

10. Manutenção de Clientes

Olá, seja bem-vindo à última aula de nosso Curso de Técnicas de Vendas

Agora que já falamos sobre clientes, vendedores, técnicas utilizadas e a importância do marketing, vamos abordar um ponto fundamental

Este ponto se refere à manutenção de nossos clientes, ou seja, o que podemos fazer para reter sua confiança, e através desta fidelização, continuemos a vender para ele. Para fazer isto, precisamos trabalhar na melhoria do atendimento.

Melhorar o atendimento é criar uma cultura interna voltada para a resolução constante dos problemas do cliente.



Indica que existe preocupação em buscar um **relacionamento duradouro com o cliente** e, mais importante, que os clientes ainda procuram a empresa para **solucionar seus problemas**.

Com isto, os clientes mostram que confiam no vendedor como a melhor maneira de resolver qualquer questão relativa a seus produtos e serviços.

Preocupe-se bastante quando os clientes **desistirem de ligar** para a empresa, mesmo que seja para reclamar. Isso significa que perderam qualquer esperança em sua capacidade de atendê-los.

Nesse caso, você não só terá que pensar em como melhorar o atendimento ao cliente, mas **rever os processos** do seu trabalho como um todo.

Por mais que existam empresas maiores, que tenham setores específicos para o pós-vendas, e ele não seja realizado por vendedores, é de suma importância que você esteja familiarizado com estas técnicas.

Primeiro porque existem empresas que não tem estes setores ou profissionais exclusivos para esta função.

E segundo porque dominar estas técnicas o tornará mais capacitado, não só para exercer a função de vendas, como também para, eventualmente, gerenciar pessoas que possam fazer esta função.

Portanto, **enxergue o atendimento ao cliente como uma oportunidade de estar em contato novamente com seu público** e mostrar toda sua excelência e preocupação com ele.

Há empresas, inclusive, que aproveitam esses momentos para tentar vender mais alguma coisa. Mas isso demanda um **treinamento** muito bem feito e um **poder de percepção** bastante elevado da pessoa que faz o atendimento.

Podemos dizer que o atendimento ao cliente é o conjunto de todos os esforços da empresa para que seus clientes tenham acesso às pessoas certas para obterem as respostas que precisam, as informações que desejam, os serviços que procuram ou solucionarem seus problemas com rapidez e de forma satisfatória.



Não é pouca coisa! Por isso, para você entender melhor como melhorar o atendimento ao cliente, separamos algumas técnicas que podem ser usadas em diferentes momentos do atendimento:

10.1. Técnicas de Atendimento

1. Respondendo a solicitações e chamados

Assim que se recebe um chamado, deve-se deixar bem claro para o cliente toda determinação em resolver seu problema, seja ele qual for.

Não se deve tentar adivinhar o que ele precisa, muitas vezes temos um foco negativo. Não é preciso se apressar, devemos deixar o cliente falar.

Agora sim é a hora de fazer perguntas relativas à solicitação do cliente para entender melhor o que ele precisa.

Durante o desenrolar da conversa, é bom repetir o que o cliente diz, com outras palavras, para se certificar que entendeu bem o que foi relatado.

Sugestões de soluções que realmente funcionam são bem-vindas, orientando o cliente sobre o que deve ser feito.



Ao definir que procedimento tomar e instruir o cliente sobre as providências que serão solicitadas, nunca prometa algo que não se tem certeza se poderá ser mesmo cumprido.

Em casos de extrema importância no restabelecimento da normalidade de fornecimento, talvez seja preciso dar um retorno constante ao cliente do que está acontecendo e como está o andamento das providências, passo a passo, antecipando-se a um contato dele em busca dessas informações.

Há muitos casos em que o cliente quer apenas fazer um desabafo, ser ouvido atentamente, mesmo que tudo já esteja em ordem ou em andamento.

É interessante aproveitar para passar ao cliente um sentimento de confiança nas providências tomadas pela empresa.

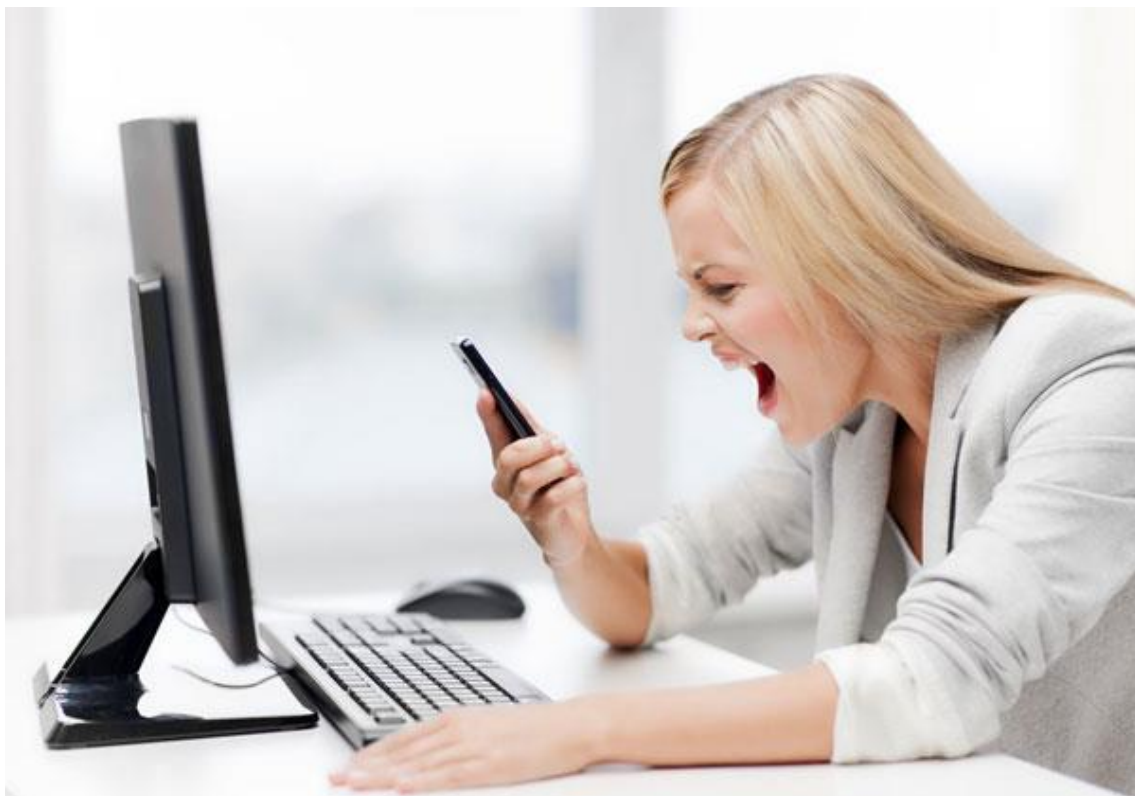
Nunca se deve tentar resolver rapidamente um problema para passar ao próximo atendimento, “fazer a fila andar”. O cliente percebe isso. É de suma importância mostrar comprometimento e atenção, sempre!

2. Atendendo reclamações

Inicialmente, deve-se concordar com o cliente nervoso, mostrando que estão juntos para resolver seu problema.

Não se deve ter receio de assumir erros e pedir desculpas.

Se o cliente começar a gritar, uma técnica é começar a falar um pouco mais baixo e demonstrar bastante calma. Normalmente isso pode fazê-lo mudar o tom de voz também.



Existe um período crítico para resolver a reclamação do cliente, entre 24 e 48 horas. Caso extrapole esse período, é preciso entrar em contato com ele, explicar o que ocorreu e quais as novas providências tomadas.

3. Colhendo Feedback

Ao final de cada chamado é preciso perguntar ao cliente se suas solicitações foram plenamente resolvidas, como classifica aquele atendimento e pedir sugestões de como servi-lo melhor.

Depois, é preciso informar aos clientes como vai usar essas informações e como esses dados serão revertidos em ações concretas.

Use as informações colhidas para aferir resultados, identificar lacunas no atendimento e prover as melhorias adequadas de forma prática e objetiva.

4. Cultivando o relacionamento

Pense em seus clientes a longo prazo. Conquistar um cliente é muito mais caro que manter um.

No decorrer de seu relacionamento, seu cliente vai trazer muitas oportunidades para a empresa. Não perca isso por não o atender corretamente quando precisava de você.

Transforme a percepção do mercado para que enxergue a sua empresa como referência no atendimento das solicitações dos clientes, buscando soluções satisfatórias sempre que precisam delas.

Todo contato com o cliente deve ser feito com a mesma satisfação dispensada a um novo cliente, aquele que sua empresa acabou de conquistar!



A empresa deve atender às mudanças do mercado e às novas práticas dos clientes. Não o inverso! Se seus clientes passam a precisar de atendentes bilíngues, por exemplo, você terá que providenciar isso.

Se for o caso do mercado onde trabalha, atender este tipo de necessidade, invista em você. Aprimore-se. Todo conhecimento

adquirido não será perdido e o tornará mais apto a um número maior de possibilidades.

Mantenha contato regular com seus clientes, mesmo com aqueles que se tornaram habituais e compram “automaticamente”. Vai ficar muito chato só conversar com ele se surgir um problema ou se ele atrasar um pagamento.

Você percebeu que o segredo de como melhorar o atendimento ao cliente é estar sempre presente na mente dele como o lugar certo para resolver qualquer ocorrência que surgir.

Você está ao lado dele para assumir qualquer responsabilidade e auxiliá-lo a superar o que quer que tenha acontecido.

Se, por um lado, um bom produto ou serviço abre portas, atrai o interesse e te coloca na briga de mercado, por outro, ele não é o suficiente para garantir que aquele cliente jamais ceda às tentações da concorrência.

Este “encantamento” é um trabalho de médio a longo prazo e que inclui, além da qualidade do que se oferece, uma estratégia capaz de construir um vínculo afetivo entre a marca e o cliente.

Vamos finalizar, resumindo algumas dicas vitais, em cima de tudo que vimos ao longo de nossas aulas, para você fidelizar seu cliente:

10.2. ATENDA O CLIENTE COMO ELE GOSTARIA DE SER ATENDIDO

Comece encarando o atendimento como um diferencial. Ele é, talvez, o diferencial menos perene dentro de uma empresa, já que “quase” todo o resto pode ser reproduzido pela concorrência. Assim, ter — e manter — um bom atendimento é o primeiro passo para encantar clientes.



Mas, afinal, o que é um bom atendimento? Ele começa quando a equipe de vendas é treinada para atender o cliente como ELE gostaria de ser atendido. Uma boa equipe de vendas não insiste no atendimento (ou produto/serviço) que acha que é o melhor para o cliente.

Ela capta os sinais dados pelo futuro comprador e embarca nas suas preferências e necessidades. Até mesmo o tipo de abordagem (mais ou menos agressiva), é definida de acordo com as respostas do cliente.

Para isso, além de muita sensibilidade, o vendedor precisa saber calar seus pensamentos, ouvir e se colocar no lugar de quem está comprando.



10.3. DIRECIONE O FOCO PARA O CLIENTE CERTO

Antes de gastar suas energias tentando abraçar o mundo, saiba que para fidelizar clientes é preciso manter o foco no público certo. Somente direcionando as ações estratégicas de sua empresa para as pessoas certas será possível garantir um atendimento de qualidade.

Quem são seus clientes em potencial? Onde eles estão? O que eles estão buscando? O que eles esperam dos seus produtos ou serviços?

Saber responder a essas perguntas é fundamental para direcionar sua estratégia de negócio (e de marketing) para o público certo e garantir a fidelização de clientes.

Não adianta pensar que é possível oferecer a todos os nichos o melhor atendimento do mercado. Não há produto ou serviço que agrade a todos.

10.4. FIDELIZE CLIENTES COM A TEORIA DA PIRÂMIDE INVERTIDA

Na teoria da pirâmide invertida, o cliente se encontra no topo, e para ele são destinados os maiores esforços dentro de uma empresa. Abaixo estão os vendedores e todos os que lidam diretamente com o cliente e, por fim, os líderes e gestores, aos quais cabe todo o suporte necessário para sustentação deste sistema.

Ela mostra o papel dos clientes dentro de uma empresa que visa a fidelização: eles são o motivo que justifica todo o trabalho. Aqui o foco não é o produto, nem os processos internos, mas sim o cliente. Vendedores, líderes e gestores se posicionam como o pivô que sustenta toda a estratégia de atendimento.

Isso significa, na prática, uma cultura empresarial do bom atendimento, que além de visar o relacionamento de qualidade com cada cliente, reconhece o valor de ferramentas como SAC, ouvidoria, pesquisa de mercado, segmentação em marketing, entre outros.

10.5. PARA CLIENTES FIÉIS, DÊ TRATAMENTO VIP



Se os clientes fiéis podem responder por até 90% de todo o faturamento de sua empresa, eles merecem, no mínimo, um

tratamento diferenciado. Para isso, invista em ações de relacionamento como newsletters exclusivas, cupons de desconto e vantagens de um clube de fidelidade.

Para esses clientes, vale antecipar lançamentos e ofertas e investir em conteúdo personalizado. Lembre-se de que eles são o maior capital de sua empresa.

10.6. MONITORE, SEMPRE

Toda ação voltada para a fidelização de clientes (seja uma campanha de e-mail marketing, ou o lançamento de um conteúdo exclusivo) pode — e deve! — ser monitorada. Para isso, conte com um bom CRM (Customer Relationship Management) e uma equipe focada em resultados.

O monitoramento permite a otimização constante de sua estratégia e, a partir dos resultados de cada investida, você pode reunir cada vez mais informações relevantes sobre seu público-alvo, suas preferências de abordagem e necessidades.

Encare esse processo como um ciclo virtuoso: quanto mais você monitora, mais conhece seu público e maior é a sua capacidade de criar estratégias para fidelizar clientes.

Bom, com isto chegamos ao final de nosso curso

Temos a certeza que se você praticar em seu dia-a-dia tudo que vimos ao longo destas 10 aulas, você irá aumentar suas chances de ter sucesso neste ramo do mercado.

Cultive o bom relacionamento com as pessoas, mesmo fora de seu ambiente profissional. O hábito de estabelecer boas relações e desenvolver uma boa comunicação são chaves para o sucesso na profissão de Vendas.

Seja um bom observador. Esteja atento aos profissionais desta área, busque extrair aquilo que eles têm de bom.

E registre aquilo que outros não tem de bom, até para eliminar certos vícios e não incorrer nos mesmos erros.

E nunca se esqueça de que treinamento é essencial para o seu crescimento.

Muitas empresas já fazem isto, investindo em seus profissionais. Mas isto não impede que você possa sempre estar atento a outras possibilidades, assistindo palestras, vídeos e outros materiais voltados a este assunto

Agora é com você. Boa sorte e nos vemos em algum outro de nossos cursos.

Até mais!

EXERCÍCIOS

(Abra o Microsoft Word, crie um novo arquivo com o nome de "Exercícios 10 de Técnicas de Vendas", e utilize ele para escrever as suas respostas, e no final, salve o arquivo em sua pasta – se precisar de alguma orientação quanto a isto, converse com seu instrutor).

- 1) Por que é de suma importância que você esteja familiarizado com as técnicas de Atendimento?**
- 2) Por que nunca se deve tentar resolver rapidamente um problema para passar ao próximo atendimento?**
- 3) Como você deve reagir se o cliente começar a gritar?**
- 4) Qual a importância de colher feedback?**
- 5) Quais as perguntas que você deve fazer a si mesmo para direcionar seu foco para os clientes certos?**
- 6) Como estão posicionados os elementos na Teoria da Pirâmide Invertida?**
- 7) Qual a finalidade da Teoria da Pirâmide Invertida?**
- 8) Por que os clientes fiéis merecem um tratamento diferenciado?**
- 9) O que acontece à medida em que você efetua cada vez mais o monitoramento de seus clientes?**
- 10) Qual a importância de se observar os bons e os maus profissionais?**



CLIQUE AQUI
PARA CONCLUIR