

Curso

Atendimento Telefônico



Curso Atendimento Telefônico

© SENAI-SP, 2020

1ª edição, 2013

Trabalho organizado e editorado pelo Núcleo de Educação a Distância do SENAI-SP da Gerência de Educação da Diretoria Técnica do SENAI-SP.

2ª edição, 2020

Trabalho revisado e atualizado pelo Centro SENAI de Tecnologias Educacionais - CSTE da Gerência de Educação da Diretoria Regional do SENAI-SP.

Supervisão	Izabel Rego de Andrade
Especialista em Educação Profissional	Elda Nemer
Designer Educacional	Paula Bataglia Buratini
Web Designer	Adilson Damasceno
Ilustradora	Juliana Rumi Fujishima
Colaboração	Benedito Carlos Gazzaneo Poranga Marcondes de Miranda Sérgio Ricardo Moraes do Nascimento

Todos os nomes próprios de programas e sistemas operacionais mencionados neste documento são marcas registradas do:

SENAI	Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial Departamento Regional de São Paulo Av. Paulista, 1313 - Cerqueira César São Paulo – SP CEP 01311-923
Telefone	(0XX11) 3312-2450
Telefax	(0XX11) 3146-7230
SENAI on-line	0800-55-1000
E-mail	ead@sp.senai.br
Home page	http://www.sp.senai.br/ead

Índice

Conteúdo programático.....	4
1. Como atender a uma chamada externa.....	5
1.1. Perfil do Atendente	5
1.2. Atendendo com excelência.....	11
1.3. Como falar bem ao telefone	15
1.4. Comunicação Interpessoal.....	20
1.5. Como iniciar um atendimento telefônico.....	24
1.6. Ouvir e Responder.....	27
2. Conhecendo o cliente.....	30
2.1. Expectativas e necessidades do cliente.....	30
3. Lidando com o cliente.....	36
3.1. Direcionando o atendimento.....	36
3.2. Conhecer a Empresa.....	40
3.3. Espera e transferência.....	43
3.4. Reclamações.....	45
4. Concluindo o atendimento.....	49
4.1. Cuidados e fidelização do cliente.....	46
5. Cuide de você.....	54
5.1. Construindo sua imagem.....	54
6. Referência Bibliográfica.....	58

Conteúdo Programático

1. Como atender a uma chamada externa

- 1.1 Perfil do atendente
- 1.2 Atendendo com excelência
- 1.3 Como falar bem ao telefone
- 1.4 Comunicação interpessoal
- 1.5 Realizando um atendimento telefônico
- 1.6 Ouvir e responder ao cliente

2. Conhecendo o cliente

- 2.1 Expectativas e necessidades do cliente

3. Lidando com o cliente

- 3.1 Direcionando o atendimento
- 3.2 Conhecer a Empresa
- 3.3 Espera e transferência
- 3.4 Reclamações

4. Concluindo o atendimento

- 4.1 Cuidados e fidelização do cliente

5. Cuide de você

- 5.1 Construindo sua imagem

1. Como atender a uma chamada externa

1.1. Perfil do Atendente

Uma das maiores preocupações das organizações sustentáveis é o capital humano; como os seus colaboradores se sentem e se comportam no ambiente de trabalho. Isso porque as empresas perceberam que para ter sucesso não basta ter produtos e serviços de qualidade, tecnologia de ponta ou preços competitivos. É preciso que seus colaboradores nutram um sentimento de pertencimento, que estejam comprometidos com a filosofia e os objetivos da Empresa, que se sintam integrados, reconhecidos e motivados para realizar as suas atividades. E que a Empresa esteja consciente de que detém o capital humano capaz de estabelecer uma **comunicação eficaz** com o seu público de interesse.

E uma comunicação eficaz vai além da capacidade de trabalho e competências para desempenhar funções. Ela exige que o profissional de atendimento articule suas competências **intelectual, relacional e metodológica**.

- **Competência intelectual:** ser capaz de aplicar as aptidões mentais, tais como a capacidade de percepção e discernimento sobre as situações do dia a dia de trabalho.
- **Competência relacional:** ser capaz de se relacionar com os outros respeitando limites, espaços e opiniões contrárias às suas. No ambiente de trabalho, saber interagir em diferentes áreas e níveis hierárquicos sem perder de vista o fato de que está lidando com pessoas e não com cargos ou posições.
- **Competência metodológica:** saber aplicar técnicas de organização nas atividades profissionais, definindo prioridades, fluxos de serviços e metas em consonância com os resultados esperados pela Empresa. Esta competência articula teoria e prática no desenvolvimento das atividades (O quê?; Por quê?; Como?).

Por exemplo:

- Onde quero chegar
- O que deve ser feito
- Quando deve ser feito
- Como deve ser feito
- Em que sequência deve ser feito

Além dessas competências há **qualidades** que devem fazer parte do perfil do atendente. Algumas estão mais relacionadas à personalidade e outras mais à maneira de agir e se relacionar. E todas são usadas no atendimento ao cliente.

Qualidades pessoais

Autoconhecimento: ter consciência de suas capacidades e competências e reconhecer seus limites. Reconhecer seus pontos positivos e saber como lidar com seus pontos negativos no desenvolvimento de suas competências profissionais.

Autoestima: ter opinião e sentimentos positivos em relação a si mesmo(a), autoconfiança e respeito por si próprio(a). A autoestima é uma característica importante da personalidade que refletem a postura da pessoa em sua vida profissional.

Autoconfiança: a forma de se sentir seguro(a) de si mesmo e de suas qualidades. Ter a capacidade de realizar suas atividades com confiança, sentindo-se bem diante de situações desafiadoras; não duvidando de suas aptidões; lidando construtivamente com os erros.

Qualidades de ação

Iniciativa: ser capaz de iniciar uma ação por decisão própria. Reconhecer o que deve ser feito e encontrar caminhos para fazê-lo.

Proatividade: ter iniciativa para antecipar situações e apresentar possíveis soluções. A pessoa proativa procura trocar experiências e aprender com as interações diárias.

Autonomia: a capacidade de ser independente para tomar decisões e intervir nos processos de trabalho.

Responsabilidade: ter a capacidade de responder pelas próprias ações, agindo de acordo com os parâmetros éticos da Empresa e da sociedade.

Conhecimento profissional: ser capaz de articular os conhecimentos adquiridos ao longo da vida pessoal e profissional para realizar as atividades.

Essas qualidades se relacionam e se complementam, e podem ser percebidas na **postura** e na **atitude** do atendente. Além disso, geram **motivação** para que o profissional desempenhe cada vez melhor sua função.

Atitude: adequação do comportamento a determinada situação e que reflete a forma de agir e reagir em um determinado contexto social ou profissional e que facilita as interações entre as pessoas.

Postura: no ambiente de trabalho, a postura profissional é percebida tanto pela forma como desempenha suas funções, como pela maneira como se veste, se expressa, gesticula.

Motivação: ter vontade de se sentir capaz, seguro(a), autoconfiante e, principalmente, ter planos (saber aonde quer chegar). Uma pessoa motivada tem maior capacidade de aceitar e se adaptar às mudanças, mantendo firme os seus objetivos.

Empatia: capacidade de saber escutar, entender e avaliar adequadamente as atitudes, necessidades e comportamentos dos outros, colocando-se em seu lugar para entender porque tal pessoa age em determinada circunstâncias. Esta qualidade aborda a capacidade de percepção da perspectiva contrária, o que significa captar e compreender o ponto de vista do outro e argumentar de maneira clara, contextualizada e eficaz.

Flexibilidade: saber encarar as mudanças, ou ideias novas, como uma oportunidade de crescimento. Ser flexível é saber entender e se adaptar a diversas situações, mesmo que não façam parte de seu interesse. A flexibilidade aumenta a capacidade de estabelecer relacionamentos interpessoais.

Resiliência: ser capaz de lidar com problemas e obstáculos, resistir a pressões, sem abrir mão de seus valores pessoais, sem se abalar psicologicamente.

SAIBA MAIS

A sua **postura** no ambiente de trabalho engloba a maneira como você se veste, se expressa e desempenha suas funções.

Sua **atitude** representa a adequação do seu comportamento às diversas situações do dia a dia. Reflete sua forma de agir e reagir em um determinado contexto social ou profissional, o que facilita a sua interação com as pessoas ao seu redor.

Motivação é a vontade de se sentir capaz, seguro(a) e, principalmente, ter planos (saber aonde quer chegar). Uma pessoa motivada tem maior capacidade de aceitar desafios e adaptar-se a mudanças, mantendo firme os seus objetivos.

Assumir uma atitude positiva, desenvolver o autoconhecimento e adquirir autoconfiança são elementos importantes para manter a motivação, desenvolver a empatia, a flexibilidade e a resiliência.

Tudo isso faz parte dos **SABERES** que englobam o conhecimento e a prática adquiridos pelas pessoas em experiências ao longo da vida.

No dia a dia de trabalho, articulamos vários conhecimentos, conceitos, dados e informações para desenvolver nossas atividades. Fazemos isso, quase que automaticamente, utilizando os nossos saberes: saber-ser, saber-estar, saber-pensar, saber-avaliar, saber-fazer, saber-agir etc.

No atendimento ao cliente utilizamos todos os saberes. Por exemplo, uma cliente entra em contato por telefone para perguntar sobre os serviços que a Empresa oferece e se há algum que possa ser interessante para ela:

- Utilizar o aparelho telefônico: saber-fazer – abrange as dimensões práticas, técnicas e operacionais.
- Selecionar os serviços que podem interessar à cliente: saber-pensar; saber-avaliar – exige que o atendente compreenda a situação, gerencie o seu conhecimento sobre os serviços da Empresa e os dados da cliente e avalie as opções.
- Oferecer ao cliente um determinado tipo de serviço: requer do atendente o uso do saber-comunicar – transmitir a informação, bem como as normas, procedimentos, critérios etc. em uma sequência que seja lógica para a cliente (que ela possa compreender). Esta situação exige, ainda, que o atendente utilize o saber-agir – articular todos os seus saberes para resolver a situação.

E considerando que o atendente faz parte de uma equipe, devemos lembrar que ele utiliza os saberes relacionados à atitude: saber-ser e saber-estar. Estes saberes envolvem características de sua personalidade e caráter, que determinam os comportamentos nas relações interpessoais, tais como: iniciativa, vontade, motivação, autonomia, participação, cooperação, comportamento, pontualidade, flexibilidade, produtividade, competitividade, comprometimento, assiduidade, relacionamento interpessoal etc.

Por último, existem os saberes relacionados à sua vontade aprender e evoluir, que estão relacionados com o saber-saber que permite ampliar, atualizar e aprofundar os conhecimentos adquiridos. Este tipo de saber aborda os demais saberes e conhecimentos.

Além disto, existe a possibilidade de adquirir outra competência, cada vez mais necessária ao mundo do trabalho atual, que é a de saber adaptar-se.

Comportamento ético profissional

Além destes atributos, o profissional de atendimento deve considerar um dos aspectos primordiais no relacionamento interpessoal: a conduta ética profissional.

Embora a ética seja universal, ela não obedece a um padrão fixo de comportamento, pois assume particularidades norteadas pela Empresa, pela sociedade e pelos costumes, valores e cultura de cada país. O que deve ser considerado no ambiente profissional, no entanto, são os princípios que norteiam a ética:

- **respeito às normas institucionais:** seguir os princípios e valores estabelecidos pela organização, considerando a missão, a visão e os valores da Empresa.
- **sigilo profissional:** manter discrição e reserva sobre documentos, fatos e informações aos quais se tenha acesso ou conhecimento, independentemente se o assunto for considerado ou não como confidencial.
- **atitude imparcial:** distinguir entre vida profissional e vida pessoal, assumindo atitude impessoal e isenta em relação aos interesses da Empresa e de seus clientes.

Tão importante quanto saber o que deve ser feito, é conhecer o que não é tolerado pela Empresa. Existem erros que podem afetar as atividades e relações no ambiente de trabalho. No atendimento, podemos citar:

- mentir sobre as atividades desenvolvidas.
- não assumir os próprios erros, atribuindo a culpa aos superiores ou aos colegas.
- divulgar informações pessoais ou confidenciais para os colegas, clientes, concorrentes ou público em geral.
- não reportar violação às regras da Empresa ou à Legislação.
- não dar seguimento, nem atender a reclamações.

IMPORTANTE!

Ter conduta ética irrepreensível é saber que tudo o que fazemos e falamos em relação a nós mesmos, aos colegas, aos superiores e à organização funciona, para quem nos ouve e vê, como uma referência, no que diz respeito aos padrões de conduta geralmente aceitos e exigidos na sociedade em que vivemos.

Teste a sua Conduta Ética

Para nortear a sua autoavaliação, você poderá se questionar quanto aos seguintes aspectos:

- Minha maneira de atuar respeita os padrões de comportamento e os princípios que orientam a função que desempenho na Empresa?
- Desempenho as atividades de acordo com as normas estabelecidas pela Empresa e pela sociedade?
- No desempenho de minhas funções, promovo e divulgo as informações completas, corretas e precisas e garanto o sigilo das informações confidenciais?
- Cultivo respeito pela Empresa dentro e fora do meu ambiente de trabalho?
- Procuro aperfeiçoar e atualizar meus conhecimentos a fim de melhor continuamente minhas competências profissionais e pessoais?
- Procuro conhecer e adotar os padrões de qualidade da Empresa, compartilhando as melhores práticas de atendimento ao cliente?
- Tomo o cuidado de não utilizar informações privilegiadas da Empresa em benefício próprio ou de terceiros?
- Tenho segurança quanto a minha postura no trabalho e as informações que forneço aos clientes internos e externos?

Se você respondeu “**Não**” para uma ou mais questões, é recomendável que considere um tempo para encontrar os “porquês” de sua resposta. Muitas vezes, com a correria do dia a dia, deixamos de “ouvir” nossa voz interior e nos permitimos “levar a vida no automático”. Isso nos impede de olhar os detalhes e nos induz ao erro inconscientemente. Para evitar os erros, dedique mais tempo à reflexão sobre suas ações, principalmente sobre as rotineiras.

1.2. Atendendo com excelência

Trate os outros como gostaria de ser tratado(a). Essa premissa serve para tudo, em especial, para o atendimento telefônico.

O telefone pode ser o primeiro canal de contato do cliente com a Empresa, e o tipo de atendimento pode fidelizar ou afastar o cliente. Por exemplo, quando você liga para uma empresa, quais são as coisas que realmente lhe irritam? – Pode ser o período ou a música de espera. A sequência de opções que você deve digitar. A falta de conhecimento do atendente sobre os produtos e serviços que a empresa oferece. Pode ser o vocabulário do atendente, cheio de termos técnicos ou gírias. Ou, quem sabe, aquele “ar” de ausência, preenchido por expressões como “hummmm... tá... sei...”, acompanhado de sons de teclado, que lhe passa a impressão de que o atendente está fazendo outra coisa enquanto você fala.

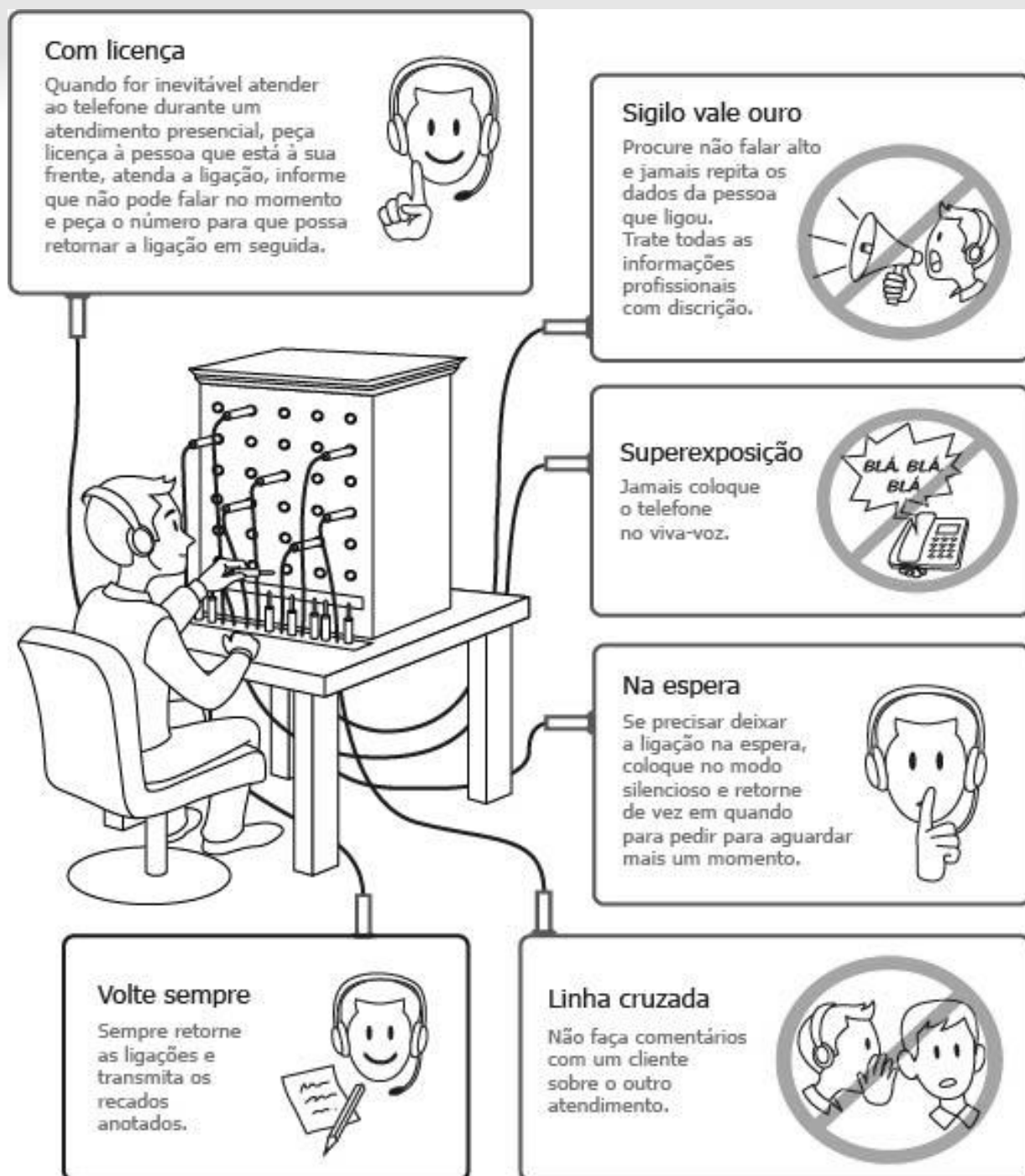
Para ficar mais claro, tomando como base suas experiências enquanto cliente, faça um exercício: considere as coisas que te aborrecem em uma ligação telefônica, liste-as por ordem de gravidade e, em seguida, avalie a sua reação em relação à empresa. Você continuaria o contato?

Agora, considere as mesmas situações em seu ambiente de trabalho. Neste caso, você é o atendente. Com certeza, muitas das situações que você vivenciou, enquanto cliente, jamais aconteceram, mesmo de maneira parecida, enquanto você estava atendendo.

Porém, é possível que em algum momento você tenha que deixar alguém esperando ao telefone ou, ainda, que não tenha as informações que o cliente solicita. Não há como antecipar quando isso irá acontecer. Porém, é possível se preparar para lidar com situações como estas, minimizando os aborrecimentos. Pois o telefone pode ser o primeiro meio de contato com a Empresa, mas, dependendo do tipo de atendimento que o cliente receba, também poderá ser o último. Um cliente mal atendido não fala mal da pessoa que o atendeu, e sim da Empresa porque esta pessoa personifica a Empresa.

Por isso, além dos cuidados com a voz, da postura e atitude, há outros conhecimentos que podem ser úteis no atendimento telefônico, como, por exemplo, a etiqueta.

Etiqueta ao Telefone



Como se preparar para fazer uma chamada telefônica

Na vida pessoal, quando telefonamos para alguém, embora tenhamos em mente o que queremos dizer, parte do período da ligação é preenchida pela improvisação. Nada mais natural. Afinal, é muito bom participar de uma conversa solta, descontraída.

No ambiente profissional, no entanto, contar com a improvisação não é um bom negócio. É certo que você não fará uma ligação telefônica ao acaso. Se ligar para um cliente ou uma empresa, certamente haverá um motivo. Porém, um telefonema é sempre uma interrupção que causará impacto nas atividades da pessoa que irá atendê-lo.

Para minimizar os impactos, é importante que você prepare a sua ligação. Tenha em mente, ou anotado, o que vai falar – o motivo de sua ligação – e se prepare para responder às perguntas do cliente.

Sempre inicie a ligação com uma apresentação. Diga o seu nome, o nome da Empresa, o motivo de sua ligação e pergunte se a pessoa pode lhe atender naquele momento.

Fale com educação e clareza. Procure se certificar de que a sua mensagem foi compreendida. Como a noção de tempo ao telefone é diferente do presencial, procure não estender a conversa. Porém, em situações que requerem mais atenção, procure não apressar. Lembre-se de que o mais importante é atender a necessidade do cliente.

Conheça algumas dicas que podem lhe ajudar a preparar o telefonema:

- Procure conhecer todas as informações que serão necessárias em sua conversa.
- Estructure os assuntos que serão abordados de forma sequencial.
- Faça um resumo dos pontos essenciais para a conversa porque, às vezes, são assuntos complexos.
- Prepare uma mensagem para deixar, caso a pessoa para quem ligou não possa atender.

Construindo uma relação de empatia ao telefone

Empatia é uma parte fundamental do processo de comunicação. A falta dela pode afetar o desenvolvimento da conversa.

Você já conheceu uma pessoa e, imediatamente, gostou de seu jeito de ser? Conversou com ela como se a conhecesse há tempos?

Pois é! O mesmo pode acontecer em uma conversa telefônica. Há pessoas que são tão agradáveis que a gente nem percebe quanto tempo ficou conversando com ela.

SAIBA MAIS

Embora no dia a dia de trabalho as conversas ao telefone sejam mais rápidas e objetivas, a empatia não deve ser ignorada. Não se trata de “fazer grandes amigos”, mas sim de criar um clima agradável no qual cliente e atendente se sintam confortáveis. Isso faz com que o tempo dedicado ao trabalho seja mais agradável.

Para perceber se está sendo agradável, sem parecer muito íntimo ou intrometido, ponha-se no lugar do cliente e pense: “se fosse comigo, eu gostaria deste tipo de tratamento?”.

Conheça algumas dicas para promover a empatia

- Inicie o atendimento telefônico com um sorriso – embora o cliente não possa ver o seu sorriso, ele percebe a sua voz receptiva e relaxante. O cliente irá inconscientemente apreciar a sua voz e gostar de você.
- Inicie a conversa de forma calorosa – uma simples frase que faça que o cliente perceba que você é humano(a)! Pode ser simplesmente “Como está o tempo por aí?”. Muitos poderão responder de maneira amigável, o que ajuda a quebrar o gelo e aproximar as pessoas. Em seguida, responda positivamente e direcione para o motivo da ligação. A empatia foi iniciada.
- Ouça com atenção – evite distrações e se concentre no que o cliente está falando. Deixe o cliente perceber que você está prestando atenção. Confirme o seu entendimento, mas deixe que o cliente termine o que está falando primeiro.
- Adapte o seu vocabulário – procure usar as expressões que o cliente usa. Não use termos técnicos ou palavras complicadas. Simplifique a comunicação.
- Demonstre sua empatia – frases como “Eu entendo o que quer dizer.” “Compreendo o seu ponto de vista.” demonstram que você está se colocando no lugar do cliente.

1.3. Como falar bem ao telefone

Quem liga para a Empresa espera ouvir uma língua correta. Correta não significa rebuscada ou exibida. Significa, apenas, o respeito a flexões, concordâncias, regências, pronúncias.

O texto falado exige, além da clareza, concisão (brevidade no falar), simplicidade, ritmo e cuidado na pronúncia. A falta de atenção com a pronúncia pode comprometer a comunicação, gerando dúvida sobre a informação.

Conheça alguns cuidados básicos que devemos ter ao falarmos ao telefone:

Pronunciar as palavras com clareza, sem suprimir letras:

R final: andar, falar, fazer.

S final: cursos, alunos, clientes.

Ditongos: pedreiro, sapateiro, goleiro, plateia.

Não acrescentar sons em fim de sílabas:	Não trocar os sons:
Advogado – não adevogado	Problema – não probrema
Optar – não opitar	Mendigo – não mindingo
Fez – não feiz	Identidade – não indentidade
Prazeroso – não prazeiroso	Etiqueta – não entiqueta
Beneficente – não beneficiente	Passear – não passiar
	Frear – não freiar

Não confundir a vogal dos verbos terminados em –uir: a terceira pessoa do singular do presente do indicativo termina com i: ele possui, contribui, diminui, atribui (não possui, contribue, diminue, atribue)

Respeitar o falar regional: há palavras que são pronunciadas de maneira diferente em cada região do país. Por isso, jamais “corrija” o cliente. Por exemplo, poça d’água pode ser pronunciada com o “o” aberto ou fechado.

Não utilizar gírias: Peraí, Pô, Falô, Tá limpo, Tá joia, Mano, Mina, Cara, Sem chance, Meu, Legal, Tipo, Tipo assim.

Não falar termos técnicos ou siglas da Empresa para o cliente: Utilize esse tipo de linguagem apenas quando necessário e se você tiver certeza que o cliente conseguirá entender a mensagem.

Não adotar um tom coloquial: Sugere uma intimidade. No campo profissional, devemos manter uma conversa agradável sem sugerir intimidade com o cliente.

Não falar palavras no diminutivo: um momentinho, um minutinho etc.

Evitar palavras negativas: estas palavras causam insegurança no cliente: problema, dificuldade, nunca, impossível, atrasos, gastos, multa, prejuízo, juro, infelizmente.

Vícios de Linguagem

Muitos de nós temos vícios de linguagem que, embora não percebamos, empobrecem a nossa fala e podem cansar o interlocutor e dificultar nossa comunicação.

Por exemplo, existem pessoas que terminam quase todas as frases com expressões como: “tá?”, “entendeu?”, “quer dizer”.

A melhor forma de nos corrigirmos quanto ao uso repetitivo de certas expressões é fazendo uma auto-observação ao que dizemos.

Tomar consciência de um vício de linguagem é o primeiro passo para livrar-se dele. O segundo passo é substituir a expressão pela forma correta:

EVITE	USE
Tá	Compreendo
Dona	Senhora “nome”
De nada	Sr. / Sra., a EMPRESA agradece.
Tá certo	Está certo
Tá bom	Está bom
Seu João	Senhor João

Conheça outros “tropeços” da língua:

Houveram – no sentido de existir ou ocorrer, o verbo é impessoal. Só se conjuga na 3ª pessoa do singular: Houve distúrbios. Houve três acidentes.

Intermedia/ media – intermediar e mediar se conjugam como odiar: odeio (intermedeio/ medeio), odeia (intermedeia/ medeia), odiamos (intermediamos/ mediamos), odeiam (intermedeiam/ medeiam).

Panorama geral – todo panorama é geral. Basta panorama.

Plano para o futuro – todo plano é para o futuro. Basta plano.

Se eu caber – se eu couber

Se eu deter – se eu detiver

Se eu pôr – se eu puser

Se eu trazer – se eu trazer

Vou estar mandando – vou mandar

Há 60 anos atrás – há 60 anos ou 60 anos atrás.

Alternativa – alternativa não é sinônimo de opção. A alternativa se escolhe entre duas opções. Por isso, não diga outra alternativa ou única alternativa. Por quê? A alternativa é sempre outra. Se não há outra, só pode ser única: *A alternativa foi fica. Não havia alternativa.* Se forem mais de duas opções, prefira uma destas palavras: saída, possibilidade, recurso, opção.

Aterístico – asterisco

Previlégio – privilégio

Supérfulo – supérfluo

A gente vamos – A gente vai

Pra “mim” fazer; pra “mim” ir; pra “mim” pegar. – O pronome “mim” não conjuga verbos. Substitua por: Para eu fazer; para eu ir; para eu pegar.

“Menas” oportunidade; chance, fome etc. – A palavra “menas” não existe. Alterar para: menos oportunidade, chance, fome etc.

Ir “de” encontro/ ir “ao” encontro das ideias – “Ir de encontro as ideias” significa se opor as ideias. E “ir ao encontro das ideias” significa concordar com as ideias.

Uso dos verbos

USE:

Os verbos no Presente, de preferência, no atendimento ao cliente presencialmente ou ao telefone.

EVITE:

Futuro do pretérito: Gostaria..., Teria..., Queria..., Seria... etc. – Esse tempo verbal revela indecisão, timidez e gera insegurança no cliente.

Gerúndio: Estar transferindo, estar fazendo, estar anotando etc. – Embora esta estrutura verbal seja utilizada em outros idiomas, na Língua Portuguesa deve ser evitada.

Podemos utilizar o gerúndio para expressar uma ação em curso ou uma ação simultânea a outra, exprimir a ideia de ação prolongada, desempenhar a função de adjetivo ou advérbio. Veja alguns exemplos:

Ação em curso: Júlio está atendendo ao cliente.

Ação simultânea a outra: Falando com o cliente, Júlio acessou o sistema.

Ação prolongada: Júlio está estudando para o vestibular.

Adjetivo: Água fervendo é ótima para o chá.

Advérbio: Júlio atendeu ao cliente sorrindo. (O modo como Júlio atendeu ao cliente).

DICA!

Para enriquecer e aprimorar o seu vocabulário, sempre que ouvir alguém usar uma palavra desconhecida, procure seu significado em um dicionário e, se for adequado, utilize-a em seu dia a dia.

Para saber mais sobre conjugação de verbos, consulte:

www.conjugacao.com.br ou www.conjuga-me.net

Soletração

Ao telefone, interrupções, problemas técnicos ou ruídos podem prejudicar a compreensão da mensagem. Para evitar enganos, é fundamental checar o entendimento. Uma das técnicas usadas na confirmação de dados é a soletração.

Devido ao grande número de sistemas para identificar as letras do alfabeto e a diversidade de idiomas, a Organização de Aviação Civil Internacional criou um alfabeto padrão para soletração que também foi adotado pela NATO (Organização do Tratado do Atlântico Norte).

No Brasil, o alfabeto foi adaptado com a substituição de algumas palavras estrangeiras por palavras de nosso idioma.

Conheça os alfabetos fonéticos utilizados no Brasil e no exterior.

Alfabeto Fonético Brasileiro	Alfabeto Fonético Internacional
A – América	A – Alfa
B – Brasil	B – Bravo
C – Carlos	C – Charlie
D – Dado	D – Delta
E – Eduardo	E – Eco
F – Francisco	F – Fox
G – Geraldo	G – Golf
H – Hotel	H – Hotel
I – Itália	I – India
J – João	J – Juliete
K – Kilômetro	K – Kilometro (Kilo)
L – Laura	L – Lima
M – Maria	M – Mike
N – Nadir	N – November
O – Oscar	O – Oscar
P – Paulo	P – Papa
Q – Queiróz	Q – Quebec
R – Raquel	R – Romeo
S – Salvador	S – Sierra
T – Tereza	T – Tango
U – Úrsula	U – Uniforme
V – Vitória	V – Victor
W – Washington	W – Wisky
X – Xadrez	X – Xadrez
Y – York	Y – Yankee
Z – Ziraldo	Z – Zulu

1.4. Comunicação Interpessoal

Relacionamento Interpessoal

As Instituições são constituídas por grupos de vários indivíduos, onde cada um tem as suas próprias percepções, opiniões, experiências e aspirações. E nesta dinâmica de diferenças individuais existe a necessidade de cooperar e interagir.

Um bom **relacionamento interpessoal** permite que exista aceitação e compreensão por parte de cada um para que a convivência no ambiente seja saudável e livre de conflitos. Afinal, é no trabalho que a pessoa passa a maior parte de sua vida.

SAIBA MAIS

A relação interpessoal conta com duas habilidades:

Inteligência Emocional

Habilidade de perceber, controlar e avaliar as **próprias** emoções e usá-las positivamente no relacionamento com os outros.

Inteligência Social

Habilidade de compreender as emoções **dos outros** e reagir de forma adequada a esses sentimentos; controlando e, por vezes, até transformando-os ou direcionando-os positivamente.

Um dos principais fatores no relacionamento interpessoal é procurar conhecer as pessoas que nos rodeiam para melhor interação com elas, porque quando a Empresa enfrenta problemas de relacionamento, o clima pode ficar afetado e tanto os clientes internos como os externos sofrem os impactos desses problemas.

Então, como criar um clima agradável dentro da Empresa que reflita positivamente as relações com os clientes internos e externos?

A resposta é conhecer a si mesmo e as pessoas com quem você se relaciona.

No atendimento ao cliente, podemos comparar a relação interpessoal a uma peça de teatro em que cada ator contribui para a harmonia do espetáculo. Nesse cenário, os atendentes têm papel fundamental.

O atendente é o coadjuvante da trama; fundamental para contracenar com o protagonista - o cliente externo. Nesse papel, você deve cuidar muito bem da imagem de seu personagem, pois nem sempre a

forma como se vê é a mesma como é visto(a) pelos outros. Procure observar suas emoções para não ser mal interpretado(a).

DICA!

Sabemos que a forma como nos vemos não é a mesma como somos vistos pelos outros. E, às vezes, a forma como nos vemos não é reflexo de nosso comportamento e sim uma aspiração, um desejo. Por isso, reserve um tempo para refletir sobre os seus comportamentos, atitudes, posturas e como eles podem afetar o ambiente de trabalho, a imagem da Instituição e a sua

Trabalho em Equipe – Clientes Internos

O sucesso de um espetáculo depende de uma equipe integrada e sintonizada, que respeita hierarquias e os colegas.

Apesar de estarem nos bastidores, o papel dos clientes internos é fundamental para dar suporte aos outros atores. Essa sintonia entre a equipe se constrói quando todos conhecem a importância de todos os papéis.

DICA!

Conhecer o outro passa por conhecer a si mesmo. Quando analisamos nossos valores, interesses e conhecemos bem nossa forma de ser, conseguimos entender o próximo, agir e reagir com empatia, e interagir com sucesso na vida pessoal e profissional.

Clientes externos

O cliente externo é o protagonista do atendimento. É a razão de existir da Empresa. Reconhecer os indicadores verbais e não verbais de suas emoções podem ajudar a atender as suas necessidades, o motivo que o levou à Empresa.

DICA!

Reconhecer as próprias emoções e as emoções do outro é o primeiro passo na construção de um ambiente de convivência saudável. O segundo passo é saber como lidar com estas emoções. É aí que entra outra competência muito útil ao profissional de atendimento: a **inteligência emocional**.

Como aplicar inteligência emocional no atendimento ao cliente?

A Inteligência Emocional é definida como a habilidade de perceber, controlar e avaliar as emoções pessoais. No atendimento ao cliente, esta competência pode ser a chave para entender os pontos de vista dos clientes e aprimorar o seu trabalho. Por exemplo, captar as emoções dos clientes e saber como lidar com elas.

Como fazer isso no atendimento telefônico?

Percebendo as emoções: o primeiro passo para entender as emoções é percebê-las. Preste atenção aos sinais não verbais como a linguagem corporal e as expressões faciais. No **atendimento telefônico**, como você não pode ver o cliente, **precisará ouvi-lo atentamente** a fim de perceber os sentimentos que transmite por meio da voz.

Considere **entonação, ritmo, timbre e volume** da voz. Anote mentalmente as emoções que o cliente transmite.

Raciocinando com a emoção: ao reconhecer o estado de espírito do cliente, você precisará definir a melhor maneira de iniciar o seu atendimento. Isto significa usar “a razão” para lidar com as emoções, **definindo as prioridades**.

Lembre-se de que reagimos emocionalmente àquilo que chama a nossa atenção.

Entendendo a emoção: assim como há grande variedade de emoções, há diversas maneiras de expressá-las. Por isso, é preciso entender o **motivo da emoção**. No atendimento ao cliente, o mais importante é ter em mente que as emoções do cliente não dizem respeito a você. Por exemplo, ele não está bravo com você, e sim devido a algum problema com o qual talvez você possa ajudá-lo.

Lidando com as emoções: a habilidade de gerenciar as emoções é a chave da inteligência emocional. Ao entender o que o cliente está sentindo e por que, use estas informações como base para o seu atendimento.

Responda apropriadamente à situação. Se ele tem dúvida, procure esclarecê-las. Se ele está feliz, atenda-o com entusiasmo. Jamais tente convencê-lo de que ele não tem motivo para se sentir como se sente.

DICA!

Utilize a empatia para entender e atender ao cliente e não para tentar mudar o seu jeito de ser ou de agir. Procure entender que o cliente tem o direito de se sentir como se sente. As emoções dele podem não ter nada a ver com você, o que você pode controlar é o jeito que vai responder a elas. Ofereça ajuda e demonstre consideração.

Como desenvolver a inteligência emocional

Após reconhecer a emoção, é preciso pensar em como lidar com ela. Como controlar os sentimentos, como direcionar as energias e, até, como transformá-las. Isso tudo implica o desenvolvimento de habilidades como:

Autoconsciência: conhecer as próprias emoções.

Autodomínio: saber como controlar os sentimentos em diversas situações para que não interfiram em suas atividades. A habilidade de equilibrar as emoções permite raciocinar sobre os problemas e encontrar soluções sensatas.

Habilidades sociais: saber se relacionar com as pessoas, lidando com as próprias emoções e as dos outros. Essa competência facilita o trabalho em equipe e pode ser utilizada para gerir conflitos, liderar pessoas e promover alegria no convívio com as pessoas.

Automotivação: essa competência permite direcionar as emoções para os objetivos. Ou seja, focar no que deve ser feito apesar das dificuldades, das frustrações.

SAIBA MAIS

A sua motivação pode ser percebida pelo cliente e contagiá-lo. De que maneira?

– Pelas suas atitudes, mas, principalmente, pela sua voz.

Utilize o material de apoio para testar as emoções em sua voz.

1.5. Como iniciar um atendimento telefônico

Atendimento telefônico Personalizado

O telefone é, muitas vezes, o primeiro meio de contato que o cliente tem com a Empresa e, dependendo do tipo de tratamento que receber, também pode ser o último.

Por isso, no atendimento telefônico, o cliente considera tanto o seu desempenho processual quanto o pessoal.

IMPORTANTE!

O **desempenho processual** diz respeito ao **conhecimento dos sistemas, processos e regulamento** da Instituição.

Em outras palavras, é a maneira como você aplica os seus conhecimentos e utiliza os recursos disponíveis para atingir resultados positivos no atendimento ao cliente.

O **desempenho pessoal** é medido com base em suas **competências, postura e atitudes**.

Por exemplo: disponibilidade, flexibilidade, agilidade, eficiência, empatia.

É fundamental manter o padrão no atendimento para que, em qualquer unidade que o cliente vá, ele reconheça a Empresa. Você conhece os parâmetros da nossa Empresa para o atendimento telefônico?

Ao atender ao telefone, forneça as seguintes informações:

Nome da Empresa e cidade

Seu nome ou sua função

Saudação: Bom dia!/ Boa tarde!/ Boa noite!

Exemplo:

SENAI

Telefonista

Bom dia!

Orientações para atendimento telefônico

Seja positivo(a)

Como você sabe, a sua voz “diz” muito sobre você. E, às vezes, ela poderá ser a única impressão que o cliente terá sobre a Empresa, portanto, seja gentil e receptivo(a).

Procure falar corretamente e adote um vocabulário positivo

Ajuste a sua fala

- Utilize volume e velocidade de voz moderados.
- Fale claramente e evite gírias, diminutivos e expressões técnicas. Por exemplo, no lugar de “Ok!”, prefira “Entendi”.

Controle o tempo

Considere o tempo de duração das ligações. O telefone altera a nossa noção de tempo. Quando esperamos, os minutos parecem horas. Porém, ao explicar alguma situação, queremos ter todo o tempo do mundo para concluir o nosso raciocínio. Por isso, sempre ouça o cliente com atenção. Evite interrompê-lo ou apressá-lo e seja objetivo(a) ao falar.

Seja discreto(a)

Não utilize o viva-voz do telefone. Este recurso faz com que o cliente se sinta desconfortável, imaginado que você está fazendo outra coisa enquanto ele fala, ou que outras pessoas estão ouvindo o que ele diz. Se houver necessidade de incluir outra pessoa na conversa, peça autorização ao cliente.

Mantenha contato

Se tiver que deixar o cliente na espera enquanto busca a informação, pergunte-lhe se ele pode esperar. Coloque o telefone no modo espera e retorne à linha de vez em quando para informar o seu progresso em relação à informação que o cliente deseja.

Ao perceber que o cliente deverá ficar muito tempo na espera, solicite um número de contato para que você retorne a ligação quando tiver as informações que ele precisa.

Respeite as diferenças

Não se refira às pessoas pela sua opção religiosa, pela cor de sua pele, pelo seu padrão social, sua origem etc. Todas as pessoas têm nomes. Procure saber como a pessoa se chama e trate-a pelo nome. Por exemplo, ao se referir ao senhor João, não diga “aquele gordinho careca” ou o “carioca”, o “vovôzinho”, o “deficiente” etc.

Dizer que alguém é surdo ou mudo não ofende. Porém, como foi dito, todos temos nomes. A regra vale para todos, crianças, jovens, adultos, idosos.

1.6. Ouvir e Responder

Saber ouvir e analisar

Ouvir apenas para dar atenção é muito fácil. Porém, se não aplicarmos uma escuta ativa, vamos reter apenas parte do que é dito.

SAIBA MAIS

Saber ouvir é compreender a situação que nos é apresentada verbalmente e ajudar na sua resolução. A **escuta ativa** nos ajuda a entender a mensagem completa, verbal e não verbal. Com isso, motivamos o nosso interlocutor a se expressar com confiança.

Como?

Saber ouvir é uma **técnica** que requer **prática** e **paciência**. Use a **empatia** para entender as **emoções** do cliente e direcionar suas ações.

- Ouça livre de qualquer ideia preconcebida. Isso facilitará a compreensão do que está sendo dito.
- Concentre sua atenção na fala do cliente e nos sinais (emoções) que a sua voz transmite.
- Deixe o cliente saber que você está acompanhando a sua fala. Ao longo da exposição do cliente, utilize palavras como “compreendo”.

IMPORTANTE!

Tão importante quanto saber o que fazer para aprimorar a escuta ativa, é saber o que pode resultar em uma escuta deficiente.

- Concentrar a sua atenção apenas nas emoções do interlocutor, sem considerar a razão de sua ligação. Ao fazer isso, você não perceberá a mensagem por trás dos sentimentos.
- Não distinguir o essencial do acessório, considerando eventos passados com o cliente ou outros clientes. Isso prejudica seu entendimento, seu julgamento e suas reações.
- Se preocupar com assuntos diferentes do que está sendo exposto. Isso impede que você compreenda a mensagem do cliente.
- Realizar outra tarefa enquanto ouve, se distrair com outras situações ou pessoas no ambiente de atendimento. Isso demonstra falta de educação, falta de respeito e falta de interesse.
- Concentrar-se nos aspectos negativos ou ouvir apenas o que deseja. Com isso, a mensagem percebida pode ser diferente daquela que o cliente pretende transmitir.
- Interromper a fala do cliente. Enquanto pensa sobre o que vai falar, você não presta atenção à mensagem. Além disso, interrompe o raciocínio do cliente.

Como Responder ao Cliente

Ao contatar a Empresa, o cliente deseja ser ouvido e que suas expectativas sejam atendidas. E a principal função do profissional de atendimento é responder as necessidades do cliente e apresentar soluções.

Para isso, é fundamental estar bem informado(a) sobre os produtos, os serviços e as regras da Empresa, bem como saber como responder as questões do cliente de maneira rápida e eficiente.

Aqui vão algumas dicas para responder ao cliente:

- **Entenda a necessidade do cliente:** enquanto o cliente explica a sua necessidade, tome nota de detalhes que lhe ajudarão a formular uma resposta adequada. Isso lhe ajudará a reter a informação sem interromper o cliente.
- **Adote uma postura neutra:** se o cliente questionar a qualidade dos produtos, serviços ou regras da Empresa evite se colocar na defensiva ou confrontá-lo. Procure descobrir as razões do cliente. É possível, por exemplo, que a falta de conhecimento ou entendimento sobre as regras da Empresa seja a causa da insatisfação.
- **Confirme o seu entendimento:** resuma a solicitação do cliente para se certificar de que entendeu a sua necessidade. Esta técnica faz com que o cliente perceba que você o ouviu.

- **Adote uma linguagem positiva:** evite dizer ao cliente que a sua solicitação não poderá ser atendida. Procure soluções alternativas. Isso fará com que o cliente perceba que você está tentando ajudá-lo.
- **Prometa apenas o que a Empresa oferece:** forneça ao cliente apenas informações oficiais. Se o cliente solicitar benefícios que você não tem autoridade para conceder, deixe claro que você não poderá ajudar com este assunto. Se houver necessidade, solicite orientações aos seus superiores. Fazer promessas que não poderá cumprir, além de deixar o cliente insatisfeito, compromete a imagem da Empresa.
- **Verifique o seu conhecimento:** se você tiver alguma dúvida sobre as informações que detém, consulte os canais de comunicação da Empresa e os seus colegas de trabalho. O cliente ficará satisfeito em receber a informação correta, mesmo que isso leve alguns minutos.
- **Oriente o atendimento por meio de perguntas:** ouvir o cliente significa compreender o que ele realmente deseja. Em determinados momentos, é preciso orientar o diálogo e criar empatia para obter a informação pretendida. Formule perguntas que permitam que você obtenha as informações e mantenha o controle sobre a situação.