que é o Cliente para você?

#### O conceito

"Meu negócio é perfeito. O que atrapalha é o Cliente."

Se é assim que você pensa, cuidado! O Cliente vai perceber uma hora e nunca mais vai voltar.

"Ah, mas o meu produto é muito bom, único."

Tudo bem. Mas sabia que se você não der carinho e atenção, 7 em cada 10 Clientes trocam-lhe pelo concorrente?

O Cliente é assim, valoriza quem o atende bem, quem se preocupa em ouvi-lo, quem tem a generosidade de ensiná-lo coisas novas... Enfim, quem procura entendê-lo de todas as maneiras.

Mas como a gente consegue isso?

Bom, antes de tudo, entender o que ele valoriza no tipo de atendimento. Se ele quer apenas "TER" produtos, temos que ser feras em identificar o estilo dele e oferecer o melhor! Muitas vezes

### **Dica importante!**

*Durante muito tempo, falou-se que o atendente precisava ter um estilo próprio de atendimento. Hoje, isso não é mais verdade, quem decide o estilo de atendimento é o cliente!!! E você precisa ter todos: Se o seu cliente quer produto, tem que ser fera em falar e demonstrar como ninguém o que você tem. Se ele quer ser cuidado, atendido de forma especial, seja o melhor em cordialidade e relacionamento. E se ainda ele tem mil coisas pra fazer e for do tipo super apressado, o que você tem a fazer é ser ágil e eficiente. Viu? Não adianta você querer impor o "seu jeito de atender", talvez eles não queiram isso! Faça "Pensar Como Cliente" – Pense Como seu Cliente quer ser atendido!!*

o cliente sabe exatamente o que quer, pesquisou antes, já tem sua compra escolhida. Ofereça a ele, neste caso, o que ele realmente deseja!

Se o nosso Cliente valoriza o relacionamento, temos que "SER" seu "melhor amigo". É como o seu jornalista, que te conhece pelo nome, guarda aquela revista que você gosta, consegue aquele fascículo que sai no jornal, mas você esqueceu de comprar no dia. Enfim, temos que ter aquela famosa "intimidade com o Cliente". Tem cliente que espera "paparico", muito carinho, que você ouça o que ele tem a contar da família, do vizinho... Muitas vezes nem sabe o que quer e espera que você o ajude a escolher a melhor opção. Neste caso, ajude, oriente, mas só fale verdades!!!! Nunca diga que ficou ótimo, lindo, quando...

Mas, se o que ele gosta é de "FAZER" as coisas com rapidez e precisão, temos que acompanhar o seu ritmo. Exatamente como aquelas lanchonetes em que você faz o pedido no caixa, paga e já sai com a bandejinha carregando o seu sanduiche e refrigerante. É a chamada "Excelência Operacional". Não se assuste com o nome, significa apenas a rapidez com que a bandejinha é entregue. Tem cliente que vive correndo, ele não quer saber de perder tempo com bate papo furado, quer que você seja objetivo, prático e muito rápido.

Para entender de verdade qualquer pessoa, não podemos deixar de conhecer o que ela gosta e o que odeia.

Um bom começo para isso, é parar e pensar no que você mesmo gosta e não gosta quando é atendido por alguém. Afinal de contas, Cliente é gente, como você!

Preparamos uma lista de coisas que muitos Clientes adoram (para você praticar todo dia) e outras que eles detestam (para você evitar de qualquer jeito). Vamos lá?

Começando pelo que eles adoram...

O que eles adoram	O que fazer
<b>GENTE CHEIA DE ENERGIA</b> Ser atendido por alguém motivado, com energia e auto-confiança é, sem dúvida, uma das melhores coisas para se começar uma boa conversa. E isso, só depende da gente.	Acredite em você mesmo. Procure fazer coisas novas e diferentes. Leia livros, faça cursos,... Interesse-se realmente pelo seu trabalho, pelo que faz. Gostar do que faz é fundamental!!! É isso que nos deixa motivado Mantenha um pensamento positivo.
<b>CUIDADO COM CADA DETALHE</b> Para os Clientes, são os pequenos detalhes no atendimento que fazem a grande diferença. Lembre-se: nenhum detalhe é pequeno quando se refere ao Cliente!!!	Sempre que puder, acompanhe-o pessoalmente e certifique-se de que foi bem atendido. Confira os números, cálculos e as correspondências enviadas aos Clientes.
<b>APARÊNCIA IMPECÁVEL NA LOJA</b> OS clientes adoram lojas agradáveis, bonitas, fáceis de andar e encontrar o que procuram. Lembre-se, eles também adoram tocar, experimentar tudo!	Arrumar todos os produtos de maneira que dê vontade de agarrar e comprar! Manter a loja sempre limpa e linda Capricho e atenção em cada cantinho da loja
<b>AGILIDADE</b> Ninguém gosta de esperar, muito menos perder tempo	Rapidez, carinho e atenção no atendimento ao Cliente Essa é uma dica infalível Capricho e atenção em cada cantinho da loja
<b>POSTURA</b> Esteja sempre disposto para encontrar uma solução para o desejo de cada Cliente	Um atendimento nota 10 sempre começa com um sorriso. Sorria ao receber o cliente, demonstrando como ele é bem-vindo. Vale lembrar: Sorria PARA os clientes, nunca DELES!

O que eles odeiam	O que evitar
<b>INDIFERENÇA</b>	Quando o atendente nem olha para você e fica com a cabeça baixa, olhando para o trabalho.
<b>GENTE FURANDO FILA</b>	Se está todo mundo esperando pacientemente a hora de ser atendido, não é justo que alguém passe na frente. Nunca estimule isso e sempre que alguém quiser dar uma de "espertinho" não permita, com toda a educação.
<b>SER CHAMADO COM DESRESPEITO</b>	Quando a atendente bate com a caneta na mesa ou assovia para chamar o cliente...isso irrita demais.
<b>INFORMALIDADE DEMAIS</b>	Cliente detesta ser chamado por apelidos ou diminutivos. Pode parecer engraçado, mas é bola fora! Nem informal, nem formal demais, use o bom senso
<b>MÁ VONTADE</b>	Quando tentam "se livrar" do Cliente.
<b>PROMESSAS QUEBRADAS</b>	Quando não cumprem o que prometeram.
<b>JOGO DO "VAI-PRA-LÁ, VAI PRA CÁ"</b>	Quando as pessoas mandam-lhe de um lugar para outro, sem nunca resolver nada.

### ***Dica Campeã***

*Sabemos que existem momentos na nossa vida que a tristeza, a preocupação são inevitáveis. Coisas ruins, tristes e desagradáveis acontecem. No entanto, precisamos lembrar que o nosso Cliente não tem nada a ver com isso. Para ele, somos representantes da empresa e não o "fulano de tal". Temos que ser maduros o suficiente para não repassar isso para o Cliente. Não é deixar de sentir (até porque seria impossível), mas o como administramos o que sentimos é que faz a diferença entre um profissional sensato, amadurecido e outro sem o devido equilíbrio e bom senso.*

## **Planejando a experiência**

### **Parando pra Pensar**

Imagine que você está andando horas a fio, debaixo daquele sol de 40º e com muita fome e sede. De repente, você encontra uma lanchonete super transada, com um pessoal gente boa e um monte de coisas bonitas e apetitosas para comer. Essa lanchonete desperta ainda mais sua fome e sua sede. Parece que vai dar tudo certo...

Aí o que você faz?! Entra e tenta pedir alguma coisa para comer e para beber. Espera alguns minutos encostado num balcão molhado e cheio de guardanapos sujos no chão até alguém olhar para você e te atender. Quando isso acontece, você pede um suco de laranja bem gelado e um salgado. Espera mais alguns minutos até o que você pediu chegar. Você dá um gole no suco e tira uma mordida do salgado.

E aí o que acontece?! Que decepção...o suco estava quente, sem açúcar e o salgado estava frio e muito gorduroso.

Conclusão...a experiência foi péssima. Certamente você nunca mais voltará a comer nessa lanchonete. O mínimo que você esperava não aconteceu.

Agora, imagine que você gostaria muito de comprar uma super televisão com aquela tela plana digital, pra tornar sua casa um cinema.

Você procura em algumas lojas e acaba deixando para decidir por apenas duas. Numa o preço é muito mais em conta, comparado com todas as outras que você já viu. Mas na outra, a mesma televisão é um pouco mais cara.

E aí, o que você faz?! Vamos ver como foi o resto dessa história.

Nessa loja onde a televisão é mais cara, você foi levado pelo vendedor numa sala especial.

Esta sala estava toda arrumada, com ar-condicionado e decorada como se fosse um cinema. O vendedor pede para você se sentar num sofá super confortável e começa o show.

Ele liga a televisão, liga um aparelho de DVD e dá início a um filme de ação. Quando você para pra pensar, você já está totalmente envolvido naquele ambiente, quase participando do filme. A experiência é sensacional. Era um cinema de verdade! E ele ainda dá garantia!

Depois disso, em qual das duas lojas você compraria a televisão??? Na segunda, é claro. E além disso, ainda levou o DVD também.

Parece complicado fazer isso? Gerar experiências inesquecíveis em seus Clientes não é uma tarefa difícil.

É isso que trataremos nesse módulo.

### O conceito

Já sabemos que Experiência é a sensação que o seu Cliente fica quando vai sai da sua loja. Ela pode ser positiva e negativa.

Para ser negativa é super fácil. É só você não dar a devida atenção ao Cliente e às coisas que ele espera. Deixá-lo de lado esperando horas até alguém dar atenção, por exemplo.

Por outro lado, para a Experiência ser positiva, você vai precisar seguir alguns passos e um roteiro para isso.

Mas antes, vamos ver alguns exemplos seguindo o olhar dos clientes:

Para ser Show!

Note a minha chegada!  
 Me atenda como eu gosto de ser atendido  
 Apresente o produto com emoção  
 Demonstre boa vontade em todos os momentos  
 Agradeça sempre por eu ter vindo  
 Só me fale verdades  
 Me passe confiança

Para não Fazer!

Pelotão de choque – atendentes na porta querendo me agarrar  
 Briga pela vez  
 Atendente “chiclete”  
 O mau humor e antipatia  
 Todos os “inhos” e todas “as falsidades”  
 Não ouvir, empurrar produtos  
 Preconceito com a minha aparência...(nem tudo é o que parece)

Vale dizer que a Experiência que o seu Cliente tem quando vai ao sua loja pode e deve ser planejada. Então, planeje!

Pra começar a planejar a Experiência do seu atendimento, vamos traçar um roteiro que vai ajudar você a colocar tudo que foi pensado na prática. Esse roteiro passa por 3 fases:

script – é o que precisa ser feito;

Menos que o esperado – é preciso eliminar as falhas; show – é aquele algo mais!

No meio, existe uma zona de tolerância, é o roteiro daquilo que ele espera que você faça. A baixo,

ele não irá tolerar e acima, é o que vai surpreendê-lo, o que faz a diferença, é o que vai fazê-lo voltar sempre.

Lembre-se: Experiência nota 1000 se faz pelas mínimas coisas que seus Clientes esperam que você faça para surpreendê-lo!



Show!!!

Essas são todas as coisas que o cliente não esperava, mas adoraria encontrar. É o show no atendimento. Você faz com doses de surpresa que ninguém faz. Bole o seu!

No script,

elabore ações com as mínimas coisas que o seu Cliente espera que você faça. Lembre-se na lanchonete, ninguém deu a mínima atenção para as coisas básicas: limpeza, organização, bebida gelada e comida saborosa.

No terceiro passo,

Menos que o esperado, são todas as coisas que o Cliente não gosta e que o fará ir embora e nunca mais voltar. Pense no seu negócio, se coloque no lugar do Cliente e registre as coisas que a gente sabe que não estão legais e que precisam melhorar. Busque eliminá-las!

### Relacionamentos para sempre

Cada vez mais a gente escuta falar de programas de fidelidade. Nas companhias aéreas, por exemplo, de uns tempos para cá, isso virou quase um padrão.

Mas onde começa a fidelidade? O que vai fazer a diferença entre uma compra isolada e um relacionamento longo (e lucrativo) com seus Clientes?

A resposta é simples: a satisfação deles. Afinal de contas fidelidade sempre foi uma questão de felicidade!

Aí vem a importância de saber causar experiências que deixem saudades, só assim você vai ter a tão sonhada FIDELIDADE. E aí não tem jeito, o caminho para chegar no coração dos Clientes é só um: conhecer muito bem cada um deles!

Depois é só Pensar Como Cliente e imaginar o que faria ele ter uma Experiência nota 100 com seu atendimento. E implementar...

Um bom primeiro passo para conhecer e fidelizar seus Clientes é definir quais são as poucas coisas que você não pode deixar de saber sobre eles. Lembre-se que estas informações vão servir de base para você re-inventar a Experiência do seu atendimento, ao gosto do Cliente.

Monte "fichas" e recolha estas informações de cada Cliente que compra de você. Juntando estas fichas, você vai ter um tesouro nas mãos. Analise o perfil dos seus Clientes, pense em como atender o que eles querem hoje e imagine como surpreendê-los no futuro.

Aí é planejar a implementação e cuidar dos novos fãs que você vai ganhar!

Um exemplo na próxima página...

	<b>DADOS</b> O que eu preciso saber do meu Cliente	<b>INFORMAÇÕES</b> Como posso interpretar esses dados	<b>CONHECIMENTO</b> Como posso usar essas informações
<b>1</b>	Data de nascimento	É o dia do aniversário	Ligar para oferecer as últimas novidades, com algum tipo de benefício, um presentinho
<b>2</b>	O que temos que ele acha o máximo	Sabemos o que ele gosta	Divulgar o que temos de bom para quem não conhece e melhorar para quem já nos conhece e gosta
<b>3</b>	O que temos que ele não gosta	Sabemos onde estamos errando	Consertar imediatamente o que incomoda o nosso cliente
<b>4</b>	O cargo dele na empresa em que trabalha	Sabemos se tem o poder de decidir a compra, que tipo de sugestão adicional podemos fazer, etc	Como vendemos competência, essa é uma informação valiosa de negociação
<b>5</b>	Qual foi a última compra	Sabemos quando e como foi o último contato com o nosso negócio	Podemos checar o nível de satisfação e oferecer algum produto ou serviço complementar

Este é só um exemplo de acompanhamento que você pode utilizar. Bole um pra você fazer! O importante é você construir (e registrar) o histórico de cada cliente pra não esquecer dos "detalhes". Lembra, nós já falamos, atendimento é detalhe!

### **Parabéns!**

Desafio vencido!

Criamos uma Experiência de Atendimento inesquecível pra você fazer com seus Clientes, uma Experiência capaz de criar um relacionamento que vai garantir Clientes pra sempre, e resultados idem!

Aproveite todas estas dicas, planeje, (re)invente...

### **Parabéns e Boa Sorte!!!**