

**FACULDADE DE ENGENHARIA DA UNIVERSIDADE
DO PORTO**

**MESTRADO INTEGRADO EM ENGENHARIA
INFORMÁTICA E COMPUTAÇÃO**

**“PROFICIÊNCIA PESSOAL E INTERPESSOAL”
(3º ano – 2º semestre)**

Prof. Manuel Firmino

ENTREVISTA DE "ASSISTÊNCIA TÉCNICO-COMERCIAL"

1. SUA RAZÃO DE SER

Prestar serviços que ultrapassem as expectativas do cliente.

Optimizar a relação fornecedor-cliente e melhorar a divulgação dos serviços/produtos.

Intensificar a orientação para o cliente e adoptar uma atitude cada vez mais proactiva, promovendo a satisfação do cliente como factor-chave para o desenvolvimento da empresa.

2. DE QUE SE TRATA

Aproveitando e beneficiando do contacto directo com as necessidades/oportunidades de cada cliente que resulta da intervenção técnica efectuada, pretende-se investir numa posição tipo "consultor do cliente", sugerindo novos serviços/produtos com interesse negocial significativo para o seu futuro (apoando, simultaneamente, o sector comercial no sentido de explorar hipóteses para novas encomendas).

3. QUANDO INTERVIR

Quando se faz uma instalação/demonstração/reparação, não é só importante a eficiência da intervenção técnica mas também, e cada vez mais, a eficácia ao nível do levantamento de novas possibilidades de negócio.

Quando surge um pedido de um cliente para resolver um problema com um serviço/produto que não está a funcionar, a intervenção técnica deve iniciar-se com uma observação cuidada da situação e respectivo registo, desenvolvendo-se, em seguida, hipóteses de resolução do problema que deverão ser experimentadas e confirmadas para posterior aplicação prática, finalizando-se, sempre que necessário, pela sugestão de aquisição de novos serviços/produtos que possam permitir ultrapassar eventuais necessidades do cliente detectadas durante a intervenção.

4. COMO INTERVIR

Adoptar uma postura profissional, procurando durante a assistência técnica adaptar o seu comportamento aos diferentes tipos de clientes e agir com uma forte intencionalidade comercial orientada para a satisfação do cliente, gerando novas oportunidades de negócio através de uma melhor divulgação dos serviços/produtos da empresa que representa.

Os diferentes tipos de clientes

Como existem diversos tipos de clientes é importante procurar identificá-los bem, desde o primeiro contacto, o que permitirá adoptar a forma de discurso mais conveniente e o tipo de comportamento mais adequado a cada situação.

O "SIM"

Diz sempre "sim" a todas as sugestões e guarda o "não" para o fim. É um cliente perigoso pois cria um ambiente positivo sem se implicar. Procure fazê-lo reformular as suas aprovações e encerre todos os pontos de acordo.

O "SIM, MAS"

Este também é perigoso; adora discutir, tem tempo a perder, gosta de quebrar a sua estratégia e fazê-lo perder o fio de pensamento. Sujeite-o rapidamente a perguntas fechadas e a reformulações em "eco" e prenda-o nas suas contradições. Recupere a vantagem pois o que ele procura é desestabilizá-lo, ser mais forte do que você.

O "DESCONFIADO"

Não acredita em si, procura falhas nas suas expressões. Anota tudo na sua cabeça, é minucioso, verifica tudo, sobretudo se você não o está a enganar. Para ganhar é necessário obter a sua confiança. Reformule tudo o que ele diz, para mostrar que o toma em consideração e que vai responder exactamente ao seu problema. Seja preciso. Se não puder responder de forma segura a uma das questões, diga-lhe que vai verificar (de qualquer modo ele verificará!). Quando conseguir ganhar a sua confiança, será um cliente fiel.

O "SOMBRIO"

É agressivo, mal disposto, desagradável. De facto, também ele tem medo de não ser tomado em consideração e pensa dominar a situação sendo detestável. Esteja calmo, fale suave e lentamente, seja educado, reformule todas as suas palavras. Sorria... ele ficará desestabilizado e um atendimento normal poderá começar.

O "AMIGO"

É o calor humano que ele vem procurar. Em cada momento, leve-o a concentrar-se no seu assunto, coloque questões precisas, fechadas, para que ele não possa encetar o seu jogo favorito: a digressão. Tem sempre uma anedota, uma história engraçada, e você tem mais que fazer do que ouvir a última piada em moda. Obrigue-o a tomar posição sobre as suas afirmações e chegue rapidamente à conclusão.

O "ESPECIALISTA"

Veio para se ouvir falar. Sendo o seu objectivo humilhá-lo pela sua técnica, explicar-lhe o seu trabalho, permaneça calmo, escute-o; ele vai argumentar por si. Elogie-o, ele gosta disso. Quando estiver cansado de o ouvir, "imobilize-o": procure fazê-lo tomar uma posição sobre determinada proposta e rapidamente conduza-o à conclusão (um cheque, uma assinatura, etc.). Neste momento, será você que terá ganho.

GUIA DA ENTREVISTA DE "ASSISTÊNCIA TÉCNICO-COMERCIAL"

IDEIA-FORÇA: Adoptar uma postura profissional com intencionalidade mais proactiva, agindo numa perspectiva técnico-comercial, de forma a melhorar a satisfação/fidelização do cliente e intensificar os seus negócios com a nossa empresa.			
	FASES	DURAÇÃO	MEIOS-ESTILO
1 P R E P A R A Ç A O	<ul style="list-style-type: none"> Começar por reunir os dados disponíveis sobre o caso <ul style="list-style-type: none"> - Que informação existe sobre o cliente? - De que situação se trata? - Qual o tipo de intervenção? - (...) 		CLIENTE/EMPRESA: _____ _____ LOCAL/CONTACTO(S): _____ _____ DATA/HORA: _____
2 A P R E S E N T A Ç A O	<ul style="list-style-type: none"> Contactar o cliente <ul style="list-style-type: none"> - Cumprimentar e apresentar-se (se necessário). - Adaptar-se ao tipo de cliente(s). - Apresentar os objectivos de forma clara (o problema / a situação / a razão da sua visita). Diagnosticar o trabalho a desenvolver <ul style="list-style-type: none"> - Observar instalações e verificar equipamentos. - Analisar meios e condições técnicas existentes. - Identificar processos e produtos utilizados. - Detectar necessidades e explorar novos interesses. 		OBSERVAÇÕES INICIAIS: _____ _____ _____ _____ _____ _____ _____
3 I N T E R V E N Ç A O	<ul style="list-style-type: none"> Definir o(s) procedimento(s) <ul style="list-style-type: none"> - Identificar hipóteses de resolução / organizar acções de demonstração. - Avaliar objectivamente as alternativas existentes, ponderando vantagens e inconvenientes. Passar à prática <ul style="list-style-type: none"> - Escolher criteriosamente as opções definitivas e adequadas a cada situação e implementá-las. Divulgar novos produtos <ul style="list-style-type: none"> - Realizar demonstrações. - Fornecer informações. - Explicar vantagens em obter outro(s) serviço(s)/produto(s). 		REGISTO DE DADOS: _____ _____ _____ _____ _____ _____ _____

<p>4 C O N C L U S Ã O</p> <p>. Finalizar a interacção</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sintetizar as conclusões finais, verificando a compreensão / aceitação do cliente. - Confirmar a decisão de adquirir novos serviços/produtos e/ou efectuar outros investimentos. - Garantir o(s) compromisso(s) assumido(s) e acordar as condições de realização da encomenda. - Combinar seguimento futuro do trabalho realizado. - Concluir a visita e despedir-se até um próximo encontro. 		<p>REGISTO DE DADOS:</p> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
<p>OBJECTIVO DE SAÍDA: Intervir tecnicamente para resolver eventuais problemas e/ou apoiar os comerciais, realizar demonstrações, divulgar produtos, descobrir futuros negócios com e para o cliente.</p>		

EXERCÍCIO PRÁTICO

GRELHA DE OBSERVAÇÃO – “ATITUDES COMUNICACIONAIS”			
Atitudes	Atores	EMISSOR(A)	RECETOR(A)
AVALIAÇÃO			
ORIENTAÇÃO			
INTERPRETAÇÃO			
APOIO			
EXPLORAÇÃO			
COMPREENSÃO			

PROCESSO COMPETITIVO	PROCESSO RESOLUTIVO
<i>ATITUDES DE AVALIAÇÃO</i>	<i>ATITUDES DE APOIO</i>
"Fez mal..." "Já devia ter pensado nisso..." "Julgo que a sua atitude não é a correta." "Isso não é verdade." "Assim não se resolve nada..."	"O senhor é capaz de ter razão." "Tenha calma." "Deixe lá!" "Não se enerve." "Não há-de ser nada." "... Formidável..." "... Concorde..." "... Parabéns..."
<i>ATITUDES DE ORIENTAÇÃO</i>	<i>ATITUDES DE EXPLORAÇÃO</i>
"Acho que devias..." "Deves tentar..." "Tem que..." "Se fosse eu, fazia..." "Se fosse a ti..."	"Qual é o problema?" "O que aconteceu?" "O que quer dizer com..." "Quando é que isso aconteceu?" "Como foi isso?"
<i>ATITUDES DE INTERPRETAÇÃO</i>	<i>ATITUDES DE COMPREENSÃO</i>
"O que você é..." "O que sente é..." "Você julga-se..." "É muito importante para si..." "Tens a mania que és..."	"Se compreendi bem..." "Verifico que... é isso?" "Está... é esse o problema?" "... Não é verdade?" "O senhor considera que..."