

Aula 05 - Somente em PDF

*Caixa Econômica Federal - CEF (Técnico
Bancário) Atendimento Bancário*

Autor:
Stefan Fantini

12 de Janeiro de 2023

AULA 05 – GESTÃO DA QUALIDADE EM SERVIÇOS. PADRÕES DE QUALIDADE NO ATENDIMENTO AOS CLIENTES. (PARTE II)

(QUESTÕES COMENTADAS)

Sumário

Questões Comentadas	4
Lista de Questões	36
Gabarito	54



Olá, amigos do Estratégia Concursos, tudo bem?

Na aula de hoje, trarei uma lista de questões comentadas do seguinte tópico:

“Gestão da qualidade em serviços. Padrões de qualidade no atendimento aos clientes. (Parte II)”

Preparados? Então vamos em frente! 😊

Um grande abraço,

Stefan Fantini



Para tirar dúvidas e ter acesso a **dicas** e **conteúdos gratuitos**, siga meu **Instagram**, se inscreva no meu **Canal no YouTube** e participe dos meus canais no **TELEGRAM**:



Instagram

@prof.stefan.fantini

<https://www.instagram.com/prof.stefan.fantini>



YouTube
Stefan Fantini

<https://www.youtube.com/channel/UCptbQWFe4xlyYBcMG-PNNrQ>





t.me/admconcursos



Os canais foram feitos especialmente para você! Então, será um enorme prazer contar com a sua presença nos nossos canais! 😊





QUESTÕES COMENTADAS!

QUESTÕES COMENTADAS

1. (CESGRANRIO – Banco do Brasil – Escriturário – 2021)

Um dos princípios básicos de um bom atendimento é que ele seja considerado parte integrante de um processo mais amplo e que gere a satisfação do cliente. Preocupada com os baixos índices de satisfação manifestados por seus clientes, a diretoria de um banco contratou uma consultoria para avaliar a qualidade dos serviços prestados nas agências. O relatório apresentado pelos consultores apontou problemas relacionados às instalações e aos equipamentos das agências.

Considerando as cinco dimensões da qualidade de serviços, esses problemas apontados estão relacionados à dimensão

- a) Empatia
- b) Segurança
- c) Tangibilidade
- d) Confiabilidade
- e) Responsividade

Comentários:

De acordo com o Modelo de Qualidade do Atendimento em Serviços – Service Quality Gap Analysis (SERVQUAL), os problemas identificados estão relacionados à dimensão Tangibilidade. A dimensão **tangibilidade** Tangibilidade (Aspectos Tangíveis) consiste na **aparência física das instalações, dos equipamentos, dos materiais, dos serviços e do quadro de funcionários**. Tratam-se dos aspectos que podem ser percebidos pelos cinco sentidos humanos.

O gabarito é a letra C.

2. (CESGRANRIO – Banco do Brasil – Escriturário – 2021)



Um cliente migrou para um banco digital e está avaliando a qualidade do serviço contrastando a expectativa que possui com o serviço que recebe de fato. Ele tem considerado a qualidade bastante satisfatória, a despeito de algumas dificuldades tecnológicas que tem enfrentado. Nesse caso, a avaliação de qualidade que o cliente faz é explicada pelo conceito de

- a) comunicação boca a boca
- b) experiência passada
- c) promessas de serviços explícitas
- d) promessas de serviços implícitas
- e) zona de tolerância

Comentários:

A questão trata de um conceito conhecido como Zona de Tolerância.

Zona de tolerância é a comparação entre serviço **aceitável** (“adequado”) e serviço **desejado**. A zona de tolerância, de acordo com Parasuraman et alli (1994), tem como limites aquilo que o cliente **entende que pode ser feito** (ou que o prestador de serviços **teria condições de fazer**) que constitui o nível de **qualidade desejado** pelo cliente e aquilo que o cliente **está disposto a aceitar (serviço aceitável, ou “adequado”)**.

O gabarito é a letra E.

3. (CESGRANRIO – CAIXA – Técnico Bancário – 2021)

Um analista de investimentos precisa vender ao seu cliente os benefícios de um determinado fundo. Ele sabe que tem uma oportunidade, quando estiver frente a frente com o cliente, durante o atendimento, e, assim, poder explicar as vantagens e qualidades do fundo. Ele também sabe que, se o cliente deixar a agência, essa oportunidade não se repetirá tão cedo, e sua meta de vendas não será alcançada. Na avaliação da qualidade de serviços, essa oportunidade é denominada

- a) tangíveis visíveis
- b) prontidão de recuperação
- c) qualidade de projeto
- d) momento da verdade
- e) técnica de design



Comentários:

Segundo Albrecht e Lawrence¹, todo atendimento passa por **momentos da verdade**. Esses momentos da verdade consistem nas **interações** que ocorrem entre a empresa e o cliente.

Em outras palavras, os **momentos da verdade** são “todo e qualquer episódio em que o cliente **entra em contato com algum aspecto da organização** e **forma uma opinião** sobre a ação que está sendo prestada a ele”.²

Os **momentos da verdade** devem ser de qualidade, uma vez que a prestação do serviço consiste no resultado da soma de todos os momentos da verdade. Portanto, a **qualidade do serviço** (como um todo) dependerá da qualidade de todos os momentos da verdade. Se os momentos da verdade forem de **boa qualidade**, eles podem, inclusive, **favorecem uma venda**.

Portanto, o enunciado se refere ao **momento da verdade**.

O gabarito é a letra D.

4. (CESGRANRIO – UNIRIO – Técnico em Secretariado – 2018)

Uma empresa iniciou um processo de treinamento dos empregados que atuam no serviço de atendimento ao cliente, via telefone. Visando a obter maior eficiência e qualidade no atendimento, a empresa estabeleceu alguns procedimentos que devem ser adotados nesse serviço. No atendimento aos clientes por telefone, o atendente deve

- a) falar apenas um “alô” para que o atendimento seja mais rápido, e o cliente possa falar, imediatamente, sobre o assunto que deseja tratar.
- b) fazer uma saudação inicial e, em seguida, identificar-se, informando também o nome do órgão ou setor ao qual pertence.
- c) utilizar uma linguagem informal e um tratamento pessoal, mostrando intimidade com o cliente para torná-lo mais próximo.
- d) interromper o cliente quando ele estiver falando sobre um problema já conhecido pelo atendente.
- e) utilizar uma linguagem impessoal, demonstrando que não há atendimento personalizado.

¹ ALBRECHT E LAWRENCE (1992) *apud* SILVA, Livia Vergara da. **Análise de satisfação dos clientes da academia atitude**. / v.2, n.1. Revista Eletrônica Estácio Papirus: 2015. p.9

² ALBRECHT E LAWRENCE (1992) *apud* SILVA, Livia Vergara da. **Análise de satisfação dos clientes da academia atitude**. / v.2, n.1. Revista Eletrônica Estácio Papirus: 2015. p.9



Comentários:

Letra A: errada. Nada disso! Ao atender a ligação, a primeira coisa que o profissional deve fazer é identificar o nome da empresa, dizer seu nome e cumprimentar o cliente.

Letra B: correta. Isso mesmo! Ao atender a ligação, a primeira coisa que o profissional deve fazer é identificar o nome da empresa, dizer seu nome e cumprimentar o cliente.

Letra C: errada. O profissional deve manter um diálogo **formal**, utilizando a norma padrão de linguagem. Não se deve utilizar gírias ou “apelidos pessoais” para se referir ao cliente (tais como “amor”, “benzinho”, ou “querido”, por exemplo).

Letra D: errada. Nada disso! O atendente não deve interromper o cliente. Mesmo que seja um problema “já conhecido”, o atendente deve ouvi-lo e sempre deve manter uma postura receptiva.

Letra E: errada. Nada disso! O atendente deve sim mostrar ao cliente que o atendimento dele é “personalizado”. Deve demonstrar atenção e interesse em suas demandas.

O gabarito é a letra B.

5. (CESGRANRIO – Banco do Brasil – Escriturário – 2015)

O setor bancário tem como prática utilizar o serviço de telemarketing para a oferta de produtos e serviços aos seus clientes atuais e potenciais. Em uma análise sobre essa prática, correlacionando as informações existentes sobre o processo de vendas e as reclamações dos clientes, foi identificado que estes têm rejeição a serem contatados pelo banco via telemarketing. Eles preferem que o canal de comunicação com o banco esteja disponível para que possam entrar em contato quando sentirem necessidade ou desejo de fazê-lo.

Com base na análise feita, verifica-se que os clientes preferem, como canal de comunicação com o banco, o(a)

- a) marketing ativo
- b) comunicação proativa
- c) marketing direto
- d) telemarketing receptivo
- e) marketing de resposta

Comentários:



O enunciado nos diz que os clientes não gostam de receber ligações do banco (portanto, o banco não deve utilizar o telemarketing ativo).

No caso narrado, os clientes preferem que o canal de comunicação com o banco esteja disponível para que eles (clientes) possam entrar em contato quando sentirem necessidade ou desejo de fazê-lo. Nesse caso, os clientes preferem o **telemarketing receptivo (passivo)**, no qual a empresa é que recebe a ligação do cliente.

O gabarito é a letra D.

6. (CESGRANRIO – Banco do Brasil – Escriturário – 2015)

Uma forma de aumentar o valor percebido pelos clientes nos serviços bancários é diminuir o conjunto de custos envolvidos na relação com os bancos.

Nesse sentido, durante o atendimento aos clientes nas agências bancárias, os funcionários devem dedicar-se a

- a) empurrar produtos, como seguro de vida, para os melhores clientes.
- b) explicar os aspectos dos serviços sob a ótica da instituição financeira.
- c) igualar os benefícios e os custos envolvidos no processo de compra.
- d) prestar um serviço com baixo valor percebido pelos correntistas.
- e) reduzir o dispêndio de tempo e a energia gasta pelos clientes.

Comentários:

É uma questão bastante interpretativa e “prática”.

Vejamos cada uma das assertivas:

Letra A: errada. Durante um atendimento o atendente não deve ficar “empurrando” produtos ao cliente. Muitas vezes, isso pode aborrecer o cliente.

Letra B: errada. O ideal é que o atendente explique os aspectos do serviço sob a ótica do cliente. Afinal, o que importa é atender às necessidades dos clientes. Portanto, os serviços devem ser explicados sob a ótica do cliente.

Letra C: errada. Veja bem: se os custos e os benefícios forem “igualados”, o cliente não irá perceber valor no produto. Portanto, o ideal é que, para os clientes, os benefícios sejam maiores do que os custos (para que o cliente perceba valor no produto/serviço).



Letra D: errada. Pelo contrário! O que se busca é prestar um serviço com alto valor percebido pelos clientes.

Letra E: correta. Isso mesmo! Reduzir o dispêndio (gasto) de tempo e de energia dos clientes é um fator positivo, que tende a deixar os clientes mais satisfeitos. Os clientes não gostam de “perder tempo”.

O gabarito é a letra E.

7. (CESGRANRIO – Banco do Brasil – Escriturário – 2015)

A diretoria de um banco detectou que o maior problema de uma agência era a demora no atendimento aos clientes. O gerente da agência, então, determinou que os atendimentos aos clientes deveriam ser divididos em três etapas. A primeira etapa, a triagem, serviria para direcionar o cliente ao local de atendimento correto e deveria ser cumprida em até três minutos. A segunda etapa, o atendimento direto, deveria ser feita em até dez minutos. Finalmente, se fosse necessária a interferência do gerente, o seu atendimento deveria ter a duração de, no máximo, doze minutos. A ideia era de que nenhum cliente gastasse mais do que vinte e cinco minutos dentro da agência e um grupo de funcionários munidos de cronômetros foi destacado para verificar se as tarefas eram executadas dentro dos prazos definidos.

A função desse grupo de funcionários é verificar a(o)

- a) qualidade técnica do serviço
- b) lacuna de serviço
- c) satisfação do cliente
- d) recuperação do serviço
- e) benchmarking

Comentários:

O “grupo de funcionários” está verificando a **qualidade do serviço** prestado. Portanto, o gabarito é a letra A.

Se fossemos pensar nos GAPS da Qualidade, poderíamos dizer que o grupo de funcionários está buscando verificar se não está havendo um “**GAP na Lacuna na entrega ou execução**”. Ou seja, está buscando verificar se não há diferença entre o que foi descrito nas especificações/padrões pelo gerente da agência (em relação ao tempo de atendimento) e a efetiva prestação do serviço ao cliente (desempenho real do serviço).

O gabarito é a letra A.



8. (CESPE – TRF – 1ª REGIÃO – Técnico Judiciário – 2017)

Eficácia no atendimento ao público significa atender às necessidades do cliente, fazendo o melhor uso dos recursos disponíveis na organização.

Comentários:

Nada disso!

A assertiva descreve o conceito de **eficiência** no atendimento ao público.

Eficiência no atendimento consiste na utilização dos recursos disponíveis da melhor maneira possível, com o objetivo de satisfazer as necessidades dos clientes.

Gabarito: errada.

9. (CESPE – TRF – 1ª REGIÃO – Técnico Judiciário – 2017)

Antes de atender ligações telefônicas de clientes, o atendente deve esperar, no mínimo, trinta segundos, a fim de evitar que o cliente pense que o atendente esteja desocupado e, conseqüentemente, aumente sua demanda de solicitações.

Comentários:

Nada disso!

Uma das regras a serem observados no atendimento é **atender a ligação o mais breve possível** (ou seja, não deve deixar o telefone ficar “tocando” por muito tempo).

Portanto, a assertiva peca ao dizer que o atendente deve esperar o telefone tocar, no mínimo, por 30 segundos.

O objetivo é que a ligação **seja atendida rapidamente**, para que o cliente não fique muito tempo em espera e a sua solicitação seja atendida o mais breve possível.

Gabarito: errada.

10. (CESPE – TRF – 1ª REGIÃO – Técnico Judiciário – 2017)

Atendente que compartilha informações de um cliente com um colega atendente na frente de outras pessoas não atende aos parâmetros conduta e discrição e, por conseguinte, compromete a qualidade do atendimento.

Comentários:



Isso mesmo!

Dentre as características do bom atendimento estão a **conduta** e a **discrição**. Vejamos:

Conduta: O atendente deve ter um **bom comportamento** e agir com **profissionalismo**. A **conduta do profissional** de atendimento irá “refletir” a conduta da organização. Ou seja, o atendente é a “cara” da organização. É necessário que o profissional de atendimento tenha atitudes **éticas**.

Discrição: O profissional de atendimento deve sempre ser **discreto** no atendimento. Busca-se, assim, **preservar as informações** dos clientes (isto é, deve-se tratar as informações dos clientes com **sigilo**).

Portanto, um atendente que compartilha informações de um cliente com os colegas na frente de outras pessoas, não está agindo com conduta (uma vez que está sendo antiprofissional) e também não está agindo com discrição (uma vez que não está preservando as informações dos clientes). Como consequência, esse atendente compromete a qualidade do atendimento.

Gabarito: correta.

11. (CESPE – FUB – Auxiliar em Administração – 2016)

Para o cliente, o atendente é a personificação da empresa e, assim, atendimento ruim pode ser interpretado como falha da empresa.

Comentários:

Isso mesmo!

O atendente é a “cara” da empresa. Portanto, o cliente cria a percepção da imagem da organização a partir do atendimento que recebe.

Nesse sentido, se o atendimento for ruim, o cliente poderá “refletir” esse atendimento à organização (como um todo) e interpretar que é falha da organização.

Gabarito: correta.

12. (CESPE – FUB – Auxiliar em Administração – 2016)

Nos casos de serviços complexos, recomenda-se que o atendimento ao usuário seja realizado de forma impessoal, se possível, por meio eletrônico.

Comentários:

Nada disso!



Nos casos em que os serviços ou as demandas dos clientes são mais “**complexos**”, o ideal é que o atendimento ao usuário seja realizado de **forma pessoal** (ou, então, através do atendimento telefônico/telemarketing, se for viável).

Gabarito: errada.

13. (CESPE – FUB – Auxiliar em Administração – 2016)

O atendimento telefônico automatizado é um substituto eficiente para os atendimentos telefônicos convencionais: ele proporciona ao cliente o mesmo nível de satisfação e reduz os custos de operação da organização, sendo uma alternativa eficiente para atender a diferentes perfis de clientes.

Comentários:

Nada disso!

O atendimento telefônico automatizado **não substitui o atendimento pessoal, o telemarketing, ou até mesmo o chat/e-mail**, uma vez que não consegue solucionar situações mais complexas apresentadas pelos clientes.

De fato, o atendimento telefônico automatizado reduz os custos de operação da organização. Contudo, é um tipo de atendimento que **tende a gerar insatisfação** nos clientes. Afinal, trata-se de um atendimento totalmente “padronizado”, **não sendo eficiente para se adaptar aos diferentes tipos e perfis de clientes**.

Gabarito: errada.

14. (CESPE – FUB – Auxiliar em Administração – 2016)

Em uma compra, o cliente diferencia o produto adquirido e o atendimento recebido. Assim, mesmo que o atendimento seja avaliado como ruim, isso não afetará a avaliação do cliente em relação ao produto.

Comentários:

Nada disso!

O cliente cria a percepção da imagem da organização (como um todo) a partir do serviço de atendimento que recebe. Nesse sentido, a avaliação que o cliente fará do “produto” que adquiriu também será influenciada pelo atendimento recebido da organização.

Por exemplo: o indivíduo pode adquirir um produto que seja excelente; contudo, o atendimento recebido durante a venda (e durante o pós-venda) foram péssimos. Nesse caso, a tendência é que a avaliação do produto seja “prejudicada” em decorrência do péssimo atendimento recebido.



Gabarito: errada.

15. (CESPE – FUNPRESP-JUD – Assistente – 2016)

Atualmente a prestação de serviços no Brasil tornou-se um fator crítico para a administração pública, uma vez que os usuários dos serviços passaram a exigir maior qualidade no atendimento recebido nas instituições públicas.

Comentários:

Isso mesmo! Os usuários de serviços públicos estão cada vez mais exigentes quanto a qualidade do atendimento recebido na prestação de serviços públicos.

Gabarito: correta.

16. (CESPE – DPU – Agente Administrativo – 2016)

A qualidade no atendimento é a totalidade de atributos e características que respondem às expectativas de determinado público. A respeito desse assunto, julgue o item subsequente.

A dimensão denominada presteza, demonstrada pela equipe da organização, consiste em acatar os problemas dos usuários do serviço e executar esse serviço para atender melhor aos interesses desses usuários.

Comentários:

Nada disso!

A presteza consiste em estar **disponível** para atender o cliente no momento em que ele precisar (atendê-lo “na hora certa”). Em outras palavras, trata-se da capacidade de **ajudar os clientes com prontidão** (isto é, estar **sempre “disponível”** para prestar o serviço). Ou seja, se refere à **boa vontade** (disponibilidade) do funcionário em **querer prestar o serviço** (querer ajudar) e à **rapidez** na prestação do serviço.

Gabarito: errada.

17. (CESPE – DPU – Agente Administrativo – 2016)

A qualidade no atendimento é obtida com base essencialmente nos recursos da organização, desconsideradas as opiniões de clientes.

Comentários:

Nada disso!



A opinião do cliente é um dos fatores mais importante na qualidade do atendimento. Portanto, as opiniões dos clientes são essenciais para aferir e aprimorar a qualidade no atendimento.

Gabarito: errada.

18. (CESPE – ANP – Analista Administrativo)

A valorização do servidor público como cliente interno é uma garantia ao cumprimento da missão da administração pública de atender com qualidade aos seus clientes externos.

Comentários:

Isso mesmo!

A qualidade do atendimento realizada pelo cliente interno (pelo funcionário/servidor) ao cliente externo (cliente propriamente dito), está diretamente relacionada à forma como o cliente interno é tratado pela própria organização a que pertence.

Portanto, ao valorizar o servidor público enquanto cliente interno, a administração pública está buscando garantir um bom atendimento a seus clientes externos (aos cidadãos).

É necessário que a organização preste um bom atendimento tanto aos clientes internos quanto aos clientes externos.

Gabarito: correta.

19. (CESPE – MTE – Agente Administrativo)

A qualidade do atendimento ao público fundamenta-se na prestação da informação correta, na cortesia do atendimento, na brevidade da resposta e na adequação do ambiente para a realização do atendimento.

Comentários:

Isso mesmo! A assertiva elencou, corretamente, algumas características do bom atendimento.

Gabarito: correta.

20. (FCC – SANASA Campinas – Assistente Administrativo – 2019)

O profissional de atendimento ao cliente que possui um comportamento “não assertivo” age de forma

a) provocadora.



- b) agressiva.
- c) passiva.
- d) diligente.
- e) pragmática.

Comentários:

O profissional de atendimento, muitas vezes, age de **forma passiva**, apresentando um **comportamento não assertivo**, e isso interfere diretamente e negativamente na qualidade do atendimento.

O gabarito é a letra C.

21. (FCC – SANASA Campinas – Assistente Administrativo – 2019)

O início de uma conversa telefônica é marcado pelo tom de voz, sendo a primeira referência na comunicação. Portanto, ao iniciar uma conversa com o cliente, o profissional de call center deve falar

- a) em tom sibilante, para que o cliente sinta-se entusiasmado.
- b) em ritmo bem lento, para que o cliente não se sinta pressionado.
- c) em tom de indiferença, para que o cliente não se sinta ofendido.
- d) de forma mecânica, para que o cliente perceba profissionalismo.
- e) em ritmo compassado, para que o cliente consiga acompanhar.

Comentários:

Em um atendimento telefônico a primeira coisa percebida pelo cliente é o tom de voz.

Portanto, uma das regras do atendimento telefônico prevê que o profissional deve falar em **ritmo cadenciado/compassado** (ou seja, não deve falar nem muito “velozmente” e nem muito “lentamente”). O atendente deve falar em um ritmo cadenciado, o qual o cliente consiga acompanhar.

O gabarito é a letra E.

22. (FCC – SANASA Campinas – Assistente Administrativo – 2019)



Logo após atender prontamente a chamada telefônica em um call center para atendimento ao cliente, o procedimento mais adequado do atendente deve ser

- a) cumprimentar e solicitar o nome e o CPF do interlocutor.
- b) cumprimentar o interlocutor e perguntar qual é a sua reclamação.
- c) identificar a empresa, dizer o seu nome e cumprimentar o interlocutor.
- d) pronunciar a expressão “em que posso ser útil”.
- e) indicar que esta ligação pode ser gravada e que gerará um número de protocolo.

Comentários:

Ao atender a ligação, a primeira coisa que o profissional deve fazer é **identificar o nome da empresa**, dizer seu **nome** e **cumprimentar o cliente**.

O gabarito é a letra C.

23. (FCC – SANASA Campinas – Assistente Administrativo – 2019)

No atendimento telefônico, procura-se demonstrar uma imagem profissional, integrando-se ao conjunto de serviços oferecidos pela empresa. Uma atitude indispensável durante o atendimento é “agir de forma receptiva”, que compreende em

- a) moderar o cliente cessando a conversa sempre que necessário para explicar as normas da empresa.
- b) personalizar o atendimento ao pronunciar o nome do cliente valendo-se de expressões no diminutivo para suavizar a conversa.
- c) ouvir o cliente e responder automaticamente às suas dúvidas utilizando-se de termos técnicos para melhorar o nível de esclarecimento.
- d) responder às dúvidas mais ordinárias dos clientes como se as estivesse respondendo pela primeira vez.
- e) manifestar comportamento ético na conversação e realizar promessas, mesmo que difíceis de serem cumpridas, para confortar o cliente.

Comentários:



A postura do profissional sempre deve ser **receptiva**. Ou seja, o atendente deve sempre responder às dúvidas dos clientes (mesmo aquelas dúvidas mais simples e “comuns”, ou seja, mesmo aquelas dúvidas mais “ordinárias”), **quantas vezes forem necessárias**.

O gabarito é a letra D.

24. (FCC – SANASA Campinas – Assistente Administrativo – 2019)

Durante o atendimento a um cliente havendo a necessidade de anotar um recado, o operador de Call Center se deparou com uma situação na qual seria necessário confirmar o seu sobrenome, visto que o cliente possuía um sobrenome incomum. Nesse caso, para a confirmação, recomenda-se que o profissional de atendimento utilize-se de

- a) acuracidade auditiva.
- b) induções verbais.
- c) similaridades sonoras.
- d) deduções linguísticas.
- e) códigos fonéticos.

Comentários:

Uma das regras no atendimento ao cliente por telefone é a utilização de **códigos fonéticos** para a **confirmação de dados**.

O gabarito é a letra E.

25. (FCC – SANASA Campinas – Assistente Administrativo – 2019)

Em algumas situações, os clientes ao telefone precisam ser colocados em espera. Nesses casos, quaisquer que sejam as circunstâncias, a primeira ação a ser tomada pelo atendente deve ser

- a) deixar o cliente na espera sem que ele perceba e atender prontamente assim que acionado.
- b) perguntar ao cliente se ele pode aguardar um momento.
- c) informar o cliente que o deixará aguardando por um momento.
- d) avisar o cliente que o transferirá para outro atendente.
- e) valer-se de criatividade para elaborar uma desculpa e 17tende17a-lo da espera.



Comentários:

Quando houver a necessidade de colocar o cliente em espera (ou seja, quando o atendente tiver que desviar a atenção do telefone por algum momento), o atendente deve, **primeiro, perguntar se o cliente pode aguardar** e, em seguida, pedir licença para interromper o diálogo; depois, quando retornar ao diálogo, o atendente deve se “desculpar” pela demora.

O gabarito é a letra B.

26. (FCC – SANASA Campinas – Assistente Administrativo – 2019)

A insatisfação do cliente diante de um atendimento não correspondido pode ser entendida como frustração, a qual gera um estado de tensão e desequilíbrio. Dessa forma, quando um profissional de atendimento ao público se deparar com um cliente frustrado subitamente, que comece a reclamar em voz alta, a primeira providência a ser tomada deve ser

- a) escutar, sem interrupções, o que o cliente tem a dizer.
- b) compensar o cliente, imediatamente.
- c) chamar, prontamente, o seu supervisor.
- d) fornecer, para preenchimento, o formulário de satisfação do cliente.
- e) solicitar ao cliente que se acalme.

Comentários:

Ao se deparar com um cliente **frustrado e insatisfeito**, a primeira providência que o profissional de atendimento deve ter é de **escutar o que o cliente tem a dizer, sem interrupções**.

O gabarito é a letra A.

27. (FCC – SABESP – Atendente a Cliente 01 – 2018)

No atendimento a um cliente, ao utilizar as perguntas de confirmação, um atendente obtém um sistema de

- a) designação e instigação.
- b) compartilhamento e troca de emoções.
- c) troca justa e ordem.
- d) comando e ação.



e) verificação e equilíbrio.

Comentários:

Uma das regras no atendimento ao cliente é **confirmar os dados dos clientes**, utilizando **perguntas de confirmação**. O objetivo é gerar um sistema de **verificação e equilíbrio**.

O gabarito é a letra E.

28. (FCC – SABESP – Atendente a Cliente 01 – 2018)

Quando os clientes contarem com informações incorretas sobre determinado produto ou serviço, o papel do profissional de atendimento é usar as habilidades que tem para ajuda-los a fazer as escolhas corretas, sem constrangimentos. Três modos corretos de fazer com que os clientes acertem nas suas escolhas são:

- a) não considerar o cliente culpado; procurar oportunidades para ensinar e incentivar o cliente.
- b) indicar o que o cliente deve fazer; trabalhar as objeções e desconfiar da primeira necessidade.
- c) aceitar a primeira proposta; oferecer descontos e indicar sempre o que é melhor para o cliente.
- d) ser simpático; fazer rapport e dizer o que o cliente deve comprar.
- e) desconfiar da necessidade aparente do cliente; sempre questionar e indicar ao cliente o produto que gera maior valor agregado para a empresa.

Comentários:

Quando o cliente teve informações incorretas sobre determinado produto ou serviço, o papel do profissional de atendimento é usar as habilidades que possui para ajudá-lo a fazer as escolhas corretas. Nesse caso, o atendente deve considerar que o cliente **não é “culpado”** e procurar **ensiná-lo e incentivá-lo**.

O gabarito é a letra A.

29. (FCC – SABESP – Atendente a Cliente 01 – 2018)

No processo de atendimento, os clientes não fazem distinção entre o atendente e a empresa. Para eles, o atendente é a empresa. Na interação com um cliente, o atendente utiliza as frases:

- I. Eu sinto muito por ter esperado.
- II. A política da empresa não permite.



III. Eles não autorizam.

IV. Posso ajudá-lo a alterar o seu cadastro.

V. O sistema da empresa está fora do ar.

As frases que indicam que o atendente compreende e assume o seu papel como representante da empresa são:

a) III e IV.

b) II e III.

c) II e V.

d) I e V.

e) I e IV.

Comentários:

Somente as assertivas I e IV trazem frases as quais indicam que o atendente compreende e assume seu papel como representante da empresa. Ou seja, são frases utilizadas no bom atendimento.

As assertivas II e III trazem frases “negativas” que não devem ser utilizadas. A assertiva V, por sua vez, traz uma frase que passa a impressão ao cliente de que o “atendente não pode fazer coisa alguma”. Portanto, são frases que deixam o cliente frustrado e insatisfeito.

O gabarito é a letra E.

30. (FCC – SABESP – Atendente a Cliente 01 – 2018)

Em um atendimento telefônico ao cliente, o atendente, ao procurar ou inserir dados em um sistema de computador, deve

a) indicar ao cliente o que está fazendo, usando frases como, por exemplo, “Vou inserir esse dado no computador é Rua XXXX, nº 508”

b) pedir desculpas e alertar o cliente sempre que o sistema estiver lento, solicitando que tenha paciência

c) ficar em silêncio para se concentrar e inserir os dados de forma ágil e correta, sem alertar o cliente.

d) solicitar ao cliente que aguarde enquanto insere seus dados no sistema e assim possa atendê-lo.



e) colocar o cliente em espera, para que ele não ouça o som do teclado do computador.

Comentários:

Uma das regras do atendimento telefônico ao cliente é **indicar ao cliente o que está fazendo**.

O gabarito é a letra A.

31. (FCC – IF-RS – Auxiliar em Administração – 2016)

Assinale a alternativa que apresenta as palavras que preenchem CORRETAMENTE as lacunas, na ordem em que aparecem na frase abaixo.

Dentre os pecados do atendimento ao usuário de um serviço estão _____, _____ e _____.

- a) apatia - má vontade - frieza.
- b) frieza - paciência - robotismo.
- c) jogo de responsabilidade - desdém - apreço.
- d) frieza - robotismo - apreço.
- e) má vontade - apreço - jogo de responsabilidade.

Comentários:

Os **07 pecados** no atendimento e prestação de serviços são:

- 1 – **Apatia**
- 2 – Automatismo (Robotismo)
- 3 – Desdém (Condescendência)
- 4 – Dispensa (**Má vontade**)
- 5 – **Frieza**
- 6 – Jogo de “Responsabilidade” (Passeio)
- 7 – Livro de Regras (Apego demasiado às Normas)

O gabarito é a letra A.



32. (FGV – IBGE – Agente Censitário Operacional – 2019)

Em um órgão público, um cidadão dirige-se ao balcão de atendimento. O funcionário que o atende presta todas as informações solicitadas pelo cidadão, mas sem olhar para ele, tratando-o de maneira distante e formal, limitando-se a responder estritamente o que lhe é perguntado. Ao fim do atendimento, o cidadão demonstrou insatisfação.

Na situação descrita, o atendimento foi:

- a) adequado, pois a atenção no tratamento ao cidadão não é indispensável a um atendimento de qualidade;
- b) adequado, pois informar apenas o estritamente necessário caracteriza um atendimento efetivo;
- c) adequado, porque foi tempestivo e efetivo;
- d) inadequado, porque não foi nem tempestivo, nem suficiente;
- e) inadequado, porque o bom atendimento envolve prover as informações solicitadas e um bom tratamento.

Comentários:

O enunciado descreve um **atendimento inadequado**. Isso, pois, o bom atendimento, além de envolver o fornecimento de todas as informações solicitadas, deve envolver um **bom tratamento**.

O bom tratamento inclui **cortesia, interesse e atenção**. Esses fatores não foram demonstrados pelo atendente do exemplo trazido pelo enunciado, uma vez que ele tratou o cidadão de forma “distante” (ou seja, sem interesse e sem atenção) e sem olhar para ele (sem cortesia).

O gabarito é a letra E.

33. (FGV – Banestes – Assistente Securitário – 2018)

Todo atendimento passa por momentos da verdade, que são os contatos entre o cliente e as empresas. Esses contatos são preciosos porque:

- a) são avaliados apenas nos primeiros momentos;
- b) criam as condições para que as objeções sejam vencidas;
- c) podem favorecer uma venda, se forem de boa qualidade;
- d) são construídos pelos profissionais de atendimento;



e) podem ser uniformizados e replicados no momento da verdade.

Comentários:

Os momentos da verdade devem ser de qualidade, uma vez que a prestação do serviço consiste no resultado da soma de todos os momentos da verdade. Portanto, a qualidade do serviço (como um todo) dependerá da qualidade de todos os momentos da verdade. Se os **momentos da verdade** forem de **boa qualidade**, eles podem, inclusive, **favorecem uma venda**. Portanto, o gabarito é a letra C.

O gabarito é a letra C.

34. (FGV – Banestes – Assistente Securitário – 2018)

Em vendas, o conhecimento dos produtos é fundamental por permitir que:

- a) o vendedor passe autoridade ao discorrer sobre o acúmulo de informações que ele detém;
- b) o comprador perceba a profundidade do conhecimento do vendedor;
- c) o comprador obtenha as informações técnicas que só o vendedor pode dar;
- d) o vendedor mostre segurança e habilidade para responder objeções;
- e) comprador e vendedor possam estar em equilíbrio com relação às informações.

Comentários:

Para qualquer tipo de atendimento, inclusive em vendas, o profissional de atendimento deve ter **conhecimento** sobre o produto ou serviço para demonstrar **segurança** e **habilidade** ao cliente, alcançando um atendimento de qualidade.

O gabarito é a letra D.

35. (FGV – Banestes – Assistente Securitário – 2018)

Segundo Kotler “Os clientes de hoje são mais difíceis de agradar. São mais inteligentes, mais conscientes em relação aos preços, mais exigentes, perdoam menos e são abordados por mais concorrentes com ofertas iguais ou melhores. O desafio... não é deixar os clientes satisfeitos; vários concorrentes podem fazer isso. O desafio é conquistar clientes fiéis”. (2000, p.68). Há vários aspectos que devem ser considerados para se conquistar e reter os clientes, como a cortesia no atendimento, o tempo de espera, a objetividade, a capacidade de solução dos problemas, a qualidade e o nível de conforto que as instalações possuem e vários outros. Na empresa, esses aspectos caracterizam:



- a) a qualidade no atendimento ao público;
- b) o cumprimento de objetivos definidos na missão da empresa;
- c) sua diferenciação dos concorrentes pelo preço do produto ou serviço;
- d) o foco nas características intrínsecas do produto ou serviço prestado;
- e) a necessidade de treinamento do pessoal para atender ao público interno.

Comentários:

Os aspectos descritos no enunciado caracterizam a **qualidade no atendimento ao público**.

O gabarito é a letra A.

36. (FGV – COMPESA – Assistente de Saneamento e Gestão – 2018)

Com relação ao atendimento telefônico ao cliente, analise as afirmativas a seguir.

- I. Convém o atendimento rápido à chamada, no máximo e idealmente, ao segundo toque do telefone.
- II. Não se deve usar frases negativas, como “não sabemos” ou “não podemos”.
- III. As informações devem ser prestadas de forma objetiva, apressando-se a finalização da chamada.

Está correto o que se afirma em

- a) I, apenas.
- b) II, apenas.
- c) III, apenas.
- d) I e II, apenas.
- e) I, II e III.

Comentários:

A **primeira assertiva** está correta. Uma das regras do atendimento telefônico ao cliente é **atender a ligação o mais breve possível** (ou seja, não se deve deixar o telefone ficar “tocando” por muito tempo). Portanto, quanto a assertiva diz que convém o atendimento rápido à chamada, ela está correta. A assertiva vai além e diz que um atendimento rápido à chamada é aquele que, no máximo



e idealmente, ocorre ao segundo toque do telefone. De fato, é bem razoável pensarmos que um atendimento ao segundo toque do telefone é rápido e ideal, não é mesmo?

A **segunda assertiva** está correta. De fato, uma das regras do atendimento telefônico ao cliente é que o profissional não deve utilizar frases negativas, tais como: “não podemos” ou “não sabemos”.

A **terceira assertiva** está errada. De fato, as informações devem ser prestadas de forma objetiva. Contudo, não se deve “**apressar**” a finalização da chamada.

O gabarito é a letra D.

37. (FGV – Prefeitura de Salvador – BA – Técnico de Nível Médio I – Atendimento – 2017)

Assinale a opção que indica apenas as características essenciais a um bom atendimento.

- a) Carisma, atenção e sensibilidade.
- b) Cortesia, respeito e empatia.
- c) Beleza, carinho e atenção.
- d) Inteligência, respeito e sensibilidade.
- e) Cordialidade, sensibilidade e intimidade.

Comentários:

A única assertiva que traz, corretamente, 03 características essenciais a um bom atendimento é a letra B (cortesia, respeito e empatia)

O gabarito é a letra B.

38. (FGV – Prefeitura de Salvador – BA – Técnico de Nível Médio I – Atendimento – 2017)

A qualidade do atendimento está intimamente ligada ao uso que fazemos da linguagem. A respeito da forma linguística, um bom atendimento ao público requer que usemos, preferencialmente,

- a) a norma padrão.
- b) gíria.
- c) a linguagem não verbal.
- d) um dialeto.



e) uma linguagem coloquial.

Comentários:

A boa comunicação no atendimento requer a pronúncia correta das palavras e a **utilização da norma padrão de linguagem** (não utilizar gírias, por exemplo).

O gabarito é a letra A.

39. (VUNESP – VALIPREV-SP – Agente Administrativo – 2020)

A charge a seguir ilustra problemas no atendimento aos cidadãos.



Caso houvesse a busca pela excelência no atendimento ao cidadão, seriam considerados os seguintes aspectos:

- a) o cidadão atendido em sua demanda; prazer em ajudá-lo; empatia e cordialidade.
- b) a rapidez e assertividade do atendimento; pessoalidade e informalidade.
- c) padronização e impessoalidade; formalismo e clareza e frieza na comunicação.
- d) padrões e processos; impessoalidade; rapidez; omissão e clareza.
- e) confiança e respeito ao cidadão; rapidez, padronização e robotização na fala.

Comentários:

Letra A: correta. Isso mesmo! Caso houvesse a busca pela excelência no atendimento ao cidadão, o cidadão teria sido atendido em sua demanda; o servidor teria prazer em ajudá-lo; bem como haveria empatia e cordialidade para com o cidadão.

Letra B: errada. De fato, a rapidez e assertividade do atendimento são características da excelência no atendimento ao cidadão. Contudo, no setor público, o agente público deve ser **impessoal** e formal.

É importante que você não confunda o termo “impessoal” (utilizado nessa questão), com o termo “impeccável” (utilizado para designar o “atendimento telefônico automatizado”, no qual o atendimento é prestado por um “robô”; e não por uma “pessoa”).

Neste caso, a questão trata da “impessoalidade” enquanto princípio da Administração Pública, previsto no art. 37 da Constituição Federal.

De acordo com o princípio da impessoalidade, a administração pública, no exercício de suas funções, deve sempre **visar à coletividade**; e não o “particular” (individual). Ou seja, não se pode agir em favor deste ou daquele em detrimento do outro. Deve-se **agir em prol do bem comum**. É como diz Celso Antônio Bandeira de Mello: a “Administração deve **tratar a todos sem favoritismos**, nem perseguições, simpatias ou animosidades políticas ou ideológicas”³

Letra C: errada. De fato, padronização, impessoalidade, formalismo e clareza são utilizados na busca pela excelência no atendimento ao cidadão. Contudo, “frieza na comunicação” não está correto. Pelo contrário, o atendente deve buscar a empatia para com o cidadão.

Letra D: errada. De fato, padrões, processos, impessoalidade, rapidez e clareza são utilizados na busca pela excelência no atendimento ao cidadão. Contudo, “omissão” está incorreto. O que se busca é prestar informações claras e completas (sem quaisquer tipos de omissão).

Letra E: errada. De fato, confiança, respeito ao cidadão, rapidez e padronização são utilizados na busca pela excelência no atendimento ao cidadão. Contudo, “robotização na fala” está incorreto. Na verdade, a “robotização” é um dos 07 pecados do atendimento (e, portanto, deve ser evitado).

O gabarito é a letra A.

40. (VUNESP – IPREMM-SP – Agente Municipal – 2019)

Assinale a alternativa que contempla um procedimento correto no atendimento de telefone.

- a) Utilize sempre termos técnicos, pois as pessoas de fora de sua área, mesmo não entendendo, irão valorizar seu atendimento.
- b) As ligações que caírem no seu ramal, por engano, devem ser atendidas rapidamente, sem qualquer tratamento especial.

³ MELLO, Celso Antonio Bandeira. **Curso de Direito Administrativo**. 26ª ed. São Paulo. Editora Malheiros. 2009.



- c) Ao atender, diga sempre “Alô”, pois trata-se de forma universal de saudação.
- d) Não utilize gírias, porém, tratamentos pessoais como querida, amor, benzinho etc. podem ser utilizados normalmente.
- e) Fale de maneira natural e clara, somente o necessário, evitando a utilização do telefone para fins pessoais.

Comentários:

Letra A: errada. Nada disso! No atendimento ao telefone o profissional deve **evitar a utilização de palavras rebuscadas ou “técnicas”** (isto é, deve evitar a utilização de palavras “complicadas”). Ou seja, o profissional deve sempre buscar utilizar palavras “simples”.

Letra B: errada. Imagine que você trabalha no setor financeiro de uma empresa e, por engano, recebe uma ligação de um cliente querendo falar na área de marketing. A atitude correta, nesse caso, é explicar ao cliente que você irá “encaminhar” a ligação ao setor adequado (ou seja, ao setor que ele está procurando contato).

Portanto, você não deve “atender rapidamente” esse cliente, sem qualquer tratamento especial. Pelo contrário! Mesmo sendo uma ligação por “engano”, você **deve dar toda atenção que o cliente precisa (mesmo que isso demore), dando-lhe uma atenção especial** para que ele seja redirecionado ao setor que ele deseja contatar.

Letra C: errada. Nada disso! Ao atender a ligação, a primeira coisa que o profissional deve fazer é **identificar o nome da empresa, dizer seu nome e cumprimentar** o cliente.

Letra D: errada. De fato, não devem ser utilizadas gírias. Da mesma forma, também **não devem ser utilizados “tratamentos pessoais”** (como querida, amor, benzinho). Afinal, o cliente não é “amigo/parente” do atendente; portanto, o atendente deve tratá-lo formalmente.

Letra E: correta. Isso mesmo! O atendente deve falar de maneira natural e clara, somente o necessário (ser objetivo), evitando a utilização do telefone para fins pessoais.

Vale dizer que as ligações pessoais devem ser feitas **fora do ambiente de trabalho** ou, se for urgente, do **próprio telefone do funcionário**.

O gabarito é a letra E.

41. (VUNESP – Prefeitura de Campinas-SP – Agente Administrativo – 2019)

Uma das principais regras a serem aplicadas para a obtenção de um atendimento profissional exemplar é a de atender, com excelência e prontidão,

- a) o cliente externo, quando for pessoa de alto nível.



- b) principal e exclusivamente, o cliente externo.
- c) o cliente interno, desde que tenha prestígio na instituição.
- d) o cliente interno e o cliente externo, igualmente.
- e) o cliente interno, desde que seja solicitado e recomendado pelos superiores.

Comentários:

É necessário que a organização preste um bom atendimento tanto aos clientes internos quanto aos clientes externos. Portanto, um profissional de atendimento deve **atender igualmente**, com excelência e prontidão, o **cliente externo** e o **cliente interno**.

O gabarito é a letra D.

42. (VUNESP – Prefeitura de Campinas-SP – Agente Administrativo – 2019)

No cotidiano de suas atividades, pode ocorrer de o atendente ouvir alguma informação confidencial. Assim, é fundamental que o atendente tenha atitudes

- a) intencionais.
- b) intempestivas.
- c) cordiais.
- d) estratégicas.
- e) éticas.

Comentários:

O profissional de atendimento deve ter atitudes **éticas**. Portanto, caso ouça alguma informação confidencial de algum cliente, ele deve tratar essas informações com sigilo.

O gabarito é a letra E.

43. (VUNESP – Prefeitura de Itapevi-SP – Atendente de Telecomunicações – 2019)

Regina, atendente de telecomunicações, sabe o quanto é importante agir com atitudes positivas diante de crises, demonstrando um comportamento maduro e não conflituoso. Esta habilidade refere-se ao relacionamento

- a) intrapessoal.



- b) hiperpessoal.
- c) transpessoal.
- d) interpessoal.
- e) impessoal.

Comentários:

Ter um comportamento maduro e não conflituoso com os colegas, demonstra que Regina tem habilidade de **relacionamento interpessoal**.

O bom relacionamento interpessoal é necessário tanto na interação entre os membros dos grupos ou das equipes, na interação com os demais colegas do ambiente de trabalho como um todo, bem como na interação com os clientes.

O gabarito é a letra D.

44. (VUNESP – Prefeitura de Itapevi-SP – Atendente de Telecomunicações – 2019)

O atendente de telecomunicações deve saber da importância de estabelecer uma atmosfera positiva no relacionamento com o público. Interfere na manutenção de tal atmosfera:

- a) empenhar-se em esclarecer as dúvidas do cliente.
- b) manter a postura receptiva e não a defensiva.
- c) atender mecanicamente, desconsiderando o ponto de vista do cliente.
- d) demonstrar empenho na resolução do caso.
- e) cumprir com o que se comprometeu a fazer.

Comentários:

A única assertiva que trouxe uma atitude que interfere (negativamente) na atmosfera positiva de atendimento e relacionamento com o público é a letra C (atender mecanicamente, desconsiderando o ponto de vista do cliente).

A letra C trouxe, na verdade, um dos **07 pecados** no atendimento e prestação de serviços, conhecido como **“Robotismo”**.

O correto é que o atendente demonstre interesse e atenção para com o cliente.

O gabarito é a letra C.



45. (VUNESP – Prefeitura de Itapevi-SP – Atendente de Telecomunicações – 2019)

Um fator importante no atendimento é a habilidade de se colocar no lugar do outro, a fim de compreender seus anseios e necessidades. Tal habilidade é conhecida como

- a) empatia.
- b) simpatia.
- c) parceria.
- d) sinergia.
- e) apatia.

Comentários:

É a **empatia** que está relacionada à capacidade de “**se imaginar e se colocar no lugar do outro**”, à capacidade de pensar ou agir da forma como a outra pessoa pensaria e agiria, com o objetivo de **entender o que essa outra pessoa está sentindo** para poder **ajudá-la da melhor maneira possível**.

O gabarito é a letra A.

46. (VUNESP – Prefeitura de Itapevi-SP – Atendente de Telecomunicações – 2019)

Nas conversas telefônicas, é importante demonstrar uma atitude positiva e profissional. A esse respeito, assinale a alternativa que indica a ação para esse tipo de atitude.

- a) Transmitir segurança.
- b) Prometer solucionar o problema.
- c) Manter um diálogo informal.
- d) Demonstrar impaciência.
- e) Expressar-se de forma prolixa.

Comentários:

Letra A: correta. Uma boa maneira de demonstrar uma atitude profissional e positiva é transmitindo segurança ao cliente.

Letra B: errada. Nada disso. O atendente **não deve ficar fazendo “promessas”** ao cliente. Se ele promete algo que não pode cumprir, perderá a confiabilidade.



Letra C: errada. O atendente deve, sempre, manter um **diálogo formal**.

Letra D: errada. O atendente deve demonstrar **paciência**.

Letra E: errada. O atendente deve ser **objetivo** (e não prolixo). A palavra prolixo significa “utilizar palavras em demasia”.

O gabarito é a letra A.

47. (VUNESP – Prefeitura de Itapevi-SP – Atendente de Telecomunicações – 2019)

Com relação ao atendimento ao público, é de fundamental importância que algumas regras sejam observadas. Assinale a alternativa que aponta a regra correta para esse atendimento.

- a) Ser discreto, mantendo a privacidade da instituição e do cliente.
- b) No caso de clientes difíceis, atender estabelecendo juízo de valor, considerando a hierarquia.
- c) Elaborar respostas rápidas mesmo não entendendo o que o cliente quer dizer.
- d) Ao fornecer uma informação equivocada, evitar assumir a falha junto ao cliente.
- e) Em caso de reclamações improcedentes, agir com rigidez.

Comentários:

A única assertiva que traz uma regra correta com relação ao atendimento ao público é a letra A.

O atendente deve ser **discreto**, mantendo a **privacidade** tanto do cliente quanto da empresa.

O gabarito é a letra A.

48. (VUNESP – Prefeitura de Itapevi-SP – Atendente de Telecomunicações – 2019)

Educação, cordialidade e gentileza são fatores fundamentais no atendimento telefônico. A esse respeito, assinale a alternativa com a orientação que atende adequadamente a esses quesitos.

- a) Atenda rapidamente e informe que “não tem ninguém no setor”.
- b) Caso necessário, não aborreça o cliente solicitando que ele repita ou fale um pouco mais alto.
- c) Se o cliente fizer críticas à instituição, tenha uma atitude de defesa prévia, entrecortando a sua fala.
- d) Manifeste comportamento ético na conversação e evite promessas que não poderão ser cumpridas.



e) Para uma maior proximidade com o cliente, utilize o tratamento “você”.

Comentários:

Letra A: errada. Nada disso. O atendente está trabalhando justamente para atender o cliente e lhe ajudar com suas demandas. Portanto, ele deve atender a ligação e se dispor, prontamente, a ajudar o cliente.

Letra B: errada. Nada disso! É muito importante que o atendente entenda o que o cliente está dizendo (somente entendendo o que o cliente deseja, é que o atendente conseguirá ajudá-lo). Portanto, se for necessário, o atendente deve solicitar ao cliente para repetir algo que ele não tenha entendido.

Letra C: errada. Nada disso! O atendente deve se manter educado e jamais deve “cortar” (entrecortar) a fala do cliente.

Letra D: correto. Isso mesmo! O atendente deve sempre manter um comportamento ético e evitar promessas que não serão cumpridas.

Letra E: errada. Nada disso! O atendente deve manter um **diálogo formal** (ou seja, chamando o cliente de Senhor, Senhora, etc...)

O gabarito é a letra D.

49. (VUNESP – UFABC – Assistente em Administração – 2019)

Uma das características mais importantes do perfil de pessoas que atendem ao público é se colocar verdadeiramente no lugar da pessoa que está sendo atendida e fazer com que ela saiba que isso é real, verdadeiro. Esse sentimento é chamado de

- a) proatividade.
- b) carinho.
- c) simpatia.
- d) empatia.
- e) respeito.

Comentários:

É a **empatia** que está relacionada à capacidade de “se imaginar e se colocar no lugar do outro”, à capacidade de pensar ou agir da forma como a outra pessoa pensaria e agiria, com o objetivo de **entender o que essa outra pessoa está sentindo** para poder **ajudá-la da melhor maneira possível**.



O gabarito é a letra D.

50. (VUNESP – Câmara de Olímpia-SP – Telefonista – 2018)

Para quem trabalha com atendimento telefônico, educação, cordialidade e gentileza são normas básicas para conseguir atingir seus objetivos. Um dos princípios básicos desse atendimento consiste em

- a) demonstrar simpatia conversando animadamente com os interlocutores.
- b) responder à altura, de forma firme e segura, quando ouvir queixas ou reclamações.
- c) fornecer informações sobre a empresa, a fim de demonstrar sua competência.
- d) ouvir sempre com atenção e boa vontade o que o interlocutor tem a dizer.
- e) atender rapidamente sem se ater às solicitações ou aos questionamentos.

Comentários:

Letra A: errada. Nada disso. O atendente não precisa conversar “animadamente” para passar uma boa impressão. Basta que ele seja educado, porte sua voz corretamente e demonstre empatia.

Letra B: errada. Nada disso! O atendente deve sempre manter a educação. Portanto, mesmo se o cliente foi “grosseiro”, o atendente deve manter a paciência e a educação (ou seja, não deve responder o cliente “à altura” dessa grosseria).

Letra C: errada. Nada disso! O atendente não deve fornecer informações confidenciais e particulares da empresa. O atendente deve ajudar o cliente com as suas demandas e, para isso, fornece-lhe as informações necessárias a sanar seus problemas e dúvidas (sem ficar fornecendo informações desnecessárias ou sigilosas sobre a empresa).

Letra D: correta. Isso mesmo! Uma das regras do bom atendimento é **ouvir sempre com atenção e boa vontade** o que o interlocutor tem a dizer.

Letra E: errada. Nada disso! O atendente deve, sempre, estar atento às solicitações e questionamentos do cliente.

O gabarito é a letra D.

51. (VUNESP – Câmara de Olímpia-SP – Telefonista – 2018)

Aspectos como tempo de espera, cortesia, adequação e capacidade de resolução dos problemas, bem como aspectos ambientais, como limpeza, temperatura, decoração e organização do local são importantes características



- a) da terceirização de serviços.
- b) da qualidade no atendimento ao público.
- c) da resolução de problemas do público interno.
- d) de uma área com pessoas gentis e educadas.
- e) da apresentação de relatórios aos gestores.

Comentários:

A assertiva elencou características que são observadas e mensuradas na **qualidade no atendimento ao público**.

O gabarito é a letra B.

52. (VUNESP – Câmara de Indaiatuba-SP – Agente Administrativo – 2018)

A qualidade do serviço de atendimento ao público apresenta-se como um desafio que parece exigir aprimoramentos constantes. O atendimento ao público, interno ou externo, é um serviço complexo, de múltiplas facetas e sua simplicidade é apenas aparente. Um dos aspectos primeiros e essenciais para a prestação de um atendimento com qualidade é

- a) a atitude de concordância na realização de tudo o que é solicitado pelo cliente.
- b) a preocupação em vestir-se formalmente, com esmero e qualidade.
- c) o interesse pelas solicitações, esquivando-se sabiamente das reclamações.
- d) a compreensão das necessidades do cliente, a percepção e a empatia.
- e) a facilidade de travar longos diálogos, conquistando a confiança do cliente.

Comentários:

Um dos principais (e primeiros) aspectos a serem observados para a prestação de um atendimento de qualidade, é **compreender as necessidades** do cliente, ou seja, **perceber o que o cliente deseja**, bem como **demonstrar empatia**.

O gabarito é a letra D.





LISTA DE QUESTÕES

LISTA DE QUESTÕES

1. (CESGRANRIO – Banco do Brasil – Escriturário – 2021)

Um dos princípios básicos de um bom atendimento é que ele seja considerado parte integrante de um processo mais amplo e que gere a satisfação do cliente. Preocupada com os baixos índices de satisfação manifestados por seus clientes, a diretoria de um banco contratou uma consultoria para avaliar a qualidade dos serviços prestados nas agências. O relatório apresentado pelos consultores apontou problemas relacionados às instalações e aos equipamentos das agências.

Considerando as cinco dimensões da qualidade de serviços, esses problemas apontados estão relacionados à dimensão

- a) Empatia
- b) Segurança
- c) Tangibilidade
- d) Confiabilidade
- e) Responsividade

2. (CESGRANRIO – Banco do Brasil – Escriturário – 2021)

Um cliente migrou para um banco digital e está avaliando a qualidade do serviço contrastando a expectativa que possui com o serviço que recebe de fato. Ele tem considerado a qualidade bastante satisfatória, a despeito de algumas dificuldades tecnológicas que tem enfrentado. Nesse caso, a avaliação de qualidade que o cliente faz é explicada pelo conceito de

- a) comunicação boca a boca
- b) experiência passada



- c) promessas de serviços explícitas
- d) promessas de serviços implícitas
- e) zona de tolerância

3. (CESGRANRIO – CAIXA – Técnico Bancário – 2021)

Um analista de investimentos precisa vender ao seu cliente os benefícios de um determinado fundo. Ele sabe que tem uma oportunidade, quando estiver frente a frente com o cliente, durante o atendimento, e, assim, poder explicar as vantagens e qualidades do fundo. Ele também sabe que, se o cliente deixar a agência, essa oportunidade não se repetirá tão cedo, e sua meta de vendas não será alcançada. Na avaliação da qualidade de serviços, essa oportunidade é denominada

- a) tangíveis visíveis
- b) prontidão de recuperação
- c) qualidade de projeto
- d) momento da verdade
- e) técnica de design

4. (CESGRANRIO – UNIRIO – Técnico em Secretariado – 2018)

Uma empresa iniciou um processo de treinamento dos empregados que atuam no serviço de atendimento ao cliente, via telefone. Visando a obter maior eficiência e qualidade no atendimento, a empresa estabeleceu alguns procedimentos que devem ser adotados nesse serviço. No atendimento aos clientes por telefone, o atendente deve

- a) falar apenas um “alô” para que o atendimento seja mais rápido, e o cliente possa falar, imediatamente, sobre o assunto que deseja tratar.
- b) fazer uma saudação inicial e, em seguida, identificar-se, informando também o nome do órgão ou setor ao qual pertence.
- c) utilizar uma linguagem informal e um tratamento pessoal, mostrando intimidade com o cliente para torná-lo mais próximo.
- d) interromper o cliente quando ele estiver falando sobre um problema já conhecido pelo atendente.
- e) utilizar uma linguagem impessoal, demonstrando que não há atendimento personalizado.



5. (CESGRANRIO – Banco do Brasil – Escriturário – 2015)

O setor bancário tem como prática utilizar o serviço de telemarketing para a oferta de produtos e serviços aos seus clientes atuais e potenciais. Em uma análise sobre essa prática, correlacionando as informações existentes sobre o processo de vendas e as reclamações dos clientes, foi identificado que estes têm rejeição a serem contatados pelo banco via telemarketing. Eles preferem que o canal de comunicação com o banco esteja disponível para que possam entrar em contato quando sentirem necessidade ou desejo de fazê-lo.

Com base na análise feita, verifica-se que os clientes preferem, como canal de comunicação com o banco, o(a)

- a) marketing ativo
- b) comunicação proativa
- c) marketing direto
- d) telemarketing receptivo
- e) marketing de resposta

6. (CESGRANRIO – Banco do Brasil – Escriturário – 2015)

Uma forma de aumentar o valor percebido pelos clientes nos serviços bancários é diminuir o conjunto de custos envolvidos na relação com os bancos.

Nesse sentido, durante o atendimento aos clientes nas agências bancárias, os funcionários devem dedicar-se a

- a) empurrar produtos, como seguro de vida, para os melhores clientes.
- b) explicar os aspectos dos serviços sob a ótica da instituição financeira.
- c) igualar os benefícios e os custos envolvidos no processo de compra.
- d) prestar um serviço com baixo valor percebido pelos correntistas.
- e) reduzir o dispêndio de tempo e a energia gasta pelos clientes.

7. (CESGRANRIO – Banco do Brasil – Escriturário – 2015)

A diretoria de um banco detectou que o maior problema de uma agência era a demora no atendimento aos clientes. O gerente da agência, então, determinou que os atendimentos aos clientes deveriam ser divididos em três etapas. A primeira etapa, a triagem, serviria para



direcionar o cliente ao local de atendimento correto e deveria ser cumprida em até três minutos. A segunda etapa, o atendimento direto, deveria ser feita em até dez minutos. Finalmente, se fosse necessária a interferência do gerente, o seu atendimento deveria ter a duração de, no máximo, doze minutos. A ideia era de que nenhum cliente gastasse mais do que vinte e cinco minutos dentro da agência e um grupo de funcionários munidos de cronômetros foi destacado para verificar se as tarefas eram executadas dentro dos prazos definidos.

A função desse grupo de funcionários é verificar a(o)

- a) qualidade técnica do serviço
- b) lacuna de serviço
- c) satisfação do cliente
- d) recuperação do serviço
- e) benchmarking

8. (CESPE – TRF – 1ª REGIÃO – Técnico Judiciário – 2017)

Eficácia no atendimento ao público significa atender às necessidades do cliente, fazendo o melhor uso dos recursos disponíveis na organização.

9. (CESPE – TRF – 1ª REGIÃO – Técnico Judiciário – 2017)

Antes de atender ligações telefônicas de clientes, o atendente deve esperar, no mínimo, trinta segundos, a fim de evitar que o cliente pense que o atendente esteja desocupado e, conseqüentemente, aumente sua demanda de solicitações.

10. (CESPE – TRF – 1ª REGIÃO – Técnico Judiciário – 2017)

Atendente que compartilha informações de um cliente com um colega atendente na frente de outras pessoas não atende aos parâmetros conduta e discrição e, por conseguinte, compromete a qualidade do atendimento.

11. (CESPE – FUB – Auxiliar em Administração – 2016)

Para o cliente, o atendente é a personificação da empresa e, assim, atendimento ruim pode ser interpretado como falha da empresa.

12. (CESPE – FUB – Auxiliar em Administração – 2016)



Nos casos de serviços complexos, recomenda-se que o atendimento ao usuário seja realizado de forma impessoal, se possível, por meio eletrônico.

13. (CESPE – FUB – Auxiliar em Administração – 2016)

O atendimento telefônico automatizado é um substituto eficiente para os atendimentos telefônicos convencionais: ele proporciona ao cliente o mesmo nível de satisfação e reduz os custos de operação da organização, sendo uma alternativa eficiente para atender a diferentes perfis de clientes.

14. (CESPE – FUB – Auxiliar em Administração – 2016)

Em uma compra, o cliente diferencia o produto adquirido e o atendimento recebido. Assim, mesmo que o atendimento seja avaliado como ruim, isso não afetará a avaliação do cliente em relação ao produto.

15. (CESPE – FUNPRESP-JUD – Assistente – 2016)

Atualmente a prestação de serviços no Brasil tornou-se um fator crítico para a administração pública, uma vez que os usuários dos serviços passaram a exigir maior qualidade no atendimento recebido nas instituições públicas.

16. (CESPE – DPU – Agente Administrativo – 2016)

A qualidade no atendimento é a totalidade de atributos e características que respondem às expectativas de determinado público. A respeito desse assunto, julgue o item subsequente.

A dimensão denominada presteza, demonstrada pela equipe da organização, consiste em acatar os problemas dos usuários do serviço e executar esse serviço para atender melhor aos interesses desses usuários.

17. (CESPE – DPU – Agente Administrativo – 2016)

A qualidade no atendimento é obtida com base essencialmente nos recursos da organização, desconsideradas as opiniões de clientes.

18. (CESPE – ANP – Analista Administrativo)

A valorização do servidor público como cliente interno é uma garantia ao cumprimento da missão da administração pública de atender com qualidade aos seus clientes externos.

19. (CESPE – MTE – Agente Administrativo)



A qualidade do atendimento ao público fundamenta-se na prestação da informação correta, na cortesia do atendimento, na brevidade da resposta e na adequação do ambiente para a realização do atendimento.

20. (FCC – SANASA Campinas – Assistente Administrativo – 2019)

O profissional de atendimento ao cliente que possui um comportamento “não assertivo” age de forma

- a) provocadora.
- b) agressiva.
- c) passiva.
- d) diligente.
- e) pragmática.

21. (FCC – SANASA Campinas – Assistente Administrativo – 2019)

O início de uma conversa telefônica é marcado pelo tom de voz, sendo a primeira referência na comunicação. Portanto, ao iniciar uma conversa com o cliente, o profissional de call center deve falar

- a) em tom sibilante, para que o cliente sinta-se entusiasmado.
- b) em ritmo bem lento, para que o cliente não se sinta pressionado.
- c) em tom de indiferença, para que o cliente não se sinta ofendido.
- d) de forma mecânica, para que o cliente perceba profissionalismo.
- e) em ritmo compassado, para que o cliente consiga acompanhar.

22. (FCC – SANASA Campinas – Assistente Administrativo – 2019)

Logo após atender prontamente a chamada telefônica em um call center para atendimento ao cliente, o procedimento mais adequado do atendente deve ser

- a) cumprimentar e solicitar o nome e o CPF do interlocutor.
- b) cumprimentar o interlocutor e perguntar qual é a sua reclamação.
- c) identificar a empresa, dizer o seu nome e cumprimentar o interlocutor.



- d) pronunciar a expressão “em que posso ser útil”.
- e) indicar que esta ligação pode ser gravada e que gerará um número de protocolo.

23. (FCC – SANASA Campinas – Assistente Administrativo – 2019)

No atendimento telefônico, procura-se demonstrar uma imagem profissional, integrando-se ao conjunto de serviços oferecidos pela empresa. Uma atitude indispensável durante o atendimento é “agir de forma receptiva”, que compreende em

- a) moderar o cliente cessando a conversa sempre que necessário para explicar as normas da empresa.
- b) personalizar o atendimento ao pronunciar o nome do cliente valendo-se de expressões no diminutivo para suavizar a conversa.
- c) ouvir o cliente e responder automaticamente às suas dúvidas utilizando-se de termos técnicos para melhorar o nível de esclarecimento.
- d) responder às dúvidas mais ordinárias dos clientes como se as estivesse respondendo pela primeira vez.
- e) manifestar comportamento ético na conversação e realizar promessas, mesmo que difíceis de serem cumpridas, para confortar o cliente.

24. (FCC – SANASA Campinas – Assistente Administrativo – 2019)

Durante o atendimento a um cliente havendo a necessidade de anotar um recado, o operador de Call Center se deparou com uma situação na qual seria necessário confirmar o seu sobrenome, visto que o cliente possuía um sobrenome incomum. Nesse caso, para a confirmação, recomenda-se que o profissional de atendimento utilize-se de

- a) acuracidade auditiva.
- b) induções verbais.
- c) similaridades sonoras.
- d) deduções linguísticas.
- e) códigos fonéticos.

25. (FCC – SANASA Campinas – Assistente Administrativo – 2019)



Em algumas situações, os clientes ao telefone precisam ser colocados em espera. Nesses casos, quaisquer que sejam as circunstâncias, a primeira ação a ser tomada pelo atendente deve ser

- a) deixar o cliente na espera sem que ele perceba e atender prontamente assim que acionado.
- b) perguntar ao cliente se ele pode aguardar um momento.
- c) informar o cliente que o deixará aguardando por um momento.
- d) avisar o cliente que o transferirá para outro atendente.
- e) valer-se de criatividade para elaborar uma desculpa e 43tende43a-lo da espera.

26. (FCC – SANASA Campinas – Assistente Administrativo – 2019)

A insatisfação do cliente diante de um atendimento não correspondido pode ser entendida como frustração, a qual gera um estado de tensão e desequilíbrio. Dessa forma, quando um profissional de atendimento ao público se deparar com um cliente frustrado subitamente, que comece a reclamar em voz alta, a primeira providência a ser tomada deve ser

- a) escutar, sem interrupções, o que o cliente tem a dizer.
- b) compensar o cliente, imediatamente.
- c) chamar, prontamente, o seu supervisor.
- d) fornecer, para preenchimento, o formulário de satisfação do cliente.
- e) solicitar ao cliente que se acalme.

27. (FCC – SABESP – Atendente a Cliente 01 – 2018)

No atendimento a um cliente, ao utilizar as perguntas de confirmação, um atendente obtém um sistema de

- a) designação e instigação.
- b) compartilhamento e troca de emoções.
- c) troca justa e ordem.
- d) comando e ação.
- e) verificação e equilíbrio.

28. (FCC – SABESP – Atendente a Cliente 01 – 2018)



Quando os clientes contarem com informações incorretas sobre determinado produto ou serviço, o papel do profissional de atendimento é usar as habilidades que tem para ajuda-los a fazer as escolhas corretas, sem constrangimentos. Três modos corretos de fazer com que os clientes acertem nas suas escolhas são:

- a) não considerar o cliente culpado; procurar oportunidades para ensinar e incentivar o cliente.
- b) indicar o que o cliente deve fazer; trabalhar as objeções e desconfiar da primeira necessidade.
- c) aceitar a primeira proposta; oferecer descontos e indicar sempre o que é melhor para o cliente.
- d) ser simpático; fazer rapport e dizer o que o cliente deve comprar.
- e) desconfiar da necessidade aparente do cliente; sempre questionar e indicar ao cliente o produto que gera maior valor agregado para a empresa.

29. (FCC – SABESP – Atendente a Cliente 01 – 2018)

No processo de atendimento, os clientes não fazem distinção entre o atendente e a empresa. Para eles, o atendente é a empresa. Na interação com um cliente, o atendente utiliza as frases:

- I. Eu sinto muito por ter esperado.
- II. A política da empresa não permite.
- III. Eles não autorizam.
- IV. Posso ajudá-lo a alterar o seu cadastro.
- V. O sistema da empresa está fora do ar.

As frases que indicam que o atendente compreende e assume o seu papel como representante da empresa são:

- a) III e IV.
- b) II e III.
- c) II e V.
- d) I e V.
- e) I e IV.

30. (FCC – SABESP – Atendente a Cliente 01 – 2018)



Em um atendimento telefônico ao cliente, o atendente, ao procurar ou inserir dados em um sistema de computador, deve

- a) indicar ao cliente o que está fazendo, usando frases como, por exemplo, “Vou inserir esse dado no computador é Rua XXXX, nº 508”
- b) pedir desculpas e alertar o cliente sempre que o sistema estiver lento, solicitando que tenha paciência
- c) ficar em silêncio para se concentrar e inserir os dados de forma ágil e correta, sem alertar o cliente.
- d) solicitar ao cliente que aguarde enquanto insere seus dados no sistema e assim possa 45tendê-lo.
- e) colocar o cliente em espera, para que ele não ouça o som do teclado do computador.

31. (FCC – IF-RS – Auxiliar em Administração – 2016)

Assinale a alternativa que apresenta as palavras que preenchem CORRETAMENTE as lacunas, na ordem em que aparecem na frase abaixo.

Dentre os pecados do atendimento ao usuário de um serviço estão _____, _____ e _____.

- a) apatia - má vontade - frieza.
- b) frieza - paciência - robotismo.
- c) jogo de responsabilidade - desdém - apreço.
- d) frieza - robotismo - apreço.
- e) má vontade - apreço - jogo de responsabilidade.

32. (FGV – IBGE – Agente Censitário Operacional – 2019)

Em um órgão público, um cidadão dirige-se ao balcão de atendimento. O funcionário que o atende presta todas as informações solicitadas pelo cidadão, mas sem olhar para ele, tratando-o de maneira distante e formal, limitando-se a responder estritamente o que lhe é perguntado. Ao fim do atendimento, o cidadão demonstrou insatisfação.

Na situação descrita, o atendimento foi:



- a) adequado, pois a atenção no tratamento ao cidadão não é indispensável a um atendimento de qualidade;
- b) adequado, pois informar apenas o estritamente necessário caracteriza um atendimento efetivo;
- c) adequado, porque foi tempestivo e efetivo;
- d) inadequado, porque não foi nem tempestivo, nem suficiente;
- e) inadequado, porque o bom atendimento envolve prover as informações solicitadas e um bom tratamento.

33. (FGV – Banestes – Assistente Securitário – 2018)

Todo atendimento passa por momentos da verdade, que são os contatos entre o cliente e as empresas. Esses contatos são preciosos porque:

- a) são avaliados apenas nos primeiros momentos;
- b) criam as condições para que as objeções sejam vencidas;
- c) podem favorecer uma venda, se forem de boa qualidade;
- d) são construídos pelos profissionais de atendimento;
- e) podem ser uniformizados e replicados no momento da verdade.

34. (FGV – Banestes – Assistente Securitário – 2018)

Em vendas, o conhecimento dos produtos é fundamental por permitir que:

- a) o vendedor passe autoridade ao discorrer sobre o acúmulo de informações que ele detém;
- b) o comprador perceba a profundidade do conhecimento do vendedor;
- c) o comprador obtenha as informações técnicas que só o vendedor pode dar;
- d) o vendedor mostre segurança e habilidade para responder objeções;
- e) comprador e vendedor possam estar em equilíbrio com relação às informações.

35. (FGV – Banestes – Assistente Securitário – 2018)

Segundo Kotler “Os clientes de hoje são mais difíceis de agradar. São mais inteligentes, mais conscientes em relação aos preços, mais exigentes, perdoam menos e são abordados por mais



concorrentes com ofertas iguais ou melhores. O desafio... não é deixar os clientes satisfeitos; vários concorrentes podem fazer isso. O desafio é conquistar clientes fiéis”. (2000, p.68). Há vários aspectos que devem ser considerados para se conquistar e reter os clientes, como a cortesia no atendimento, o tempo de espera, a objetividade, a capacidade de solução dos problemas, a qualidade e o nível de conforto que as instalações possuem e vários outros. Na empresa, esses aspectos caracterizam:

- a) a qualidade no atendimento ao público;
- b) o cumprimento de objetivos definidos na missão da empresa;
- c) sua diferenciação dos concorrentes pelo preço do produto ou serviço;
- d) o foco nas características intrínsecas do produto ou serviço prestado;
- e) a necessidade de treinamento do pessoal para atender ao público interno.

36. (FGV – COMPESA – Assistente de Saneamento e Gestão – 2018)

Com relação ao atendimento telefônico ao cliente, analise as afirmativas a seguir.

- I. Convém o atendimento rápido à chamada, no máximo e idealmente, ao segundo toque do telefone.
- II. Não se deve usar frases negativas, como “não sabemos” ou “não podemos”.
- III. As informações devem ser prestadas de forma objetiva, apressando-se a finalização da chamada.

Está correto o que se afirma em

- a) I, apenas.
- b) II, apenas.
- c) III, apenas.
- d) I e II, apenas.
- e) I, II e III.

37. (FGV – Prefeitura de Salvador – BA – Técnico de Nível Médio I – Atendimento – 2017)

Assinale a opção que indica apenas as características essenciais a um bom atendimento.

- a) Carisma, atenção e sensibilidade.



- b) Cortesia, respeito e empatia.
- c) Beleza, carinho e atenção.
- d) Inteligência, respeito e sensibilidade.
- e) Cordialidade, sensibilidade e intimidade.

38. (FGV – Prefeitura de Salvador – BA – Técnico de Nível Médio I – Atendimento – 2017)

A qualidade do atendimento está intimamente ligada ao uso que fazemos da linguagem. A respeito da forma linguística, um bom atendimento ao público requer que usemos, preferencialmente,

- a) a norma padrão.
- b) gíria.
- c) a linguagem não verbal.
- d) um dialeto.
- e) uma linguagem coloquial.

39. (VUNESP – VALIPREV-SP – Agente Administrativo – 2020)

A charge a seguir ilustra problemas no atendimento aos cidadãos.



Caso houvesse a busca pela excelência no atendimento ao cidadão, seriam considerados os seguintes aspectos:

- a) o cidadão atendido em sua demanda; prazer em ajudá-lo; empatia e cordialidade.
- b) a rapidez e assertividade do atendimento; pessoalidade e informalidade.

- c) padronização e impessoalidade; formalismo e clareza e frieza na comunicação.
- d) padrões e processos; impessoalidade; rapidez; omissão e clareza.
- e) confiança e respeito ao cidadão; rapidez, padronização e robotização na fala.

40. (VUNESP – IPREMM-SP – Agente Municipal – 2019)

Assinale a alternativa que contempla um procedimento correto no atendimento de telefone.

- a) Utilize sempre termos técnicos, pois as pessoas de fora de sua área, mesmo não entendendo, irão valorizar seu atendimento.
- b) As ligações que caírem no seu ramal, por engano, devem ser atendidas rapidamente, sem qualquer tratamento especial.
- c) Ao atender, diga sempre “Alô”, pois trata-se de forma universal de saudação.
- d) Não utilize gírias, porém, tratamentos pessoais como querida, amor, benzinho etc. podem ser utilizados normalmente.
- e) Fale de maneira natural e clara, somente o necessário, evitando a utilização do telefone para fins pessoais.

41. (VUNESP – Prefeitura de Campinas-SP – Agente Administrativo – 2019)

Uma das principais regras a serem aplicadas para a obtenção de um atendimento profissional exemplar é a de atender, com excelência e prontidão,

- a) o cliente externo, quando for pessoa de alto nível.
- b) principal e exclusivamente, o cliente externo.
- c) o cliente interno, desde que tenha prestígio na instituição.
- d) o cliente interno e o cliente externo, igualmente.
- e) o cliente interno, desde que seja solicitado e recomendado pelos superiores.

42. (VUNESP – Prefeitura de Campinas-SP – Agente Administrativo – 2019)

No cotidiano de suas atividades, pode ocorrer de o atendente ouvir alguma informação confidencial. Assim, é fundamental que o atendente tenha atitudes

- a) intencionais.



- b) intempestivas.
- c) cordiais.
- d) estratégicas.
- e) éticas.

43. (VUNESP – Prefeitura de Itapevi-SP – Atendente de Telecomunicações – 2019)

Regina, atendente de telecomunicações, sabe o quanto é importante agir com atitudes positivas diante de crises, demonstrando um comportamento maduro e não conflituoso. Esta habilidade refere-se ao relacionamento

- a) intrapessoal.
- b) hiperpessoal.
- c) transpessoal.
- d) interpessoal.
- e) impessoal.

44. (VUNESP – Prefeitura de Itapevi-SP – Atendente de Telecomunicações – 2019)

O atendente de telecomunicações deve saber da importância de estabelecer uma atmosfera positiva no relacionamento com o público. Interfere na manutenção de tal atmosfera:

- a) empenhar-se em esclarecer as dúvidas do cliente.
- b) manter a postura receptiva e não a defensiva.
- c) atender mecanicamente, desconsiderando o ponto de vista do cliente.
- d) demonstrar empenho na resolução do caso.
- e) cumprir com o que se comprometeu a fazer.

45. (VUNESP – Prefeitura de Itapevi-SP – Atendente de Telecomunicações – 2019)

Um fator importante no atendimento é a habilidade de se colocar no lugar do outro, a fim de compreender seus anseios e necessidades. Tal habilidade é conhecida como

- a) empatia.



- b) simpatia.
- c) parceria.
- d) sinergia.
- e) apatia.

46. (VUNESP – Prefeitura de Itapevi-SP – Atendente de Telecomunicações – 2019)

Nas conversas telefônicas, é importante demonstrar uma atitude positiva e profissional. A esse respeito, assinale a alternativa que indica a ação para esse tipo de atitude.

- a) Transmitir segurança.
- b) Prometer solucionar o problema.
- c) Manter um diálogo informal.
- d) Demonstrar impaciência.
- e) Expressar-se de forma prolixa.

47. (VUNESP – Prefeitura de Itapevi-SP – Atendente de Telecomunicações – 2019)

Com relação ao atendimento ao público, é de fundamental importância que algumas regras sejam observadas. Assinale a alternativa que aponta a regra correta para esse atendimento.

- a) Ser discreto, mantendo a privacidade da instituição e do cliente.
- b) No caso de clientes difíceis, atender estabelecendo juízo de valor, considerando a hierarquia.
- c) Elaborar respostas rápidas mesmo não entendendo o que o cliente quer dizer.
- d) Ao fornecer uma informação equivocada, evitar assumir a falha junto ao cliente.
- e) Em caso de reclamações improcedentes, agir com rigidez.

48. (VUNESP – Prefeitura de Itapevi-SP – Atendente de Telecomunicações – 2019)

Educação, cordialidade e gentileza são fatores fundamentais no atendimento telefônico. A esse respeito, assinale a alternativa com a orientação que atende adequadamente a esses quesitos.

- a) Atenda rapidamente e informe que “não tem ninguém no setor”.
- b) Caso necessário, não aborreça o cliente solicitando que ele repita ou fale um pouco mais alto.



- c) Se o cliente fizer críticas à instituição, tenha uma atitude de defesa prévia, entrecortando a sua fala.
- d) Manifeste comportamento ético na conversação e evite promessas que não poderão ser cumpridas.
- e) Para uma maior proximidade com o cliente, utilize o tratamento “você”.

49. (VUNESP – UFABC – Assistente em Administração – 2019)

Uma das características mais importantes do perfil de pessoas que atendem ao público é se colocar verdadeiramente no lugar da pessoa que está sendo atendida e fazer com que ela saiba que isso é real, verdadeiro. Esse sentimento é chamado de

- a) proatividade.
- b) carinho.
- c) simpatia.
- d) empatia.
- e) respeito.

50. (VUNESP – Câmara de Olímpia-SP – Telefonista – 2018)

Para quem trabalha com atendimento telefônico, educação, cordialidade e gentileza são normas básicas para conseguir atingir seus objetivos. Um dos princípios básicos desse atendimento consiste em

- a) demonstrar simpatia conversando animadamente com os interlocutores.
- b) responder à altura, de forma firme e segura, quando ouvir queixas ou reclamações.
- c) fornecer informações sobre a empresa, a fim de demonstrar sua competência.
- d) ouvir sempre com atenção e boa vontade o que o interlocutor tem a dizer.
- e) atender rapidamente sem se ater às solicitações ou aos questionamentos.

51. (VUNESP – Câmara de Olímpia-SP – Telefonista – 2018)

Aspectos como tempo de espera, cortesia, adequação e capacidade de resolução dos problemas, bem como aspectos ambientais, como limpeza, temperatura, decoração e organização do local são importantes características



- a) da terceirização de serviços.
- b) da qualidade no atendimento ao público.
- c) da resolução de problemas do público interno.
- d) de uma área com pessoas gentis e educadas.
- e) da apresentação de relatórios aos gestores.

52. (VUNESP – Câmara de Indaiatuba-SP – Agente Administrativo – 2018)

A qualidade do serviço de atendimento ao público apresenta-se como um desafio que parece exigir aprimoramentos constantes. O atendimento ao público, interno ou externo, é um serviço complexo, de múltiplas facetas e sua simplicidade é apenas aparente. Um dos aspectos primeiros e essenciais para a prestação de um atendimento com qualidade é

- a) a atitude de concordância na realização de tudo o que é solicitado pelo cliente.
- b) a preocupação em vestir-se formalmente, com esmero e qualidade.
- c) o interesse pelas solicitações, esquivando-se sabiamente das reclamações.
- d) a compreensão das necessidades do cliente, a percepção e a empatia.
- e) a facilidade de travar longos diálogos, conquistando a confiança do cliente.





GABARITO

GABARITO

- | | | |
|-------------|-------------|-------------|
| 1. Letra C | 19. CORRETA | 37. Letra B |
| 2. Letra E | 20. Letra C | 38. Letra A |
| 3. Letra D | 21. Letra E | 39. Letra A |
| 4. Letra B | 22. Letra C | 40. Letra E |
| 5. Letra D | 23. Letra D | 41. Letra D |
| 6. Letra E | 24. Letra E | 42. Letra E |
| 7. Letra A | 25. Letra B | 43. Letra D |
| 8. ERRADA | 26. Letra A | 44. Letra C |
| 9. ERRADA | 27. Letra E | 45. Letra A |
| 10. CORRETA | 28. Letra A | 46. Letra A |
| 11. CORRETA | 29. Letra E | 47. Letra A |
| 12. ERRADA | 30. Letra A | 48. Letra D |
| 13. ERRADA | 31. Letra A | 49. Letra D |
| 14. ERRADA | 32. Letra E | 50. Letra D |
| 15. CORRETA | 33. Letra C | 51. Letra B |
| 16. ERRADA | 34. Letra D | 52. Letra D |
| 17. ERRADA | 35. Letra A | |
| 18. CORRETA | 36. Letra D | |



Referências Bibliográficas

BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor**. / Brasília, Diário Oficial da União: 1990.

BRASIL. Decreto n.º 9.094 de 17 de julho de 2017.

BRASIL. **Manual de Ouvidoria Pública**. / Brasília, Ministério da Transparência e Controladoria-Geral da União: 2018.

BRASIL. **NR 17 - NORMA REGULAMENTADORA 17**. / Portaria Secretaria de Inspeção do Trabalho/Departamento de Segurança e Saúde no Trabalho n.9 de 30 de março de 2007. Disponível em: <http://www.normaslegais.com.br/legislacao/portariasstg_2007.htm>

COSTA, Ariana de Sousa Carvalho, SANTANA, Lídia Chagas de, TRIGO, Antônio Carrera. **Qualidade no atendimento ao cliente: um grande diferencial competitivo para as organizações**. / Revista de Iniciação Científica. v.2, n.2. Salvador, Faculdade Visconde de Cairu: 2015.

DANTAS, Edmundo Brandão. **Gestão da informação sobre a satisfação de consumidores e clientes: condição primordial na orientação para o mercado**. / São Paulo, Atlas: 2014.

DIAS, Géssica Santos. **Atendimento ao cliente: um estudo de caso no setor de pós venda da contorno veículos. [monografia]** / São Cristóvão, Universidade Federal de Sergipe: 2017.

DOMINGUEZ, Sigfried Vasques. **O valor percebido como elemento estratégico para obter a lealdade dos clientes**. / v.7, n.4. São Paulo, Caderno de Pesquisas em Administração: 2000.

FERNANDES, Walberto. **Excelência no atendimento ao cliente: um livro para todos os profissionais de atendimento**. Salto, Schoba: 2010.

FIGUEIREDO NETO, Leonardo Francisco, SAUER, Leandro, BORGES, Gerusa Rodrigues Cruvinel, BELIZÁRIO, Jaqueline Bortoleto. **Método servqual: um estudo de satisfação em uma escola de idiomas**. / Bauru, XIII SIMPEP: 2006.

GADELHA, José Façanha. **Uma avaliação do atendimento ao cliente na prestação de serviços com base na norma NBR ISO 9004-2: um estudo de caso. [Dissertação de mestrado]** / Florianópolis, Universidade Federal de Santa Catarina: 2002.

GEROMEL, Nelson. **Telemarketing e atendimento a clientes**. / Geronet Services: apostilas, cursos, e-books, manuais e tutorias.

HOFFMANN, Adriano Silvério. **A percepção da qualidade na prestação de serviços públicos: estudo de caso da Niterói terminais rodoviários – niter**. [dissertação de mestrado] / Rio de Janeiro, Universidade Estácio de Sá: 2006.

IBC COACHING. **Entenda a diferença entre cliente e consumidor**. / Disponível em: <<https://www.ibccoaching.com.br/portal/entenda-diferenca-entre-cliente-e-consumidor/>>



IGNÁCIO, P. S. A. JÚNIOR, O. F. L. **Medição do desempenho em serviços: avaliação dos fatores críticos de sucesso.** XXIV Encontro Nac. de Eng. de Produção - Florianópolis, SC, Brasil, 03 a 05 de nov de 2004.

JOB, J. ALBA, G. R. RECKZIEGEL, A. HENRIQUES, A. C. V. SCHEFFER, A. B. B. **Os Empregados de Linha de Frente no Ambiente de Serviços: Paradoxos, Conflitos e Ambiguidades.** Revista Gestão.Org, v. 11, n. 3, 2013.

KOTLER, Philip, KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing.** [Tradução: Sônia Midori Yamamoto] / 14ª edição. São Paulo, Pearson Education do Brasil: 2012.

LARÁN, Juliano Aita, ESPINOZA, Francine da Silveira. **Consumidores satisfeitos, e então? Analisando a satisfação como antecedentes da lealdade.** / v.8, n. 2. RAC: 2004.

LIMA, Ana Paula de Freitas Andrade, ZOTES, Luiz Perez. **Marketing: gestão do relacionamento com o cliente.** / I Simpósio Internacional de Ciências Integradas da UNAERP Campus Guarujá.

MARTINS, Petrônio G. LAUGENI, Fernando P. **Administração da produção fácil.** 1ª edição. São Paulo, Saraiva: 2012. p.246

MICHAELIS. **Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa.**

MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO AMAPÁ. **Excelência no atendimento ao cidadão: boas práticas no serviço público.** / Macapá, Centro de Apoio Operacional da Cidadania: 2017.

MONTEIRO, Eliezer Nicolau Rodrigues. **Qualidade no atendimento ao cliente: um estudo de caso da Paracatu Auto Peças Ltda – Paracatu/MG. [monografia]** / Paracatu, Faculdade Tecsoma: 2011.

MÖRS, Cristiane Bahia, LARENTIS, Fabiano, MOTTA, Marta Elisete Ventura da. **Relacionamento com clientes como diferencial competitivo: práticas de um hotel de Porto Alegre.** / XVI Mostra de Iniciação Científica, Pós-graduação, Pesquisa e Extensão. Universidade de Caxias do Sul: 2016.

NORAT, Markus Samuel Leite. **O conceito de consumidor no direito: uma comparação entre as teorias finalista, maximalista e mista.** / 2011.

OLIVEIRA, Simone, REZENDE, Marcello Santos, BRITO, Jussara. **Saberes e estratégias dos operadores de telemarketing frente às adversidades do trabalho.** / v.31, n.114. São Paulo, Revista Brasileira de Saúde Ocupacional: 2006.

PAIXÃO, Mônica Tanús. **Arbitragem: alternativa eficaz de solução dos conflitos.** [Tese de mestrado] / Brasília, Universidade Federal de Pernambuco: 2002.

PENA, M. M. SILVA, E. M. S. TRONCHIN, D. M. R. MELLEITO, M. M. **O emprego do modelo de qualidade de Parasuraman, Zeithaml e Berry em serviços de saúde.** Rev Esc Enferm USP.

RAMUSKI, Carmen Lidia. **Atendimento ao cliente trade: um estudo de caso de atendimento ao cliente intermediário. [dissertação de mestrado]** / São Paulo, Fundação Getúlio Vargas: 1997.

Rotondaro, R.G.; CARVALHO, M. M. in: Qualidade em Serviços. CARVALHO, M. M.; PALADINI, E.P. (Org.) Gestão da Qualidade: Teoria e Casos. Rio de Janeiro: Editora Campus/ Elsevier, 2005, 355



SANTOS, Julio Cesar S. **Qualidade no atendimento ao cliente.** / São Paulo, Clube dos Autores: 2001.

SALDANHA, Maisa Machado. **Mediação e ouvidoria: um novo paradigma para o tratamento dos conflitos.** / Ijuí, GT 2 Comunicações Científicas: Usos das Mídias e Tecnologias na Educação do II Encontro de Educomunicação da Região Sul: 2013.

SALIBY, Paulo Eduardo. **Relacionamento: o novo marketing da nova era competitiva.** / v.4, n.3. RAE Light, Tecnologias de gestão. São Paulo, FGV: 1997.

SILVA, Fábio Gomes da, AZEVEDO, José Eduardo. **In: Gestão do relacionamento com o cliente.** / 3ª edição. Cengage Learning: 2016.

SILVA, Livia Vergara da. **Análise de satisfação dos clientes da academia atitude.** / v.2, n.1. Revista Eletrônica Estácio Papirus: 2015.

TANI, Zuleica Ramos. **Atendimento ao público.** / 1ª edição. São Paulo, Érica: 2018.

TONI, Deonir de, MAZZON, José Afonso. **Teste de um modelo teórico sobre o valor percebido do preço de um produto.** / v.49, n.3. São Paulo, R. Adm: 2014.

VIEIRA, Valter Afonso. **A lealdade no ambiente de varejo virtual: proposta e teste de um modelo teórico. [dissertação de mestrado]** / Porto Alegre, Universidade Federal do Rio Grande do Sul: 2006.



ESSA LEI TODO MUNDO CONHECE: PIRATARIA É CRIME.

Mas é sempre bom revisar o porquê e como você pode ser prejudicado com essa prática.



1 Professor investe seu tempo para elaborar os cursos e o site os coloca à venda.



2 Pirata divulga ilicitamente (grupos de rateio), utilizando-se do anonimato, nomes falsos ou laranjas (geralmente o pirata se anuncia como formador de "grupos solidários" de rateio que não visam lucro).



3 Pirata cria alunos fake praticando falsidade ideológica, comprando cursos do site em nome de pessoas aleatórias (usando nome, CPF, endereço e telefone de terceiros sem autorização).



4 Pirata compra, muitas vezes, clonando cartões de crédito (por vezes o sistema anti-fraude não consegue identificar o golpe a tempo).



5 Pirata fere os Termos de Uso, adultera as aulas e retira a identificação dos arquivos PDF (justamente porque a atividade é ilegal e ele não quer que seus fakes sejam identificados).



6 Pirata revende as aulas protegidas por direitos autorais, praticando concorrência desleal e em flagrante desrespeito à Lei de Direitos Autorais (Lei 9.610/98).



7 Concurseiro(a) desinformado participa de rateio, achando que nada disso está acontecendo e esperando se tornar servidor público para exigir o cumprimento das leis.



8 O professor que elaborou o curso não ganha nada, o site não recebe nada, e a pessoa que praticou todos os ilícitos anteriores (pirata) fica com o lucro.



Deixando de lado esse mar de sujeira, aproveitamos para agradecer a todos que adquirem os cursos honestamente e permitem que o site continue existindo.