



Projeto: Criação de Guia de Solução de Problemas para Clientes da empresa Odpor MKT (Fictícia).

30/10/2023

—

Bruna Da Silva Teixeira

Programa Match! da escola de tecnologia Mastertech com parceria da IBM

Introdução

Há uma verdade absoluta no mundo empresarial segundo a qual o cliente é um dos bens mais preciosos. Seguindo essa teoria, oferecer um bom atendimento é essencial.

O comportamento dos consumidores e as relações de comércio mudaram, ou seja, as pessoas esperam em troca muito mais que apenas o produto ou o serviço que estão adquirindo. Elas querem uma experiência satisfatória. Para atrair consumidores é preciso cuidar da experiência do cliente sempre, fazendo um atendimento que entregue solução aos problemas que surgem. Caso contrário, a loja pode estar cheia de descontos e promoções, por exemplo, mas sua imagem ruim pode afastar o consumidor e causar impacto direto nas vendas.

O primeiro passo para as empresas fazerem um atendimento da vida real, é aceitar um fato: elas sempre vão receber reclamações. Ao ter essa certeza, será possível direcionar o atendimento ao que realmente importa: resolver reclamações e conquistar a confiança do consumidor.

Com essa mentalidade, o atendimento ao cliente fica focado em, por exemplo, mapear os potenciais problemas que podem ocorrer na operação. Dessa forma, é possível oferecer soluções mais rápidas e eficientes aos consumidores. Do mesmo modo, quando se está preparado para as reclamações, o atendimento ao cliente pode ser mais personalizado, elevando a satisfação.

O propósito deste guia é fazer com que a empresa Odpor MKT se relacione da melhor maneira possível com seu público e se torne um influenciador da marca. O nosso objetivo é oferecer um guia que você possa seguir na hora de montar a sua estratégia de relacionamento com o cliente e consultar sempre que surgir uma dúvida.



Guia de Solução de Problemas para Clientes

Este guia foi desenvolvido pela empresa Odpor MKT (uma empresa que trabalha com marketing digital), para fazer com que o atendimento da empresa seja essencial para entender os clientes, ajudá-los de forma eficiente na resolução de problemas e comunicar, de maneira verdadeira, o que é preciso para ser feito nesta resolução.

➡ A seguir, conheça as soluções de problemas que a Odpor MKT fez para poder auxiliar seus colaboradores no suporte aos clientes:

1- Conheça o seu público

O primeiro passo é conhecer o seu público. As organizações são diferentes, os públicos têm necessidades distintas, ou seja, cada uma deve ser adequada à realidade do cliente.

Conhecer o cliente que você quer trabalhar é ao mesmo tempo ter a certeza de que não dá para agradar a todos e está tudo bem com isso, mesmo que haja uma segmentação e parece que o número total de vendas possa diminuir, na verdade o que acontece é o oposto. A segmentação traz um grupo mais qualificado e mais fiel, ajudando a definir um grupo com o qual sua equipe de marketing pode concentrar seus esforços a fim de conseguir uma aproximação personalizada.

Por isso, levante informações, envie pesquisas em que os consumidores forneçam dados, pratique empatia e se coloque no lugar do outro, tentando entender, ao máximo, o perfil do cliente.

2- Ofereça atendimentos personalizados

Atendimento personalizado é essencial para aproximar o relacionamento da empresa com o cliente, pois com ele o público se sente mais importante para a organização.

Como uma simples ação, de chamar o cliente pelo nome, parabenizá-lo e dar benefícios em datas especiais, como o aniversário dele, e oferecer soluções que se encaixam nas necessidades momentâneas dele e podem fazer com que uma jornada de compra se torne ainda melhor.

O atendimento personalizado pode ajudar as empresas a aumentar sua competitividade no mercado ao criar um relacionamento mais forte e duradouro com os clientes, uma vez que eles se sentem valorizados e atendidos em suas necessidades específicas, ou seja, um atendimento personalizado e bem feito também é uma forma de se destacar da concorrência.

Com um atendimento personalizado, as empresas ganham mais destaque, tornando-se uma referência na mente do cliente. Outra vantagem competitiva do atendimento personalizado é que ele pode ajudar a identificar novas oportunidades de negócios.

Quando os clientes são atendidos de forma personalizada, a empresa recebe feedbacks valiosos sobre suas necessidades e desejos e, assim, pode desenvolver novos produtos ou serviços que atendam a essas necessidades.

3- Acompanhe o Cliente

A partir do momento em que um usuário procura sua empresa, seja para reclamações, sugestões ou buscar a resolução de problemas, é necessário dar respostas e acompanhar as solicitações até que elas tenham sido completamente resolvidas.

Acompanhar a jornada do cliente é importante para entender melhor suas necessidades, desejos e expectativas diante das demais ofertas do mercado. Isso permite criar experiências personalizadas e relevantes para fidelizar a audiência.

Acompanhar a jornada do cliente também permite que sua empresa tenha a oportunidade de oferecer serviços mais eficientes e focados na demanda do público, reduzindo os custos e aumentando a satisfação dos consumidores. Além disso, é uma forma de avaliar a eficácia das estratégias de marketing e identificar quais abordagens trazem maiores índices de conversão.

4- Tenha agilidade no atendimento

A agilidade no atendimento ao cliente interfere diretamente em elementos estratégicos para o negócio, como:

- No nível de satisfação do cliente;
- No faturamento da empresa;
- A imagem da empresa no mercado.

Quando os problemas dos clientes são resolvidos em um tempo mínimo de atendimento ao cliente, logo no primeiro contato, ou quando eles conseguem realizar a

contratação de um serviço sem interrupções, a empresa se beneficia de inúmeras formas.

Entre os benefícios de garantir a rapidez no atendimento ao cliente sua empresa pode esperar vantagens como:

- Otimizar o tempo da equipe que passa a conseguir atender mais clientes em menos tempo;
- Diminuição nas filas de espera e o fluxo de chamados atendidos e solucionados aumenta;
- O cliente tem uma experiência positiva e fica mais propenso a indicar a empresa para amigos;
- A equação “menos tempo, mais qualidade e mais atendimentos” resulta em mais lucro.

Perceba que a importância da agilidade no atendimento ao cliente está ligada à qualidade.

Quando há aumento do número de clientes satisfeitos atendidos em um menor espaço de tempo, também há redução de custos e crescimento do lucro. Independentemente de qual canal o consumidor escolher, é preciso que ele seja ouvido rapidamente e tenha suas expectativas atendidas.

5- Treine seus colaboradores

Treinar e capacitar funcionários é fundamental para que os objetivos de qualquer organização sejam alcançados plenamente. Profissionais sem a preparação adequada não rendem tudo que podem e ainda comprometem a imagem da organização.

Todo profissional, ao entrar para o time de uma empresa, precisa ser treinado sob os princípios da organização que, a partir daquele momento, passará a representar. Quando vêm de outras companhias, muitas vezes chegam habituados a certos modos

de trabalhar que destoam da nova casa e alguém precisa ensinar como as coisas funcionam ali.

Profissionais treinados e capacitados vão produzir mais e melhor, porque terão menos chances de errar e, conseqüentemente, gerar retrabalhos. Com métodos bem definidos e profissionais instruídos para executá-los corretamente, os processos se tornam mais ágeis e os resultados serão maiores. Profissionais treinados vão utilizar melhor os recursos, otimizar as verbas disponibilizadas e, principalmente, evitar gastos desnecessários decorrentes de falhas.

O treinamento contínuo também é uma ferramenta importante para reduzir a rotatividade na empresa. Capacitados, os profissionais terão uma facilidade maior de adesão aos processos da empresa e poderão conseguir melhores resultados. Rendendo bem e tendo bons retornos pessoais, dificilmente esse colaborador vai se sentir mais atraído por outra organização.

6- Utilize a tecnologia

A tecnologia já faz parte do dia a dia das pessoas e das empresas. Hoje é praticamente impossível encontrar algum negócio que não a utilize direta ou indiretamente, seja para aceitar pagamentos, seja para qualificar clientes.

O setor da tecnologia que mais tem se destacado em ajudar as empresas nesse objetivo é o de telecomunicações e informática. A globalização facilitou a expansão dos negócios e exigiu uma resposta tecnológica para acelerar a comunicação e facilitar as relações e negociações.

A tecnologia permite automatizar tarefas, reduzindo o custo de mão de obra em atividades rotineiras e direcionando os colaboradores para ações que realmente agreguem valor para a empresa.

A tecnologia pode colaborar para um eficiente atendimento ao cliente, por isso torna-se aliada do seu negócio.

Contar com um CRM é muito vantajoso para que você conheça mais do cliente, personalize o atendimento e ofereça soluções nas horas certas.

Além disso, é preciso investir em chatbots, que são os atendimentos virtuais que permitem respostas automáticas e extremamente rápidas, otimizando simples atendimentos.

Fazer o uso do WhatsApp também é uma excelente ideia para melhorar a experiência de atendimento com a empresa, ou seja, com este gerador de link para WhatsApp, facilita conseguir criar gratuitamente um link que de forma rápida direciona os clientes para uma nova conversa com a empresa pelo aplicativo.

7- Tenha um FAQ

Os FAQs, a partir de pesquisas e experiências, reúnem as perguntas mais frequentes dos consumidores. É preciso que as perguntas e respostas sejam objetivas e claras, ajudando o público e o time de atendimento ao cliente, ou seja, o objetivo principal ao criar um FAQ é justamente reunir as principais dúvidas em uma única seção do seu site.

Dessa maneira, facilitando e compactando as dúvidas comuns para facilitar a compreensão do maior número de pessoas possíveis.

Através de um FAQ bem estruturado, é possível não só quebrar as objeções relacionadas à sua promessa de negócio, mas também, desafogar a sua equipe de suporte.

E contribui para diminuir o número necessário de demonstração de um produto e até auxilia os compradores a tomarem sozinhos suas decisões de compra.

8- Acompanhe métricas

As métricas são importantes porque são compostas por dados reais e mensuráveis que você precisa acompanhar. Como uma medida de desempenho nos negócios, as métricas te ajudam a pensar mais estrategicamente e a tomar decisões melhores.

Ao implementar um atendimento ao cliente, é preciso acompanhar o desempenho e buscar resultados, visando melhorias. Por isso defina métricas e fique de olho no que pode ser importante para você, como:

- Tempo médio de espera;
- Taxa de abandono;
- Taxa de conversão;
- Avaliação direta.

➔ **Irei também citar 2 exemplos de atendimento ruim ao cliente e suas possíveis soluções.**

1- Não dar atenção ao Cliente

Para que não existam desentendimentos nesse sentido, uma boa prática é que o atendente repita o que o cliente acabou de dizer, com outras palavras. Assim, após ouvi-lo, ele pode fazer perguntas e terá condições de instruí-lo sobre como o seu problema será solucionado.

Muitas vezes, quando um cliente chega com um problema, parece que ele está apresentando um problema sem solução: a má vontade impera e sempre os funcionários fazem questão de deixar claro que não têm responsabilidade.

Outro triste exemplo de como não atender um cliente é quando as pessoas pensam apenas em se livrar do problema, colocando a culpa nos outros, fica nítido para o

cliente que a sua empresa não está buscando uma solução para o cliente, mas sim dando desculpas.

E quando damos muitas desculpas, parece que estamos tentando encobrir erros e passar a culpa adiante.

Uma empresa profissional não perde tempo passando o problema pra frente, nem inventando desculpas.

Ela entende que o problema aconteceu e que precisa ser solucionado. Por isso, se interessa pelo problema para que possa entendê-lo e solucioná-lo o mais rápido possível.

Os clientes esperam que a empolgação na hora de resolver o problema seja a mesma empolgação do momento do fechamento da venda. É preciso transformar a empresa em uma apaixonada em resolver os problemas dos seus clientes.

2- Não oferecer autoatendimento

Considerando que um serviço de autoatendimento oferece um bom tempo de resposta e que a demora em um atendimento é o aspecto mais frustrante dentro dessa experiência, pode-se concluir que este tema merece uma atenção especial.

E nesse sentido, há ótimas soluções no mercado que, usando a inteligência artificial, conseguem atender bem às necessidades dos clientes. Autoatendimento é a estratégia de utilizar canais digitais para que o cliente possa fazer um pedido, tirar dúvidas e fazer solicitações sem a presença de um atendente.

O autoatendimento é a maneira como o setor de serviços denomina a prática, em estabelecimentos comerciais, dos clientes executarem tarefas que seriam dos empregados encarregados do atendimento, com a intenção de baixar custos, ou alcançar uma melhor disponibilidade no mercado.

O autoatendimento era encontrado em restaurantes self-service (como comida por quilo), postos de abastecimento, supermercados e hipermercados, caixas eletrônicos ou caixas multibanco como os de saque automático.

O autoatendimento é um sistema de suporte ao cliente, que busca dar autonomia, rapidez e eficiência no uso de serviços de determinada empresa. Ele serve para otimizar operações, sendo uma das soluções mais modernas para atender a elevados fluxos de clientes e corresponder às expectativas das novas gerações.

O autoatendimento inteligente funciona com base em recursos tecnológicos variados no ambiente online, como inteligência artificial, URA (Unidade de Resposta Audível), *chatbots* para sites, redes sociais, etc.

Portanto, ao dar a possibilidade de que o cliente tenha autoatendimento maior é a rapidez e agilidade nas demandas, fazendo com que o cliente defina suas escolhas na interação com a marca.

As Perguntas e Respostas frequentes que os clientes querem saber da empresa Odpor MKT (Fictícia).

1- Por que contratar a Odpor MKT?

Contratar a Odpor agência de marketing digital é a forma mais rápida e eficiente para atingir os objetivos de marketing da sua empresa.

Nosso time de especialistas está apto a transformar os resultados da sua empresa.

2- Diferenciais da Odpor Agência de Marketing Digital?

A Odpor é uma agência de marketing digital formada por profissionais de marketing e publicidade que atua no ambiente digital, garantindo vantagem competitiva na internet para seus clientes.

3- Como escolher uma Agência de Marketing Digital?

As principais dicas são pesquisar a reputação da agência, ler avaliações e comentários de clientes, ver os cases de sucesso no seu segmento de atuação, avaliar a qualidade do site da agência, tempo de resposta nas solicitações de orçamento e a qualidade do atendimento prestado.

4- O que é Marketing Digital?

Marketing Digital é um tipo de estratégia de marketing baseada em ações digitais para atrair o usuário através da internet.

5- O que são ferramentas de Marketing Digital, Conteúdo e Anúncios Online?

As ferramentas de marketing digital, podemos citar os sites, redes sociais, mecanismos de buscas, softwares de gerenciamento de leads, automação, landing pages, e-mail marketing e similares.

Conteúdo é tudo que é produzido e postado na internet, como artigo de blogs, vídeos, postagem nas redes sociais, informações de contato, cupons de desconto, etc.

6- Como posso começar um plano de marketing digital?

Antes de assinar qualquer contrato de prestação de serviços ou se comprometer com qualquer coisa, temos um Questionário do cliente, que solicitamos que você preencha para que possamos aprender mais sobre suas necessidades, sobre os seus clientes e sobre o seu nicho de mercado.

7- Vou ficar preso a um contrato de longa duração?

Não, todos os contratos de prestação de serviços têm um plano anual, e não há taxas para cancelamento.

8- Como fazer Marketing Digital?

Para fazer Marketing Digital com qualidade é preciso unir as ferramentas, como conteúdos e anúncios online com planejamento e objetivos claros.

9- O que é persona e como criar?

É um público-alvo mais segmentado, a persona tem um perfil de cliente ideal para o seu negócio, ou seja, os anúncios online devem ser bem segmentados para serem exibidos ao máximo possível para as Personas do negócio.

10- Qual a diferença entre site e blog?

Um site é algo mais completo, com links falando sobre a empresa, os serviços, produtos, localização, dados de contato, etc.

Já um blog é um tipo de página de notícias ou que trata de determinada área do conhecimento.

11- O que é domínio e como registrar?

Domínio é o seu nome e endereço na internet. É o que as pessoas devem digitar no navegador para ter acesso à sua página eletrônica.

12- O que é uma hospedagem de site?

Hospedagem de site é um servidor que mantém o site no ar. Ele só pode ser acessado se possuir uma hospedagem com as configurações apropriadas para o tipo do site desenvolvido.

13- O que é servidor dedicado?

Servidor dedicado é um servidor que hospeda apenas um domínio. O servidor dedicado fornece melhor performance para o site pois é dedicado apenas a um único domínio.

14- O que é manutenção de site?

Manutenção de site é um serviço que visa dar suporte ao site que está no ar, ou seja, esse serviço é uma união da hospedagem do site com o suporte ao site.

15- O que é Inbound Marketing?

Inbound Marketing é uma estratégia de marketing digital envolvendo Marketing de Conteúdo, Ads, Automação, E-mail Marketing é uma jornada de compra, com um funil de Marketing e outro funil de vendas.

16- O que é SEO?

SEO (Search Engine Optimization) são técnicas de otimização de sites em mecanismos de buscas, principalmente no Google, visando melhorar a indexação e o ranqueamento na posição do site nas buscas orgânicas pelas palavras chave desejadas.

17- Por que eu preciso de SEO?

Estima-se que aproximadamente 80% a 90% dos clientes verificam as opiniões on-line, sobre um produto ou serviço antes de fazer uma compra. Portanto, as chances são de que os seus concorrentes estejam a usar as técnicas de SEO.

18- Posso parar e iniciar o serviço de SEO?

Não, porque o SEO não é um sprint, é uma maratona, e os resultados levam tempo para serem desenvolvidos e é através de esforços contínuos que seus resultados se mantêm.

19- Quanto tempo leva para ficar bem Rankeado?

Dependendo do seu plano de marketing personalizado, pode levar de 2 a 3 meses, ou até mais, para começar a ver resultados significativos.

20- O que é PPC e SEM?

O PPC ou Pay-Per-Click é um modelo de marketing digital em que o anunciante paga uma taxa todas as vezes que um de seus anúncios é clicado.

O SEM ou Search Engine Marketing é um modelo ou planos de marketing dedicado a conteúdos de qualidade para o site otimizado para SEO.

21- O que é o Google Ads?

O Google Ads ou Adwords, ele permite que as empresas criem anúncios que serão exibidos nos resultados dos mecanismos de pesquisa do Google e em outras propriedades relacionadas.

22- O que é o Facebook Ads?

Ele oferece uma maneira fácil para qualquer empresa lançar rapidamente uma campanha publicitária exibindo conteúdo comercial enquanto os utilizadores navegam no Facebook.

23- O meu site precisa de ser compatível com dispositivos móveis?

Sim, pois se o seu site não for compatível com dispositivos móveis, você estará afastando muitos potenciais clientes.

24- Quanto tempo leva um projeto de Webdesign?

Cada projeto é diferente, portanto não há um cronograma definido.

25- Com que redes sociais a Odpor MKT trabalha?

Trabalhamos com os principais sites de redes sociais como Facebook, LinkedIn, YouTube e Instagram.

26- As redes sociais funcionaram para o meu negócio?

Sim. As redes sociais têm muitos aplicativos diferentes e podem funcionar para todas as empresas.

27- Por que devo contratar a Odpor MKT para a Gestão de Redes Sociais?

Porque uma agência de marketing digital como a Odpor tem acesso a conhecimentos e recursos que você talvez não tenha.

28- Quanto custa a Gestão de Redes Sociais?

Cada projeto é diferente, portanto não há um valor definido.

29- A Odpor MKT tem certificações para poder prestar serviços de Marketing Digital?

A Odpor é um grupo de vários profissionais liberais em que cada um tem a sua própria formação e certificação.

30- Quais as formas de pagamento de serviços que a Odpor MKT tem?

A Odpor tem várias formas de pagamento, desde a transferência bancária até ao serviço de paypal.

Conclusão

A atenção é um dos pontos mais importantes do atendimento ao cliente.

Independentemente se é presencial, online ou por telefone, não deixar as pessoas esperando é essencial para garantir uma boa experiência do consumidor.

Além disso, ser proativo também pode ser decisivo na tarefa de fidelizar os clientes. Antecipar-se às demandas, criar oportunidades e ir ao encontro do público- alvo são atitudes que fazem parte de uma estratégia que está alinhada ao comportamento das pessoas nos dias de hoje.

Ao entender com quem se fala, torna- se fácil oferecer soluções e resolver problemas. Colocar o cliente no centro do negócio e transmitir para ele os valores das empresas é de extrema importância para conquistar, fidelizar e tornar seu público o seu divulgador.

Estruture sua comunicação e nunca se esqueça do cliente, essa é a parte importante de seu negócio.

Referências bibliográficas:

- Atendimento ao Cliente- Wikipédia, a enciclopédia livre.
- Qualidade de serviço (marketing)- Wikipédia, a enciclopédia livre.
- Atendimento- Wikipédia, a enciclopédia livre.
- Gestão de relacionamento com o cliente- Wikipédia, a enciclopédia livre.
- Resolução de problemas- Wikipédia, a enciclopédia livre.