

# RELACIONAMENTO COM O CLIENTE: UMA GRANDE SAÍDA PARA GERIR A CRISE DO COVID-19

Covid-19, mais conhecido como Coronavírus é um vírus microscópico tão pequeno, mas que já vem causando grandes problemas e trazendo grandes desafios para o mercado e a sociedade. Como lidar com algo desconhecido, que gera tantas expectativas, dúvidas e angústias? A verdade é que não existe a resposta certa, a formula perfeita, mas sem dúvidas, uma saída é se fortalecer e estreitar os laços com os principais parceiros do negócio, os clientes, através de uma comunicação estruturada, transparente e eficiente. Vamos ver algumas dicas que podem ajudar essa comunicação em um momento tão conturbado.



## DISPONIBILIZE ATENDIMENTO ONLINE AO SEU CLIENTE

Com a redução do fluxo de pessoas nas ruas, é preciso pensar na forma de manter o atendimento com qualidade e velocidade. Existem muitos meios digitais que podem ser usados para o atendimento, são eles: E-mail, redes sociais, sites, entre outros.

A internet disponibiliza inúmeras ferramentas para você iniciar já o atendimento online para o seu cliente. Olha só:

- **Atendimento por e-mail:** O e-mail pode ser um diferencial no atendimento ao cliente, pois permite o envio a qualquer momento para o endereço oficial da empresa e gera maior confiança de resposta. A dica é estruturar como essa ação será realizada, para desenhar um fluxo e delegar as responsabilidades e tarefas. É muito importante estabelecer um padrão de horário e um prazo limite para respostas, assim você evita o acúmulo de solicitações na caixa de entrada e atende a solicitação do cliente. Além disso, pensar em uma identidade de resposta é essencial, pois por exemplo, se essa atividade for desempenhada por mais de uma pessoa, que elas possam ter um roteiro de como se expressar, em nome da empresa.
- **Atendimento pelas redes sociais:** O atendimento pelas redes sociais vem se tornando mais popular com o passar do tempo e com o aprimoramento das ferramentas. Esse tipo de atendimento é mais simples e, geralmente, mais rápido. Dessa forma, a dica para atendimento nas redes sociais é não deixar o cliente aguardando a resposta por muito tempo, o cliente não quer esperar 48 horas para receber um atendimento na rede social. Então organize bem o seu tempo ou a sua equipe para dar atenção a esses canais também!

Se tratando das redes sociais, cada uma tem uma característica diferente e agraga mais de certas formas. Entre as mais utilizadas estão:

**Whatsapp:** Velocidade e Acessibilidade, são essas as principais características da rede social mais utilizada no Brasil. Pela facilidade de uso, o Whatsapp consegue interligar empresas e clientes de uma forma bem completa, na qual é possível enviar mensagens de texto, audios, imagens, vídeos, fazer ligações, entre outras facilidades. Essa ferramenta deve-se focar no atendimento personalizado, onde o cliente se sente único em ter seu problema resolvido pela empresa. O tempo de resposta é o principal diferencial, já que espera-se que a empresa esteja sempre online, a disposição do cliente, ou pelo menos em alguns horários específicos do dia.

**Instagram:** Interação e engajamento, estes são os principais papéis dessa ferramenta. Fazer com que o cliente e a empresa estejam em sintonia, criar empatia com o cliente e mostrar para ele que ele pode contar com a empresa. Pelo caráter de grande alcance, a ideia de comunicação da ferramenta é algo mais generalista, mas cuidado, sem fugir do objetivo e valores da empresa, mantendo um discurso coerente e agregador. Essa ferramenta pode ser considerada como uma vitrine do negócio, com o apelo imagético muito forte, nos espaços para realizar postagens no feed, criar stories, lives, entre outras coisas, é um caminho perfeito para divulgação de produtos/serviços. Dica de ouro: focar na qualidade e criatividade da imagem a ser postada, afinal de contas, o primeiro contato com o cliente geralmente é feito por meio da imagem postada. Além disso, outra dica importante é focar no *Storytelling*, na contação de história, para que haja uma cronologia e interligação, quase que como um filme ou seriado.

**Facebook:** Informação e comunidade, são dois conceitos que descrevem bem a relevância do Facebook para os clientes. Nessa ferramenta, é possível aprofundar nas temáticas, através dos famosos posts “textão”, os quais são mais explorados e compartilhados, pelas próprias possibilidades da ferramenta. Esses compartilhamentos e pela disposição das informações no Facebook, é criado um caráter de comunidade muito forte, onde se permite criar grupos, que podem ser usados para discussão de certas temáticas, as quais seja de comum interesse.

Além dessas principais Redes Sociais, existem algumas outras que já existem no mercado há algum tempo, e outras um pouco novas que vem ganhando cada vez mais força:

**Twitter:** Melhor lugar para se obter informações quentinhas como notícias de mercado, que podem ser extremamente relevante para posicionar sua empresa, como atuante na rede social através de Tweets, ou como instrumento informativo, basta seguir os perfis certos para obter as informações certas, que tenham a ver com o seu interesse em questão.

**LinkedIn:** Tem um caráter profissional, a qual foi concebida para que as pessoas criassem seus perfis profissionais e pudessem dividir suas ações. Muitas empresas ganham destaque quando apostam em produção de conteúdo, isso é, quando criam postagens sobre temáticas que permeiam o ramo da empresa e se tornam referência no assunto.

**TikTok:** A nova aposta dos Chineses, que ganhou força no mundo todo. É bem intuitiva e permite que o usuário crie vídeos curtos, com opções de edições e efeitos mínimos, que dão asas à criatividade. Muitas empresas se destacam ao se utilizarem de muito humor, passo a passo, ou algum outro artifício para divulgar seus produtos ou serviços.

- **Atendimento pelo site:** Através do site da sua marca é possível abrir canais de atendimento ao cliente, que pode ser através de e-mail, um contato telefônico ou até mesmo um chat. É importante levar em conta que esse talvez possa ser uma das principais portas de entrada do cliente. Com a ascensão do Google, grande parte das pessoas dão o primeiro passo em busca de alguma empresa “dando um Google”, o que o leva muitas vezes ao site.

## **PARA A VENDA ONLINE: OFEREÇA CONDIÇÕES ESPECIAIS**

Para chamar atenção do cliente para o seu produto e facilitar a conversão da venda online, muitas empresas adotaram a prática de oferecer uma condição que chame a atenção e estimule a compra. Você pode criar um cupom de desconto, oferecer entrega grátis, atrelar um brinde ao produto, enfim... Vale usar a criatividade!

**Importante:** Avalie e planeje bem o tipo de desconto e mimos que a sua empresa pode oferecer para não comprometer a lucratividade.

Outra prática muito utilizada são as parcerias, aquele velho ditado de “Uma mão lava a outra”. Muitas vezes, duas empresas podem se juntar em uma estratégia de um serviço continuado, ou de um combo de produtos, os quais juntos, possam ser muito relevante para o cliente. Isso acontece muito com empresas de esporte, como academias e lojas de vestuário esportivo, ou cursos de inglês e agências de intercâmbio. O trabalho em rede é geralmente é muito inovador e pode gerar várias possibilidades!

## **PRODUÇÃO DE CONTEÚDO PARA CLIENTES E LEADS**

Durante o período de isolamento social, aproveite para movimentar seus canais digitais com conteúdos interessantes para o seu cliente e para despertar o interesse de clientes em potencial. Você pode utilizar o canal do Youtube, o perfil do Instagram, página no Facebook e outros canais de contato com clientes para estar em contato com eles, gerando informações sobre os produtos, ensinando-os algo novo e relevante ou até mesmo solucionando problemas.

Se você tem um restaurante, por exemplo, pode aproveitar o momento de baixa para fazer uma live ensinando uma receita rápida para os clientes fazerem em casa, por exemplo. Já uma loja de roupas femininas pode fazer uma live tirando dúvidas dos clientes sobre moda e tendências.

Essas ações fortalecem a presença da marca nas redes e mantêm o engajamento com o seu público. Comece planejando que tipo de conteúdo irá produzir e mão na massa!

Você pode medir os resultados dessas ações para avaliar o que os seus clientes mais gostam de assistir, assim é possível ajustar a produção de conteúdo para o que traz mais resultados.



## ESTIMULAR INTERAÇÕES NA REDE

A interação nas redes sociais, como curtidas, comentários e compartilhamentos, são importantes para manter e aumentar a visibilidade da sua página para as pessoas. Ou seja, quando você estimula o cliente a comentar na sua foto, marcar um amigo ou compartilhar a publicação, consegue destaque maior da página. No momento atual, em que as pessoas precisam estar em casa, a sua marca pode intensificar os estímulos de interações. Olha só as dicas para aumentar a interação:

- Use **hashtags** que têm sentido com a sua marca e o propósito dela
- Utilize **enquetes** nos stories do Instagram para ativar respostas e comentários
- Faça **pergunta** aos seus seguidores nos posts – “O que vocês acham?”, “Como vocês fariam?”

Novamente, use a criatividade para interagir com seus clientes nas redes e estimular o engajamento!

**Dúvidas? Ligue 0800 570 0800**



Baixe o nosso  
aplicativo.



SEBRAE