



# ATENDIMENTO AO CLIENTE: COMO SER O MELHOR

---

**SEBRAE**

# **SUMÁRIO**

<b>POR QUE VOCÊ DEVE MELHORAR SEU ATENDIMENTO AO CLIENTE?</b> .....	<b>2</b>
<b>AS CINCO PARTES DE UM ATENDIMENTO AO CLIENTE INTELIGENTE</b> .....	<b>3</b>
<b>1. Escalonável</b> .....	<b>4</b>
<b>2. Multicanal</b> .....	<b>4</b>
<b>3. Ágil</b> .....	<b>5</b>
<b>4. Relevante</b> .....	<b>5</b>
<b>5. Oportuno</b> .....	<b>6</b>
<b>Como unir essas cinco partes</b> .....	<b>6</b>
<b>ERROS A SEREM EVITADOS POR COMERCIANTES NA ERA PÓS-COVID</b> .....	<b>7</b>
<b>Não fornecer um suporte ao cliente eficaz</b> .....	<b>8</b>
<b>Minimizar o digital</b> .....	<b>9</b>
<b>Ignorar os silos do canal</b> .....	<b>10</b>
<b>Subestimar as expectativas do comprador</b> .....	<b>11</b>
<b>Não quantificar o impacto nos negócios</b> .....	<b>12</b>
<b>Ignorar a experiência de domínio</b> .....	<b>12</b>
<b>Achar que a resposta é apenas ter tecnologia</b> .....	<b>13</b>

## **ATENDIMENTO AO CLIENTE: COMO SER O MELHOR**

**Querer ter um atendimento ao cliente igual ao dos concorrentes.....13**

**Acreditar que só do que você precisa é contratar pessoas inteligentes, sem a necessidade de uma base de conhecimento.....14**

**DICAS DE TREINAMENTO DE ATENDIMENTO AO CLIENTE.....15**

**Mantenha uma base de conhecimento interna.....15**

**Enfatize a empatia.....16**

**Defina claramente as expectativas.....17**

**Envolva os melhores desempenhos no treinamento.....18**

**Treine sua equipe de suporte para melhorar suas habilidades de comunicação.....18**

**Mantenha uma atitude positiva.....19**

**Ensine os seus funcionários a implementar uma política de resposta rápida.....19**

**Inclua insights de atendimento ao cliente para solução de problemas.....20**

**Torne o treinamento de atendimento ao cliente envolvente e divertido.....21**

**Escolha o conjunto certo de habilidades de atendimento ao cliente para sua marca.....22**

**Peça feedback.....22**

**DICA FINAL.....23**



# ATENDIMENTO AO CLIENTE: COMO SER O MELHOR

## 1

Com tantas novas marcas surgindo e encontrando estratégias de publicidade criativas que conquistam os corações de novos clientes, o atendimento ao cliente excepcional e a experiência personalizada do cliente se tornaram um fator importante.

O atendimento ao cliente está se tornando o principal diferencial entre as empresas, portanto, o treinamento em atendimento ao cliente nunca foi tão importante.

Nestes tempos competitivos, o papel de um líder da equipe de suporte ao cliente é muito importante. Eles têm que motivar a equipe a ter um melhor desempenho e ir mais longe, se necessário.

No entanto, com as expectativas crescentes de vários clientes, não é mais suficiente oferecer um suporte ao cliente em modo padrão.

Pelo contrário, hoje os clientes esperam uma abordagem personalizada e estão dispostos a pagar mais para obter um suporte incrível ao cliente.

Hoje, a importância de um excelente atendimento ao cliente não pode ser subestimada, visto que um produto superior acompanhado de um atendimento deficiente, muitas vezes fracassará no longo prazo.

Os clientes procurarão alternativas que sejam oferecidas de maneira profissional e atraente quando suas necessidades não forem atendidas.

A fim de evitar os efeitos negativos de um atendimento deficiente e garantir que seus clientes continuem retornando ao longo dos anos, apresentaremos algumas informações úteis para o treinamento das equipes que trabalham com atendimento e mesmo para os demais colaboradores da empresa que, eventualmente, possam atender algum cliente.

# **POR QUE VOCÊ DEVE MELHORAR SEU ATENDIMENTO AO CLIENTE?**



Estar no mesmo nível em termos de preço e qualidade só te coloca no jogo. O atendimento ao cliente, no entanto, ganha o jogo. Essa é, resumidamente, a importância do atendimento ao cliente.

E se essas palavras não são suficientes para lhe convencer sobre o quão importante um bom atendimento ao cliente pode ser, apresentamos a seguir, algumas estatísticas importantes sobre o assunto.

De acordo com um [estudo](#) realizado pela Microsoft, uma das maiores gigantes da Tecnologia de Informação do mundo, quase dois terços (58%) dos consumidores romperão um relacionamento com uma empresa por causa do mau atendimento ao cliente.

No estudo realizado pela NEXTIVA, intitulado “100 Estatísticas e tendências essenciais de atendimento ao cliente para 2021”, revela que um promotor de experiência do cliente tem um valor vitalício para uma empresa, que é de 600% a 1.400% de um detrator.



## ATENDIMENTO AO CLIENTE: COMO SER O MELHOR

### 3

Como você pode perceber, apenas olhando para os números, o atendimento ao cliente desempenha um papel importante nas taxas de rotatividade, na satisfação e na fidelidade do consumidor.

Quando afeta tantos aspectos diferentes da jornada do cliente, é natural que a maioria das empresas busque maneiras de melhorar o atendimento ao cliente.

Vejamos agora, os fundamentos comprovados de um bom atendimento ao cliente.



Embora não haja uma definição padrão para atendimento “inteligente” ao cliente, a maioria das pessoas concorda que é um serviço escalonável, multicanal, ágil, relevante e oportuno.

A seguir, abordaremos um pouco mais sobre essas cinco partes e como elas podem levar a um ótimo atendimento ao cliente.

## **1. Escalonável**

O atendimento ao cliente escalonável não se refere apenas à capacidade de oferecer suporte a um grande número de usuários, mas também, à capacidade de escalar a qualidade do serviço.

Pode-se argumentar que o atendimento ao cliente é ainda mais essencial do que os aplicativos voltados para o funcionário, uma vez que as horas da verdade no atendimento ao cliente expõem sua marca mais do que qualquer outra interação com o consumidor.

Certifique-se de que seu sistema de atendimento ao cliente seja comprovado em implantações em grande escala.

Além disso, um sistema de gerenciamento de conhecimento, é essencial para dimensionar a qualidade do serviço em todo o leque de agentes e sistemas de autoatendimento do cliente.

Sem um sistema de gerenciamento de conhecimento, seus outros sistemas de atendimento ao cliente estarão “voando às cegas”, levando à frustração dos seus funcionários e à deserção dos clientes.

## **2. Multicanal**

O cliente de hoje não está “se tornando multicanal”, ele já é um “multicanal nato”! Esses clientes costumam empreender jornadas multicanais para fazer uma compra ou concluir uma interação de serviço.

Lembre-se de que “uma jornada salva é um cliente conquistado ou mantido”.

Não há dúvida de que as empresas que são capazes de projetar e entregar jornadas multicanais conectadas e consistentes, estarão mais bem posicionadas para abocanhar uma grade fatia do mercado.

## ATENDIMENTO AO CLIENTE: COMO SER O MELHOR

### 5

Os Centros de Engajamento do Cliente estão emergindo rapidamente como a melhor abordagem para realizar essas jornadas.

Um conceito muito defendido e cada vez mais adotado por líderes de mercado é que esses centros consolidam interações, conhecimento, processos, análises e administração em uma plataforma comum.

Os benefícios? Experiências multicanais conectadas, maior produtividade do call center e conversão de vendas e custo total de propriedade reduzido.

### 3. Ágil

Os consumidores estão adotando e descartando canais e dispositivos de comunicação em uma velocidade vertiginosa. Como você pode acompanhar os consumidores inconstantes de hoje?

Novamente, um Centro de Engajamento do Cliente é a resposta, permitindo a você conectar novos métodos e dispositivos de interação sem criar silos, experiências frustrantes do cliente e projetos de integração perpétuos.

### 4. Relevante

Serviço irrelevante é tão ruim quanto nenhum serviço. Fornecer orientação inteligente aos clientes em suas jornadas multicanais, reativa e proativa, pode fazer ou encurtar a jornada do cliente.

Um sistema de gestão do conhecimento que forneça respostas rápidas e precisas e ajude a executar processos em conformidade com as melhores práticas de atendimento ao cliente é a chave para o sucesso.

Procure um sistema de gestão do conhecimento unificado que combine o poder de vários métodos de pesquisa com um raciocínio baseado em casos que imite facilmente a inteligência humana.

## 5. Oportuno

“Melhor tarde do que nunca” não é aceitável para o atendimento ao cliente.

Certifique-se de cumprir sua promessa definindo a política certa e aproveitando os processos de gerenciamento de nível de serviço, incluindo fluxos de trabalho que disparam alarmes para gerenciar a conformidade de forma proativa.

Observe que as expectativas do cliente quanto à velocidade de resposta variam entre os canais, setores e a natureza do negócio.

Embora um tempo de resposta de várias horas possa ser adequado para atendimento ao cliente por e-mail, pode ser demorado o suficiente para derrubar uma marca em uma tempestade de reclamações nas redes sociais.

## Como unir essas cinco partes

Como qualquer outra coisa, chegar ao “atendimento ao cliente inteligente” é uma jornada. Comece entendendo as preferências de canal e dispositivo de seus clientes, implementando primeiro os pontos de contato mais populares.

Na próxima etapa, priorize as viagens, incluindo os pontos de contato e a natureza dos “toques” que são mais comuns e oferecem o maior valor para o negócio. Torne essas viagens memoráveis e sem atrito.



## ATENDIMENTO AO CLIENTE: COMO SER O MELHOR

7

Transforme sua visão de serviço em realidade com uma abordagem guiada pelo conhecimento para ficar “inteligente” hoje e “mais inteligente” amanhã.

Trabalhar com as melhores soluções de engajamento do cliente, uma plataforma multicanal unificada, recursos de nuvem pioneira e experiência em domínio também ajuda os líderes de mercado a irem de “inteligentes” para “mais inteligentes” quando o assunto é atendimento ao cliente.

## ERROS A SEREM EVITADOS POR EMPREENDEDORES NA ERA PÓS-COVID



**SEBRAE**

Em 2020, os varejistas enfrentaram desafios sem precedentes, lidando com demandas em evolução com interrupções operacionais.

As situações nem sempre tinham respostas claras, e o que funcionou ontem tinha o potencial de se tornar um problema de quebra de receita pela manhã.

A única coisa que realmente aconteceu durante a pandemia de Covid-19 foi que os consumidores mudaram para os canais digitais em grande número.

À medida que a era pós-Covid começa a se desenvolver lentamente, as lojas de departamentos, franquias, varejistas de depósitos e redes de supermercados continuam a evoluir para atender às necessidades em constante mudança dos clientes.

Nesse cenário, obter vantagem competitiva requer novas estratégias e dependências para evitar vários erros comuns que podem impactar negativamente a retenção de clientes e o crescimento da receita.

A seguir, confira alguns desses erros mais comuns que devem ser evitados:

## Não fornecer um suporte eficaz ao cliente

De acordo com uma pesquisa realizada pelo STATISTA sobre as insatisfações do consumidor, a falta de suporte eficaz é a frustração número um de 27% dos clientes quando recebem atendimento.

Quer seja a política da empresa, a falta de conhecimento do atendente ou mal-entendidos de natureza técnica, existem muitas empresas que não conseguem, ainda, fornecer um serviço eficiente.

## ATENDIMENTO AO CLIENTE: COMO SER O MELHOR

9

E, certamente, pelo menos uma vez na vida, você já deve ter recebido alguma ligação do suporte ao cliente e disse a si mesmo: “isso, com certeza, não foi útil!”

E a interação nem precisa ser por telefone. O atendimento ao cliente abrange todas as áreas em que seu cliente pode encontrar uma resposta para uma pergunta.

Portanto, a ineficácia pode ser causada por seus fóruns de FAQ, chatbot ou respostas de mídia social.

Uma maneira eficiente de saber se o atendimento ao cliente é útil e eficaz, em geral, é usando algum tipo de sistema de pontuação que ajude a ver o quanto seus clientes “lutam” com determinados produtos, serviços ou processos.

E mesmo que você esteja relutante em ir tão longe, você sempre pode pedir o feedback do cliente. 89% dos clientes acham que as empresas devem dar a eles a oportunidade de fornecer feedback.

## Minimizar o digital

Como os varejistas foram forçados a limitar o horário de funcionamento ou fechar lojas em razão de bloqueios, eles rapidamente expandiram os canais digitais para atender às necessidades dos clientes.

A compra e o serviço sem contato tornaram-se uma necessidade para a segurança dos clientes e dos funcionários do varejo. Ao longo do caminho, os consumidores ficaram mais confortáveis com os canais digitais.

Agora, a compra online de produtos e serviços e até essenciais, anteriormente adquiridos na loja, tornou-se normal. Não há dúvida de que o trem digital saiu oficialmente da estação.

Se os negócios digitais já eram uma megatendência mesmo antes da pandemia, agora estão vendo um crescimento exponencial.

Os varejistas que não levarem o comércio e os serviços digitais para o próximo nível enfrentarão um futuro nebuloso, na melhor das hipóteses.

## Ignorar os silos do canal

Os especialistas vêm divulgando os benefícios do atendimento ao cliente omnicanal há anos. A capacidade de fornecer uma experiência contínua em todos os canais é, sem dúvida, poderosa.

No entanto, muitos varejistas, já sofrendo de canais desconectados e isolados, criaram problemas maiores para si mesmos enquanto lutavam para adicionar novos silos na forma de chatbots, mensagens ou outros canais digitais para atender, com urgência, às necessidades dos clientes em meio à pandemia.

O resultado? Experiências de comprador desconectadas, uma Pontuação de Satisfação do Cliente (CSAT) mais baixa e receita perdida.

Todos os canais, incluindo o de autoatendimento, lojas por telefone e lojas físicas, devem estar conectados para fornecer a experiência coesa e contextual que os clientes esperam agora.

Com um centro de engajamento do cliente omnicanal e digital, os varejistas podem resolver esse problema e permitir que os clientes obtenham a ajuda de que precisam nos canais de sua preferência.

Dessa forma, é possível revelar novas oportunidades aos consumidores a fim de construir com eles uma relação de fidelidade e, conseqüentemente, aumentar a receita no caixa.

## **Subestimar as expectativas do comprador**

Embora o objetivo da experiência do cliente não tenha mudado em 2020, as circunstâncias em que os varejistas devem oferecer experiências, mudaram. As interações face a face mudaram para virtuais do dia para a noite.

Os clientes tornaram-se, simultaneamente, impacientes e hesitantes, focados em questões econômicas, de saúde e familiares enquanto tomavam decisões de compra.

Com as expectativas cada vez maiores, os varejistas são pressionados a ir além da simples conexão com os clientes para fornecer conselhos e soluções. Mas a maioria luta para atingir esse nível de serviço.

Muitos consumidores costumam reclamar que receberam respostas diferentes de chatbots e agentes humanos. Isso pode manchar a confiança dos consumidores na capacidade de atendimento ao cliente da empresa.

É aqui que uma rica solução de gerenciamento de conhecimento, movida por inteligência artificial e raciocínio lógico, pode ser extremamente útil.

Fornecer aos agentes orientação de conversação e as respostas certas para os clientes que precisam, é um recurso poderoso.

Quando esse nível de serviço é fornecido em todos os pontos de contato com o cliente, ele pode se tornar um multiplicador de força que fortalece a lealdade a uma marca.

## **Não quantificar o impacto nos negócios**

Os varejistas não sonhariam em abrir uma nova loja sem realizar a devida diligência necessária para determinar se a expansão será lucrativa. Mesmo assim, muitos estão investindo em soluções de fornecedores que não conseguem gerar valor para a vida real.

Ao avaliar as soluções digitais, os varejistas devem observar a abordagem do fornecedor para a criação de valor digital, incluindo o tempo de obtenção de valor e casos de uso comprovados.

Ao escolher fornecedores com recursos avançados e prontos para uso em análise e envolvimento digital, e melhores práticas em atendimento ao cliente digital, você pode minimizar ou eliminar a eterna espera para obter valor de negócio mensurável.

## **Ignorar a experiência de domínio**

Existem inúmeros fornecedores que afirmam oferecer soluções para melhorar a experiência do comprador. Quantos têm a experiência comprovada de domínio de que os varejistas precisam?

Os fornecedores não devem apenas fornecer a tecnologia, mas também, as melhores práticas para obter valor de negócios rápido e sucesso na implantação.

É evidente que o digital veio para ficar enquanto voltamos à normalidade. Os varejistas têm uma tremenda oportunidade de aumentar sua vantagem competitiva aumentando seus recursos de experiência digital do cliente.



E com o provedor de soluções certo ao seu lado, eles têm o potencial de se tornar uma grande empresa em seu próprio nicho específico.

## **Achar que a resposta é apenas ter tecnologia**

Ao avaliar as soluções, procure parceiros fornecedores com experiência comprovada de domínio em atendimento ao cliente.

A tecnologia é claramente importante, mas também o são as melhores práticas para obter valor de negócios rápido e sucesso na implantação.

## **Querer ter um atendimento ao cliente igual ao dos concorrentes**

Muitos empresários frequentemente cometem o erro de, simplesmente, comparar suas operações de atendimento ao cliente com as de seus pares em seu setor.

No entanto, o consumidor que prioriza o digital de hoje espera que você seja tão bom quanto os líderes do seu ramo na entrega de experiências fáceis e inteligentes.

Planeje-se para superar os gigantes digitais no atendimento ao cliente, antes que alguns dos seus concorrentes o façam, pois, acredite ou não, uma hora ou outra, alguém poderá fazer isso.

## **Acreditar que só do que você precisa é contratar pessoas inteligentes, sem a necessidade de uma base de conhecimento**

Conectar-se aos clientes é apenas o primeiro passo no atendimento ao cliente. Na verdade, é melhor não se conectar com os clientes do que se conectar e não oferecer a solução ou o conselho que eles procuram.

Não é difícil encontrar consumidores dizendo que os agentes de atendimento ao cliente entregaram-lhes respostas inconsistentes ou não sabiam as respostas certas.

À medida que os sistemas de autoatendimento ficam mais inteligentes, o que também requer conhecimento, os agentes estão recebendo solicitações mais complexas de resolução ou aconselhamento dos clientes.

É por isso que uma solução de gerenciamento de conhecimento rico é vital.

Certifique-se de que a solução vai além de apenas despejar conteúdo bruto no cliente para incluir respostas fáceis de encontrar e orientação de conversação para autoatendimento ao cliente e serviço assistido por humanos.

É igualmente importante que a mesma base de conhecimento seja aproveitada em todos os pontos de contato do cliente para consistência e conformidade regulamentar, o que geralmente não é o caso.

Muitos consumidores reclamam que obtêm respostas diferentes de chatbots e agentes humanos, reduzindo a confiança na capacidade de atendimento ao cliente das instituições.

O que se quer dizer aqui é que, depois de resolver os problemas do cliente com conhecimento, certifique-se de otimizar suas operações de serviço e base de conhecimento com análises.

## **DICAS DE TREINAMENTO DE ATENDIMENTO AO CLIENTE**



### **Mantenha uma base de conhecimento interna**

Os clientes adoram quando os representantes de atendimento ao cliente têm excelente conhecimento sobre os produtos ou serviços.

Isso os leva a confiar na empresa e a ter a certeza de que os seus problemas serão resolvidos rapidamente. Portanto, os agentes da equipe de suporte devem ter pleno conhecimento de seus produtos e serviços.

## ATENDIMENTO AO CLIENTE: COMO SER O MELHOR

### 16

Organize o treinamento de atendimento ao cliente para eles em outro lugar para expandir sua base de conhecimento sobre as várias ferramentas necessárias para resolver as dúvidas dos clientes.

Você pode fornecer a eles materiais de treinamento de atendimento ao cliente em software de logística, CRM etc.

Isso ajuda seus agentes a processar a consulta do cliente com mais rapidez e reduzir o tempo de resolução de consulta, trazendo o índice de satisfação do cliente na direção positiva.

Realize treinamentos regulares e atualizações de produtos sobre os materiais de treinamento de atendimento ao cliente para dar aos seus representantes uma verdadeira compreensão do seu produto, bem como quaisquer mudanças no produto que afetem os clientes.

## Enfatize a empatia

A empatia não é apenas crucial para servir os clientes, mas sinceramente querer que eles sejam felizes e tenham sucesso.

Ser capaz de se colocar no lugar de um cliente e estar tão investido em encontrar uma solução para um problema pode ajudar sua equipe de atendimento ao cliente a chegar a essa resolução com muito mais rapidez e reter mais clientes.

Certifique-se de que seus programas de treinamento de atendimento ao cliente incluam o conceito simples de “cuidar”.

Nada cria clientes satisfeitos e produz relações de longo prazo com eles melhor do que uma organização cheia de funcionários que, realmente, se preocupem e demonstrem isso para os seus clientes.

Certifique-se de que seus funcionários tenham o hábito de perguntar sobre o bem-estar de seus consumidores.

Mais uma vez, ligada à empatia está a habilidade de ouvir ativamente. Treine seus funcionários para ouvir atentamente as declarações das pessoas e as respostas às perguntas.

## Defina claramente as expectativas

Sua equipe de atendimento ao cliente precisa ter expectativas claras. Eles querem ter sucesso, mas precisam saber como é o sucesso e como você julgará seus esforços.

Com base nos objetivos que você identificou, quantifique da melhor maneira possível as medidas de sucesso de atendimento ao cliente. Forneça essas medidas aos seus funcionários como as metas que eles serão encarregados de alcançar.

Um exemplo de ideias de treinamento de atendimento ao cliente que você pode experimentar, é pedir à sua equipe de suporte que lhe apresente demonstrações de produtos como se você fosse um novo cliente.

Desafie-os a explicar o produto (ou parte de seu produto) em cinco minutos.

Dê a eles o conhecimento, a autoridade, os recursos e as ferramentas de que precisam para controlar a situação, encontrar respostas, resolver problemas por conta própria e deixar os clientes felizes.

## **Envolva os melhores desempenhos no treinamento**

Como líder de equipe, é seu dever recompensar seus melhores desempenhos e motivar os outros membros da equipe a ter um bom desempenho.

Pedir a seus agentes de melhor desempenho ao vivo que participem de programas de treinamento de atendimento ao cliente aumentará o moral deles e lhes dará a chance de compartilhar suas experiências com outras pessoas.

Os novos podem aprender muito com as sessões geralmente preenchidas com vídeos de treinamento de atendimento ao cliente, uma vez que receberão conselhos sólidos e práticos.

Isso também motivará os outros agentes a ter um melhor desempenho para serem vistos com conhecimento e, em última análise, melhorar suas habilidades de atendimento ao cliente.

## **Treine sua equipe de suporte para melhorar suas habilidades de comunicação**

A maioria dos clientes afirma preferir o chat ao vivo, em decorrência da rapidez proporcionada e, também, porque esperam respostas instantâneas.

Mas, ao mesmo tempo, uma das principais habilidades de atendimento ao cliente em uma interação de chat ao vivo é a boa escrita.



Forneça a eles um treinamento online de atendimento ao cliente, no qual você treina seus agentes de chat para serem educados, usarem a gramática e a digitação corretas, sem erros de ortografia.

Isso ajudará você a transmitir uma imagem positiva de sua marca na mente dos consumidores e aumentar as chances de uma compra repetida.

## Mantenha uma atitude positiva

Treine sua equipe para ser positiva e enérgica, mesmo quando não lhes agrada. Isso é importante, especialmente em dias ruins, pois, só porque eles estão tendo um dia ruim, não significa que devam perder clientes.

Nada vai afastar mais rápido um cliente do que uma interação negativa com um funcionário que deveria fornecer um atendimento de qualidade e tirar todas as dúvidas do cliente.

A parte importante é como esse agente reage, mesmo se um cliente particularmente agressivo o estiver provocando em um dia particularmente ruim.

É inadmissível entre sua equipe exibir negatividade e isso deve ser totalmente abordado em seus programas de treinamento de atendimento ao cliente.

## Ensine os seus funcionários a implementar uma política de resposta rápida

Respostas rápidas e feedbacks imediatos devem ser incluídos em seu treinamento online de atendimento ao cliente. Se você tiver um



help desk, ensine-os a garantir que os clientes não sejam colocados em espera por longos períodos.

Estabeleça uma política segundo a qual todas as respostas a consultas comerciais de rotina devam ocorrer entre 24 a 48 horas. Nada irrita mais um cliente do que não receber um telefonema de volta ou não ter um e-mail respondido por dias.

Certifique-se de que sua empresa não sofra com esse tipo de negligência, pois mostra falta de seriedade, inépcia e falta de profissionalismo.

## Inclua insights de atendimento ao cliente para solução de problemas

Em essência, a solução de problemas é o objetivo do atendimento ao cliente. Embora existam muitos modelos de solução de problemas, aqueles que interagem com os clientes precisam ser rápidos. Não há tempo para brainstorming em grupo.

Seus clientes querem que seus problemas sejam resolvidos e eles querem resolvê-los agora. Um ótimo treinamento de atendimento ao cliente exige que você ensine sua equipe de suporte como chegar ao cerne dos problemas imediatamente e encontrar soluções.

Ofereça-lhes cursos de treinamento online de atendimento ao cliente. Você pode baixar artigos úteis sobre atendimento ao cliente e distribuí-los aos seus representantes de vendas.

Em seguida, discuta os pontos-chave dos artigos e como eles podem incorporar as ideias adquiridas ao que fazem no dia a dia.

## **Torne o treinamento de atendimento ao cliente envolvente e divertido**

Você deve treinar seus agentes de suporte ao cliente para usar as ferramentas certas. Essas ferramentas podem variar desde o uso de um painel de chat ao vivo até a criação de um tíquete no CRM.

Ofereça a eles vídeos de treinamento de atendimento ao cliente que visam fornecer melhor suporte aos seus clientes. Se o treinamento não for envolvente, não será eficaz.

Portanto, forneça uma combinação de ajudas de aprendizagem e experiências, incluindo treinamento conduzido por colegas para sua equipe. Atualize regularmente o programa para que ele nunca fique desatualizado.

Para ajudar os agentes do cliente a criar experiências autênticas que gerem lucros, negocie encontros complexos ou complicados com clientes.

Você deve combinar a encenação e outros programas de treinamento experiencial de atendimento ao cliente em seu treinamento.

Além disso, use gravações de vídeo de treinamento de atendimento ao cliente e transcrições de interações de serviço para treiná-los.



## **Escolha o conjunto certo de habilidades de atendimento ao cliente para sua marca**

Para implementar um programa de treinamento regular para um bom treinamento de atendimento ao cliente, você precisa delinear o tipo de habilidades que deseja que sua equipe aprenda.

Geralmente, as habilidades de atendimento ao cliente que você deve ensinar à sua equipe são muito simples. Coisas como sorrir, cumprimentar e usar uma linguagem positiva são cruciais.

Os membros da equipe são as primeiras pessoas que os clientes veem e se eles estão se aproximando de alguém que parece não querer estar lá, eles voltarão imediatamente e sairão do estabelecimento.

Os gerentes também devem treinar a equipe sobre como ser mais paciente e não perder a calma com clientes difíceis, mantendo a empatia e a confiança em tais situações.

## **Peça feedback**

Embora você possa achar que seu programa de treinamento e itinerário são perfeitos, não feche suas portas para melhorias.

Nem todos são iguais, então certifique-se de sempre verificar com seus trainees se eles gostaram da integração e do treinamento e se há algo que eles adorariam adicionar ou alterar.

Pode haver uma ou duas coisas que tornariam muito mais fácil a sua vida e a de seus futuros funcionários.

## DICA FINAL

Em sua essência, o atendimento ao cliente é muito mais complexo do que qualquer artigo online faz parecer. Mas isso não significa que a satisfação do cliente não possa ser alcançada.

Embora todas as empresas de diferentes tipos de setores tenham sua própria maneira de fornecer atendimento ao cliente, uma coisa é verdadeira para todas as equipes de atendimento ao cliente: a satisfação do cliente é a principal prioridade.

Portanto, seja qual for o seu setor de atuação, esperamos que você lide com todos os problemas de atendimento ao cliente da melhor forma possível e cumprindo as dicas destacadas neste ebook.

Hoje em dia, com a concorrência cada vez maior, um excelente suporte ao cliente se tornou um imperativo. E se você conseguir treinar e preparar sua equipe da melhor forma possível, já está a meio caminho do seu objetivo.



[www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br) | 0800 570 0800

