

PROGRAMA MATCH – MASTERTECH

Aluno: Luiz Antonio Gomes de Matos

E-mail: luiz_agm@hotmail.com

Turma: Julho/2023

Projeto Final: Conclusão da Trilha Fundamentos de Tecnologia e Atendimento ao Cliente

Tema escolhido:

Projeto 3: Elaboração de Manual de Boas Práticas de Comunicação com Clientes

- Criar um manual com diretrizes e melhores práticas de comunicação para os colaboradores no atendimento aos clientes de uma empresa real ou fictícia.

Manual de Comunicação para Funcionários da Empresa

“Fictícia Ltda.”

1. INTRODUÇÃO

2. DEFINIÇÕES DOS PRINCÍPIOS DE COMUNICAÇÃO

3. DIÁLOGOS DE COMUNICAÇÃO COM CLIENTES

4. SCRIPTS DE COMUNICAÇÃO COM CLIENTES

5. ESTRATÉGIAS PARA LIDAR COM RECLAMAÇÕES E RESOLVER CONFLITOS

6. ESTUDOS DE CASO E INSIGHTS DE PROFISSIONAIS EXPERIENTES

7. CONCLUSÃO

1. INTRODUÇÃO.

Nós da empresa “Fictícia Ltda.”, temos como objetivo nos tornar maior plataforma de e-commerce com alcance nacional, para tanto precisamos garantir uma ótima qualidade de comunicação com nossos clientes. Por isso convidamos você, nosso estimado funcionário a ler com atenção este manual que foi projetado para guiar todos nossos funcionários ao conhecimento das melhores práticas de comunicação de alta qualidade, de forma eficaz e profissional durante o atendimento.

Esperamos equipá-los(as) com as ferramentas e conhecimentos necessários para interações positivas e produtivas com nossos clientes, representando assim a empresa da melhor maneira possível.

Utilize-o como guia em suas interações diárias e sempre busque excelência em seu atendimento.

Juntos, podemos fortalecer a imagem da empresa e garantir que nossos clientes tenham sempre as melhores experiências conosco.

2. DEFINIÇÃO DOS PRINCÍPIOS DE COMUNICAÇÃO.

Estes princípios formam a base para uma comunicação eficaz, garantindo que a mensagem seja transmitida e compreendida da maneira desejada.

- Clareza: *Expressar-se de maneira simples e direta, evitando jargões.*

Exemplo: Em vez de dizer "Procederemos com a implementação das modalidades previstas no protocolo", é mais claro dizer "Vamos começar as etapas listadas no guia".

- Concisão: *Transmitir a mensagem de forma breve, evitando informações desnecessárias.*

Exemplo: Ao invés de "Devido ao fato de que nosso sistema está passando por atualizações, poderemos enfrentar algumas interrupções", diga simplesmente "Nosso sistema está sendo atualizado e pode haver interrupções".

- Empatia: *Colocar-se no lugar do outro, entendendo suas necessidades e sentimentos.*

Exemplo: Cliente: "Estou frustrado porque meu pedido ainda não chegou."
Resposta: "Entendo sua frustração e lamento o atraso. Vamos resolver isso."

- Feedback construtivo: *Oferecer resposta que seja útil e positiva, mesmo que seja uma crítica.*

Exemplo: Em vez de dizer "Você fez isso errado", é mais construtivo dizer "Uma abordagem diferente poderia funcionar melhor aqui".

- Atenção e escuta ativa: *Estar presente e focado durante a comunicação, evitando distrações.*

Exemplo: Se um cliente está falando sobre uma preocupação, não olhe para o telefone ou interrompa. Em vez disso, faça contato visual e escute atentamente.

- Assertividade: *Expressar-se de forma clara e confiante, sem ser agressivo.*

Exemplo: Em vez de dizer "Você precisa fazer isso agora", diga "Seria útil se isso fosse feito o quanto antes".

- Consistência: *Manter a mesma informação em todas as formas de comunicação.*

Exemplo: Se uma promoção é anunciada como "30% de desconto" em um flyer, ela não deve ser referida como "25% de desconto" em um e-mail.

- Adaptação: *Ajustar a forma de comunicação com base no público ou situação.*

Exemplo: Ao explicar um conceito técnico, você pode usar jargões com um especialista, mas para um leigo, seria melhor usar linguagem simples e analogias.

- Feedback recíproco: *Encorajar a outra parte a responder ou dar sua opinião, criando uma comunicação bidirecional.*

Exemplo: Após apresentar uma ideia em uma reunião, pergunte: "O que todos pensam sobre isso?"

3. DIÁLOGOS DE COMUNICAÇÃO COM CLIENTES.

O diálogo com os clientes é uma parte crucial de qualquer negócio. Não se trata apenas de comunicar-se, mas de construir e manter relacionamentos, entender as necessidades e preocupações dos clientes e fornecer soluções ou melhorias com base no feedback recebido. Abordar o diálogo com os clientes de forma eficaz pode levar a uma maior satisfação do cliente, lealdade à marca e ao sucesso contínuo de um negócio.

Veremos a seguir alguns exemplos de diálogos eficazes:

- Cliente: "Estou insatisfeito com o produto que recebi."

Funcionário: "Lamento ouvir isso. Vamos resolver isso juntos. Pode me dizer o que exatamente desagradou?"

- Cliente: "Quero saber mais sobre este serviço."

Funcionário: "Vou explicar todos os detalhes para você."

- Cliente: "Não quero mais continuar com a assinatura."

Funcionário: "Entendo. Posso perguntar o motivo da sua decisão?"

- Cliente: "Por que meu pedido está atrasado?"

Funcionário: "Peço desculpas pelo atraso. Vou verificar o status do seu pedido imediatamente."

- Cliente: "Não consigo acessar minha conta."

Funcionário: "Sinto muito por isso. Vamos resolver isso juntos."

- Cliente: "Este item está mais caro do que no site!"

Funcionário: "Vamos verificar isso. Às vezes, pode haver discrepâncias, mas faremos o possível para honrar o preço mais baixo."

- Cliente: "Onde posso encontrar informações sobre a garantia?"

Funcionário: "Todas as informações sobre garantia estão no manual do produto e em nosso site."

4. SCRIPTS DE COMUNICAÇÃO COM CLIENTES.

Scripts de comunicação são guias pré-escritos para interações verbais ou escritas. Eles são projetados para ajudar a transmitir mensagens de maneira clara, consistente e eficaz. Eles podem ser estruturados como perguntas e respostas, passos a seguir ou uma combinação de ambos.

O objetivo principal de um script de comunicação é garantir que a mensagem ou informação seja apresentada de maneira padronizada, minimizando variações ou mal-entendidos. No entanto, é essencial que os scripts sejam usados como guias e não como leituras rígidas, permitindo que o comunicador adapte a conversa com base na situação específica.

Exemplos de Scripts de comunicação:

- "Olá, meu nome é [Nome]. Como posso auxiliá-lo hoje?"
- "Lamentamos qualquer inconveniente. Vamos encontrar uma solução agora."
- "Agradecemos por escolher a Empresa Fictícia. Sempre buscamos melhorar para você."
- "Seu feedback é valioso. Vamos levar sua opinião em consideração."
- "Obrigado por esperar. Verifiquei o problema e..."
- "Agradeço pelo seu feedback. Isso nos ajuda a melhorar."
- "Entendo sua preocupação. Vou fazer o meu melhor para ajudá-lo."
- "Agradeço por sua paciência. Estou verificando isso para você agora."
- "Lamentamos qualquer inconveniente. Vamos resolver isso imediatamente."

Ao usar scripts de comunicação, é crucial que o comunicador mantenha a naturalidade e a empatia, evitando parecer robótico ou desinteressado. O script é uma ferramenta, mas a eficácia real da comunicação dependerá da habilidade do comunicador em conectar-se genuinamente com o interlocutor.

5. ESTRATÉGIAS PARA LIDAR COM RECLAMAÇÕES E RESOLVER CONFLITOS.

Lidar com reclamações e conflitos pode ser desafiador, mas abordá-los de maneira proativa e construtiva fortalecerá o relacionamento com o cliente e aprimorará a reputação da empresa ou serviço no longo prazo.

Podemos seguir algumas estratégias para lidar com a situação da melhor maneira possível, são elas:

- Mantenha a Calma: *Em face de uma reclamação ou conflito, é vital manter a calma e não reagir emocionalmente. Isto ajuda a manter a situação sob controle e a abordar o problema de forma construtiva.*

- Ouçá Atentamente: *Antes de responder, é essencial ouvir completamente o que a outra parte tem a dizer. Isso demonstra respeito e ajuda a entender a raiz do problema.*

- Valide os Sentimentos do Cliente: *Mesmo que você não concorde com a queixa, é importante reconhecer e validar os sentimentos do cliente. Frases como "Entendo por que você se sente assim" podem ser úteis.*

- Peça Desculpas: *Independentemente de quem está certo ou errado, pedir desculpas pelo inconveniente ou pelo sentimento do cliente pode acalmar a situação.*

- Forneça Soluções: *Sempre tente oferecer uma solução para o problema. Se você não puder resolver imediatamente, assegure ao cliente que tomará medidas para abordá-lo.*

- Evite a Linguagem Negativa: *Palavras como "não posso" ou "não faço" podem inflamar a situação. Em vez disso, tente "Vou verificar o que posso fazer" ou "Vamos encontrar uma solução".*

- Seja Transparente: *Se ocorreu um erro da sua parte ou da empresa, admita-o. A honestidade pode ajudar a reconstruir a confiança.*

- Defina Limites Claros: Enquanto você deseja ajudar o cliente, é importante definir limites claros para evitar abusos ou expectativas irrealistas.

- Solicite Feedback: Após resolver o problema, peça feedback ao cliente sobre como você ou a empresa poderiam ter lidado melhor com a situação. Isso demonstra que você se preocupa em melhorar.

- Revise e Aprenda: Após cada conflito ou reclamação, reserve um momento para revisar o que aconteceu e identificar áreas de melhoria. Isso ajudará a evitar problemas semelhantes no futuro.

6 - Estudos de Caso e Insights de Profissionais Experientes.

Estudos de caso.

Existem muitos estudos de caso sobre a importância da qualidade da comunicação com os clientes. Citaremos a seguir alguns deles:

Segundo o estudo de caso - A COMUNICAÇÃO E SUA RELAÇÃO COM A SATISFAÇÃO DO CLIENTE: UM ESTUDO DE CASO EM UMA EMPRESA DO RAMO DE DESENVOLVIMENTO DE SISTEMAS, disponível em

<https://revistauniversitas.inf.br/index.php/UNIVERSITAS/article/viewFile/17/3>

“Pode-se concluir, por meio do estudo realizado, que a comunicação é uma ferramenta de grande importância para as organizações, pois se enquadra como fator básico para o contato e relacionamento com o cliente, auxiliando na identificação e compreensão de seus desejos, necessidades e expectativas. Além disso, é essencial, no âmbito interno da empresa, auxiliando na troca de informações relevantes ao desenvolvimento das atividades diárias. Analisando o cenário da empresa em estudo, fica evidente a deficiência nesta área, necessitando melhorias para que os serviços e atendimentos prestados sejam executados de forma correta e com qualidade, garantindo a satisfação dos clientes”.

O estudo de caso: ATENDIMENTO AO CLIENTE: Um Estudo de Caso na Faculdade São Luís de França. Disponível em:

https://portal.fslf.edu.br/wp-content/uploads/2016/12/Mariziestela_de_Jesus.pdf

Nos traz a seguinte observação feita em 2009, mas que ainda cabe nos dias de hoje.

“Diante dos avanços tecnológicos capazes de exclusão do mercado, a palavra competitividade assusta, pois para sobreviver é necessário um diferencial que possa aumentar suas possibilidades, em valorizar o acadêmico através de sua capacitação profissional, buscando cada vez mais a especialização, haja vista o seu marketing exigir boa representação, em especial o assunto ao qual me reporto no Relatório “Atendimento ao Cliente” questão fundamental para obtenção do sucesso da faculdade se for realizado com qualidade de excelência, digo conhecendo sua clientela e suas reais necessidades diante do produto oferecido, claro e evidente vendendo seu produto atendendo às expectativas dos clientes.”

Já o estudo de caso: A ORGANIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO COMO APOIO AO PROCESSO ORGANIZACIONAL DE ATENDIMENTO AO CLIENTE NO ÂMBITO DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO: UM ESTUDO DE CASO NUMA EMPRESA DE MÉDIO PORTE. Disponível em:

<https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/44662>

Diz em sua conclusão que:

“... pode-se considerar que a organização das informações colaborou para mudança de comportamento dos analistas acerca das tratativas dadas nos processos resolutivos de atendimento ao cliente, o que deixa evidente a necessidade da continuidade do processo de gestão da informação para tomada de decisões convictas...”

Insights:

Muitos profissionais experientes têm compartilhado insights ao longo dos anos. Aqui estão alguns insights derivados das palavras e ensinamentos de profissionais renomados na área que destacam a importância da comunicação eficaz e do foco no cliente em todos os aspectos de um negócio.

"Ouça mais do que fale." - *Richard Branson, fundador da Virgin Group.*

O ato de ouvir é fundamental para entender realmente as necessidades e preocupações dos clientes.

"Concentre-se no encantamento do cliente em todos os pontos de contato." - *Tony Hsieh, ex-CEO da Zappos.*

A experiência do cliente não se limita a uma única interação; cada ponto de contato é uma oportunidade para impressionar.

"Não encontre clientes para o seu produto, encontre produtos para seus clientes." - *Seth Godin, autor e especialista em marketing.*

Destaca a importância de priorizar as necessidades dos clientes em vez de simplesmente empurrar um produto ou serviço.

"Pessoas não compram o que você faz; elas compram por que você faz isso." - *Simon Sinek, autor e palestrante motivacional.*

Destaca a importância da missão e visão de uma empresa na comunicação com os clientes.

"O cliente não depende de nós. Nós é que dependemos dele." - *Mahatma Gandhi.*

Uma perspectiva que realça a dependência das empresas em relação aos seus clientes, incentivando um atendimento de excelência.

"Resolva o problema do seu cliente e você terá um cliente para a vida toda." - *Jay Abraham, especialista em estratégia de negócios.*

Resolver problemas e superar desafios em nome do cliente constrói confiança e lealdade.

"A melhor publicidade é feita por clientes satisfeitos." - *Philip Kotler, considerado o pai do marketing moderno.*

Uma experiência de cliente positiva não só retém clientes, mas também os transforma em defensores da marca.

"Na era digital, os clientes esperam que as marcas não só respondam às suas necessidades, mas antecipem-nas." - *Brad Rencher, especialista em marketing digital.*

A era da tecnologia trouxe consigo a expectativa de personalização e previsibilidade.

"Não espere que as coisas deem errado para descobrir que há um problema." - *Shep Hyken, especialista em experiência do cliente.*

A proatividade na identificação e resolução de possíveis problemas é crucial.

"Trate os clientes como se eles fossem convidados para uma festa e você fosse o anfitrião." *Jeff Bezos, fundador da Amazon.*

Destaca a importância de fazer com que os clientes se sintam valorizados e bem-vindos.

- Conclusão

“Numa palavra, a empresa terá de comunicar. Quanto mais eficaz for a sua política de comunicação, mais forte será a sua imagem e mais fáceis passarão a ser os diferentes atos da sua vida económica (...)” (Westphalen, 1998, p. 5).

A comunicação eficaz é a chave para a satisfação do cliente, o sucesso contínuo da nossa empresa e a base de qualquer transação empresarial. Ela ajuda a:

- Construir e manter relações com os clientes
- Reforçar a reputação da nossa marca
- Resolver problemas e abordar preocupações

Obrigado por se dedicar a manter os padrões de comunicação da empresa.

Sua dedicação é o que nos diferencia no mercado!