

The SEBRAE logo consists of three horizontal white bars above the word "SEBRAE" in a bold, white, sans-serif font, with three more horizontal white bars below the text. The logo is positioned on the left side of the image, partially overlapping a blue horizontal bar.

**SEBRAE**



**SAIBA COMO  
GARANTIR UM BOM  
RELACIONAMENTO  
COM SEUS CLIENTES**

# SUMÁRIO

- 1. Introdução > 3
- 2. Estratégias de relacionamento com clientes > 5
- 3. Usando o CRM a favor do negócio > 10
- 4. A importância de estar atento às críticas dos Clientes e resolver os problemas rapidamente > 13
- 5. Conclusão > 16
- Sobre o Sebrae Bahia > 18



# INTRODUÇÃO

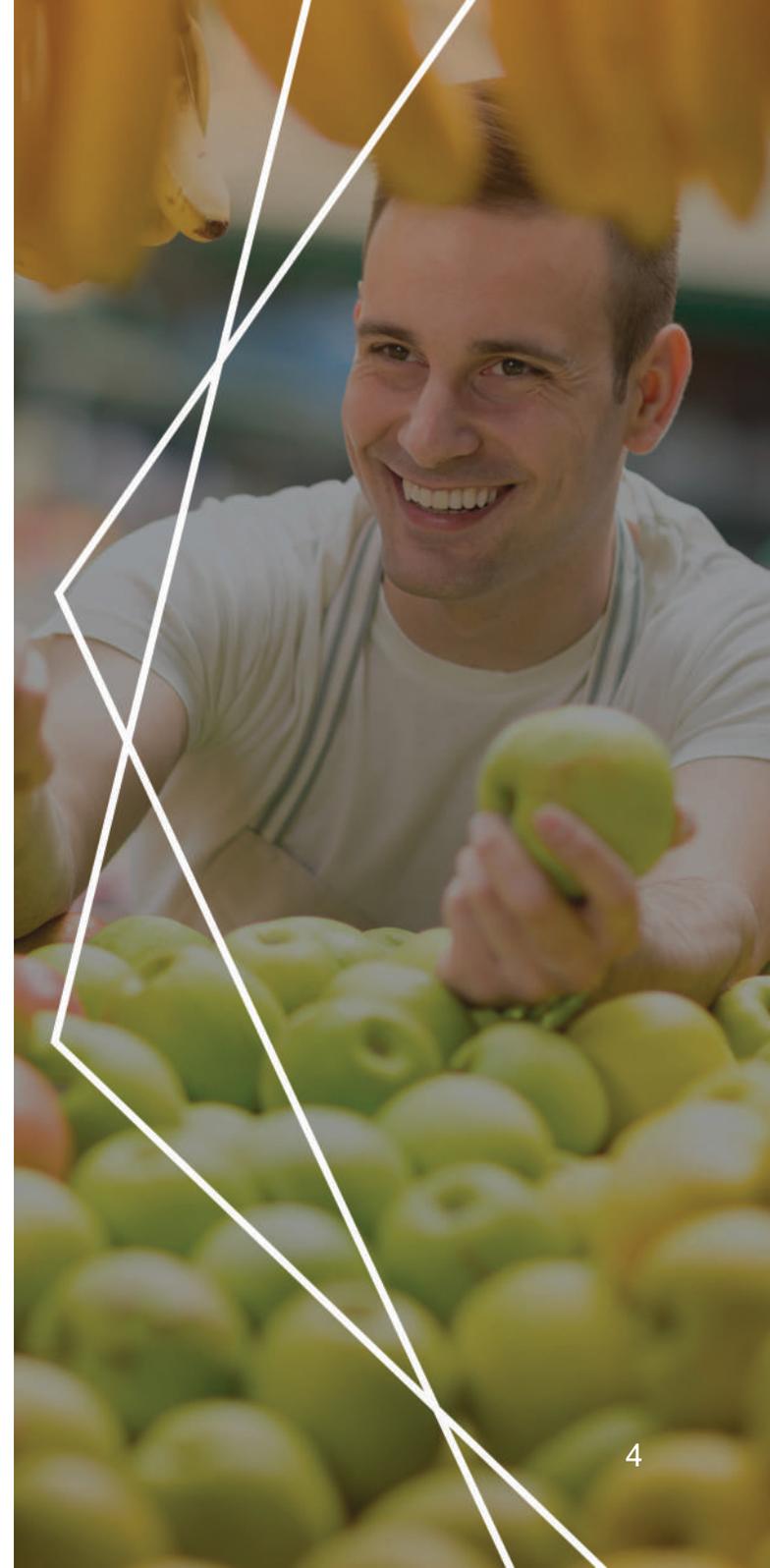
Todo consumidor entende que a situação mais desagradável que pode acontecer ao ter contato pela primeira vez com uma empresa ou uma marca é ser mal atendido. Para o empreendedor, também é a pior coisa que pode acontecer, pois o cliente dificilmente voltará e transmitirá a outras pessoas a experiência negativa que teve.

Como podemos perceber, o prejuízo é imenso. Por isso, investir no relacionamento com o cliente é essencial e lucrativo na gestão estratégica de um negócio.

O bom atendimento garante a fidelidade do consumidor à marca ou à empresa e possibilita o crescimento da carteira de clientes por meio do boca a boca positivo que o cliente satisfeito pode gerar. O potencial de engajamento que isso oferece influencia diretamente na imagem do negócio, o que pode representar novas e futuras vendas.

Como você já deve ter ouvido falar, manter um cliente fiel é mais barato do que conquistar um cliente novo e eles respondem por mais da metade das vendas.

Pensando nisso, desenvolvemos este e-book com várias dicas e questões que todo empreendedor deve se atentar para garantir um bom relacionamento com seus clientes. Afinal, o cliente fiel é uma das maiores riquezas de uma empresa e atendê-lo bem pode fazer a diferença entre o sucesso e o fracasso em um mercado cada vez mais competitivo.





# ESTRATÉGIAS DE RELACIONAMENTO COM CLIENTES

Para construir um bom relacionamento com seus clientes é fundamental que os processos que vão garantir os resultados estejam previstos no planejamento estratégico e na operação do seu negócio.

Vale ressaltar que a importância da função relacionamento com clientes não deve ser reduzida a apenas mais uma rotina do negócio, pois isso inibe a proatividade e criatividade do responsável pelo atendimento. Cada cliente deve se sentir especial e cada um apresentará, realmente, uma necessidade diferente dos demais.

Confira as ações básicas que devem ser realizadas para garantir um bom atendimento na sua empresa:

## **2.1 Comunique de maneira adequada**

Saber se comunicar é essencial para ter sucesso no atendimento ao cliente. Os responsáveis pelas áreas comercial e de atendimento (vendedores, operadores do SAC e até mesmo o próprio empresário) devem se preparar para transmitir informações de maneira objetiva, rápida e convincente.

Evite linguajar técnico demais ou sofisticado, pois pode soar falso para o cliente ou até mesmo arrogante. Além disso, se o consumidor for muito leigo, se sentirá constrangido, criando uma distância entre a oferta e mensagem da empresa e o que ele realmente deseja adquirir na sua proposta de compra.



## 2.2 Conquiste a confiança do cliente

Sabemos que a confiança é a base de qualquer relacionamento, seja familiar ou entre cliente e empresa. O que acontece é que jamais compramos confiança - ela deve ser conquistada.

Para isso, é necessário realizar um trabalho consistente em que cada ente envolvido no negócio cumpra exatamente o que se comprometeu a fazer ou entregar. Deixar a desejar no que foi contratado, combinado ou prometido é quebra de confiança na certa, que pode nunca ser reconquistada.

## 2.3 Tenha um diferencial competitivo

Não é fácil manter uma relação comercial em um mercado muito competitivo. Por isso é essencial ter um diferencial que faça seu cliente pensar duas vezes antes de trocar a sua empresa pela do seu concorrente.

O diferencial competitivo do seu negócio poderá se apresentar através de ofertas com menores preços ou ofertas de especialidades e de maior valor agregado para nichos específicos ou ofertas com excelência operacional, com eficiência e melhor atendimento. No entanto, qualquer que seja a sua estratégia de competição, deverá estar associada a um atendimento de qualidade, durante e no pós venda.

Não é simples garantir que seu produto ou serviço seja a melhor opção para os consumidores. Investir em inovações de produtos, marketing e processos só é possível com a ajuda de organizações voltadas a ajudar pequenas empresas, como o Sebrae. Não deixe de contar com o auxílio profissional dessas instituições.



## 2.4 Estimule feedbacks

O feedback, ou seja, o retorno de demandas e contato para o seu cliente demonstra maturidade da sua empresa, respeito e preocupação com as expectativas do consumidor. Não se esquive das possíveis críticas que poderão surgir nesse contato. Elas servem para a melhoria contínua da relação e o cliente vai gostar da demonstração de transparência por meio dessa atitude.

As vantagens de estimular o feedback são as seguintes:

- Identificação do seu público - conhecer o público é fundamental para sua empresa oferecer exatamente aquilo que ele procura.
- Passar uma imagem positiva - o feedback pode adiantar informações que poderiam se transformar em uma crise de imagem (reclamação em redes sociais, por exemplo). Com as informações em mãos sua empresa pode agir antes da repercussão negativa e evitar graves prejuízos de imagem e credibilidade.
- Verificar tendências de mercado - basear os serviços e os tipos de produtos oferecidos pela sua empresa em suposições é um grande erro. Usar os feedbacks para realizar pesquisa de mercado e se adaptar às exigências do consumidor é a decisão mais acertada para gerar vendas efetivas.



Os canais para realizar o feedback têm de se adaptar ao seu tipo de negócio. Não faz sentido, por exemplo, uma loja online se limitar a um telefone 0800. Nesse caso, os contatos mais efetivos são realizados por e-mail, redes sociais, chats e até mensagens por SMS.

Além de contar com canais de diálogo com os clientes, é importante investir em ferramentas de gestão do relacionamento, que podem oferecer módulos para pesquisas de satisfação e levantamento de dados sobre os perfis e hábitos de consumo da carteira de clientes (saiba mais sobre isso no próximo tópico).





# USANDO O CRM A FAVOR DO NEGÓCIO



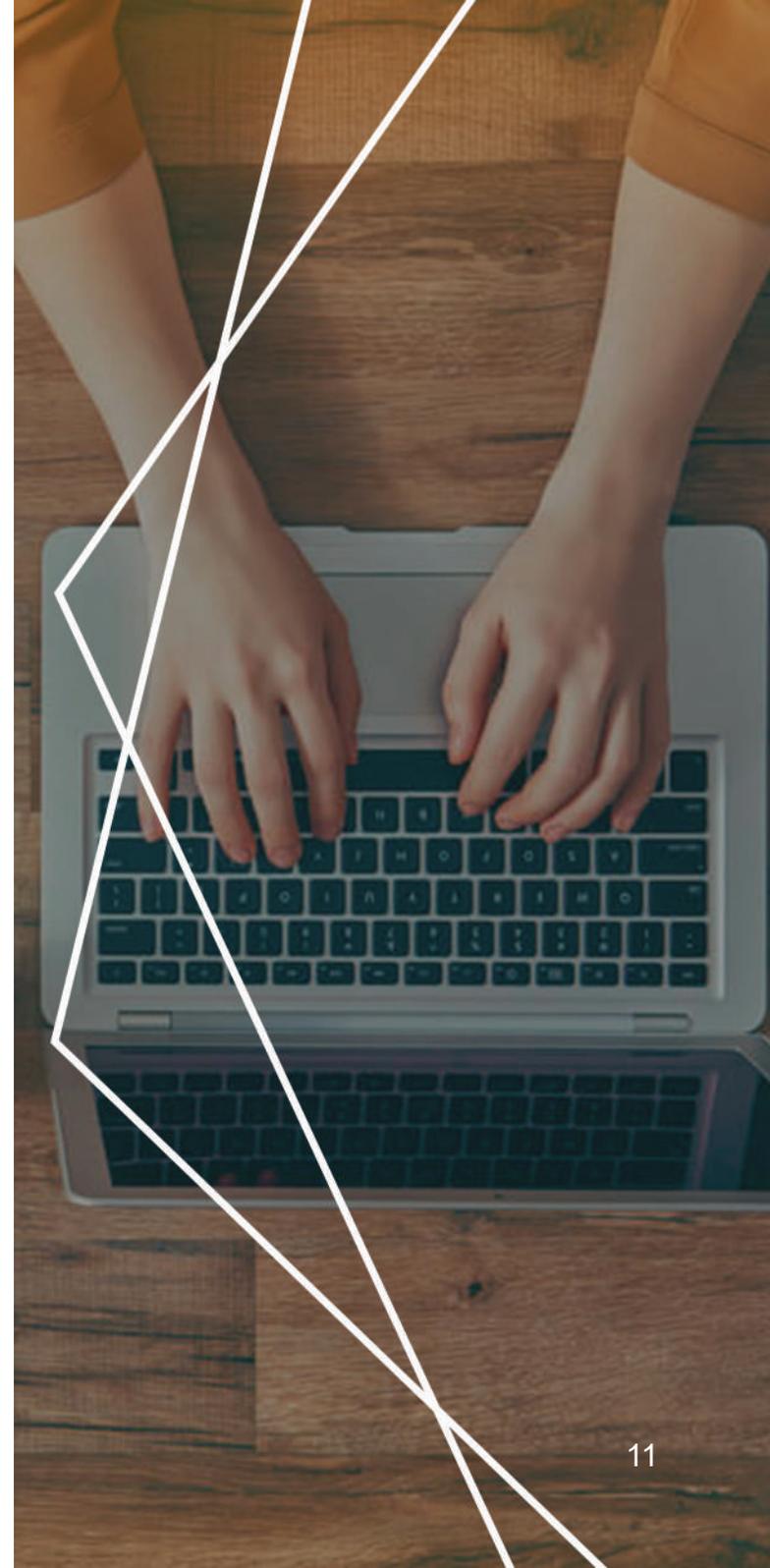
O CRM (sigla em inglês para Gerenciador de Relacionamento com o Cliente) é um sistema que padroniza e automatiza os processos relacionados ao atendimento. É uma ferramenta de gestão e como tal facilita a estratégia pois permite recolher e compilar dados sobre o comportamento de consumo da carteira de clientes.

Por meio da ferramenta é possível, por exemplo, verificar de onde vêm os melhores clientes em termos de valor e quantidades de compras, datas de aniversário, qual a faixa etária, sexo e uma infinidade de tipos de informações com potencial de planejamento para novas vendas.

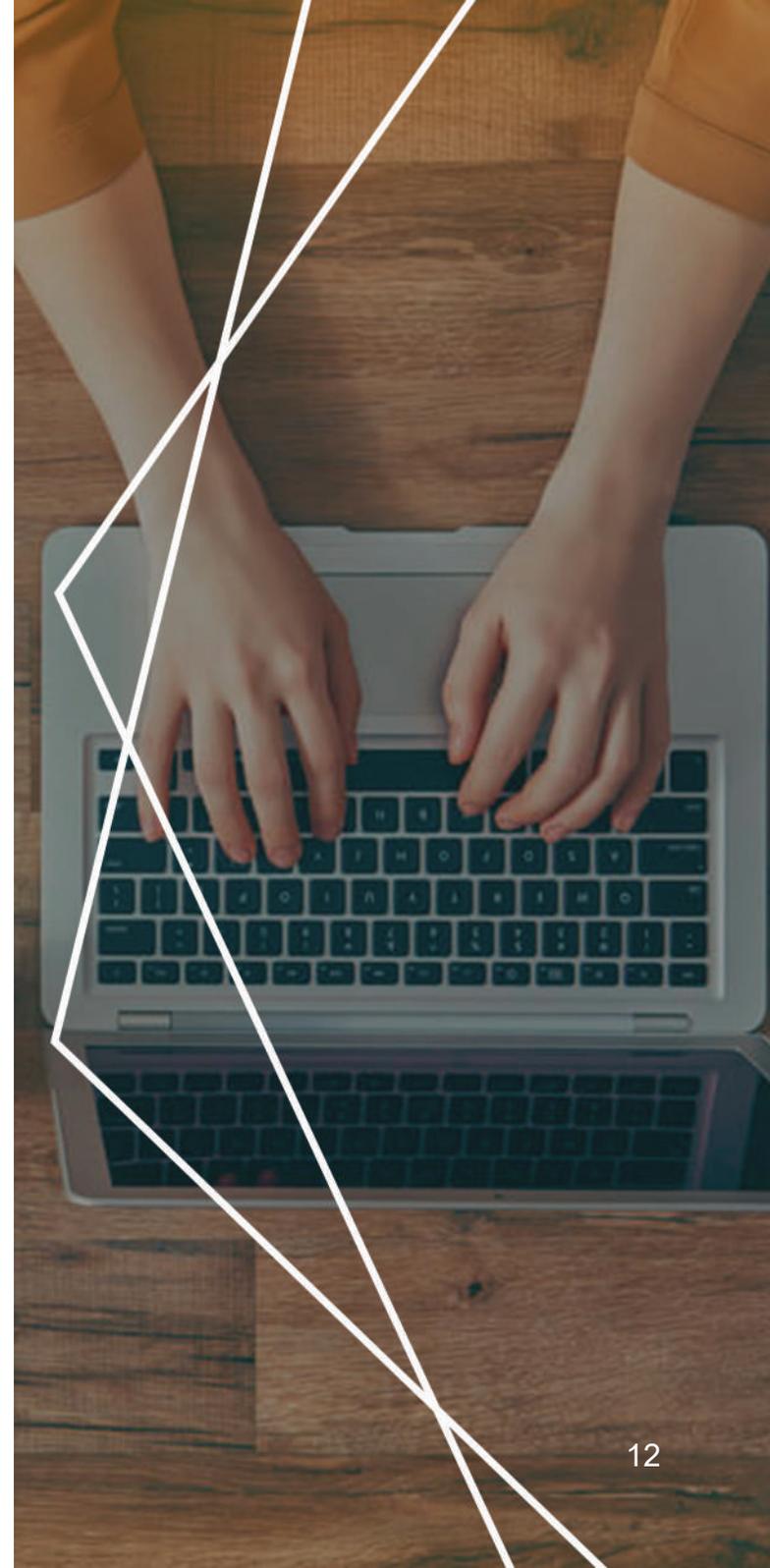
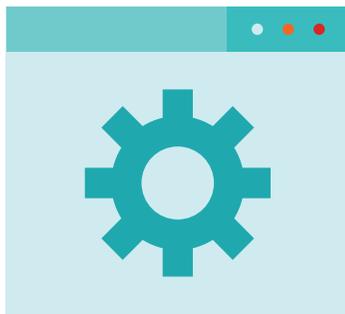
Vale destacar que um software CRM pode ser usado por qualquer tipo de empresa. Há opções online, inclusive. O sistema pode ajudar sua empresa a ser mais competitiva ao promover um relacionamento constante e assertivo com seus clientes.

### **3.1 Confira as principais vantagens do uso de um sistema CRM**

- Organização das informações - o sistema permite registrar as interações com cada cliente feito pela equipe de vendas. Não é necessário, então, arquivar planilhas em pastas separadas por ano e mês, que acabam dificultando o trabalho de gestão.



- Aumento da eficiência - como um sistema CRM dispensa o uso de papéis e pastas arquivadas, suas informações podem ser acessadas por meio de buscas inteligentes, o que ajuda a aumentar a eficiência dos processos de busca de dado de algum cliente.
- Atendimento mais rápido - não importa quantos clientes a empresa tenha registrada em sua carteira, o CRM consegue organizar as informações de tal maneira que todos sejam atendidos em suas especificidades. Cada cliente pode se sentir VIP com a atenção demandada a ele pela equipe de atendimento.
- Ajuda no planejamento estratégico - o planejamento estratégico tem de funcionar e o CRM ajuda a cumprir o que foi previsto pelo empreendedor. Isso é possível por meio da coleta de dados que o sistema realiza quando acionado.





**A IMPORTÂNCIA DE  
ESTAR ATENTO ÀS  
CRÍTICAS DOS CLIENTES  
E RESOLVER OS  
PROBLEMAS RAPIDAMENTE**

Um dos maiores erros que uma empresa pode cometer é não dar ouvidos às críticas, reclamações ou sugestões de seus clientes. Muitos empreendedores adotam uma atitude defensiva frente a algum problema apontado pelo cliente. Com isso, perde a chance de melhorar algum processo do negócio ou mesmo do produto ou serviço.

Acontece, também, desse comportamento defensivo atrasar a resolução do problema do cliente ou, na pior das hipóteses, deixar de resolver a situação. O resultado disso é a perda do cliente, além de prejudicar a imagem e reputação da empresa. Em casos extremos, o consumidor poderá abrir um processo judicial contra sua empresa.

A melhor maneira de lidar com um problema que aflige o cliente é responder à reclamação prontamente. Não deixe o cliente esperando, pois ele vai achar que está sendo enganado por sua empresa ou pior, que ele não é importante para você. Se não conseguir resolver a questão rapidamente, tenha o cuidado de ser transparente sobre as limitações e estabelecer um prazo para a resolução. Nessa hora, a habilidade de comunicar-se de maneira adequada e tempestiva é fundamental.

A interação com o cliente deve ser total. Ele deve se sentir importante e perceber que está sendo ouvido. Além disso, qualquer iniciativa deve ser reforçada de maneira personalizada, voltada a cada cliente individualmente, mesmo que a questão atinja mais de um consumidor.

Ele precisa perceber que a sua demanda está sendo tratada como única, personalizada.



## 4.1 Confira algumas dicas sobre como lidar com uma reclamação do cliente:

- ✓ Responda com calma - ninguém está imune ao erro, e às vezes um problema causa muita frustração e raiva no cliente. É importante você ou sua equipe manter a calma para lidar com o consumidor. Seja sincero com o cliente, deixe claro que pode ter havido algum erro ou engano, mas que você estará buscando a solução ou resposta no menor prazo de tempo possível !
- ✓ Priorize a resolução do problema - quando o problema aparecer, ele deverá ser tratado como prioridade pela equipe. Qualquer processo deverá ser tratado como menos relevante do que a situação que gerou insatisfação no cliente. Isso evita que um problema, mesmo que pequeno, se transforme em um grande transtorno que poderá trazer prejuízos para o negócio.
- ✓ Peça desculpas - pode parecer óbvio, mas muitas vezes passa despercebido. Quando você iniciar o contato com um pedido de desculpas, deixará o cliente mais calmo e mais aberto ao diálogo.
- ✓ Acompanhe o caso - neste item, voltamos a destacar a importância do follow-up. É fundamental conferir se o cliente ficou realmente satisfeito após a resolução do problema. Se for possível, dê um brinde para quebrar o possível desconforto provocado pela situação. Com certeza o cliente ficará com uma boa impressão, se sentirá grato e vai indicar a sua empresa, pela confiança gerada, apesar do incômodo que enfrentou.



**CONCLUSÃO**



Por meio da gestão eficaz do relacionamento com os clientes, sua empresa pode conseguir estabelecer um bom diferencial competitivo no mercado, com compradores fiéis e defensores da marca, algo apenas sonhado por muitos empreendedores.

Com um planejamento que utiliza processos integrados voltados ao bom atendimento, o número de reclamações tende a diminuir assim como a satisfação do cliente vai aumentar. Além disso, a interação vai permitir um diálogo permanente com seu público-alvo e o aprendizado em relação as tendências de mercado vai aumentar, o que permite a sobrevivência do seu negócio.

Vale ressaltar que a coerência entre o que sua empresa promete e o que ela entrega é a coisa mais importante quando falamos sobre bom relacionamento. Se o seu negócio não entrega absolutamente nada daquilo que gerou expectativa no cliente, de nada adianta qualquer tentativa de correção de rota ou contatos de feedback e gentilezas.

Para uma marca ser memorável, é importante que o mercado a perceba como honesta na sua proposta de oferta de valor, passando a percepção de uma boa relação custo x benefício para o consumidor.

Esperamos que este ebook tenha lhe ajudado a refletir e clarear as questões mais importantes voltadas ao relacionamento com os clientes da sua empresa.

Se você quiser se aprofundar ainda mais neste tema, não deixe de entrar em contato com nossa área de atendimento!





*Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas*

O Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) é um entidade privada sem fins lucrativos, que conta com uma rede de quase 700 pontos de atendimento presencial em todo o Brasil, sendo 27 somente na Bahia. Com o apoio e a orientação do Sebrae, as micro e pequenas empresas se fortalecem e geram mais empregos e renda para todo o Brasil.

O Sebrae na Bahia foi concebido para apoiar e fomentar a criação, a expansão e a modernização das micro e pequenas empresas do Estado, capacitando-as para cumprir, eficazmente, o seu papel no processo de desenvolvimento econômico e social. Para facilitar o atendimento em diversas regiões do estado, foram inauguradas diversas unidades de atendimento.

Desta forma, o Sebrae na Bahia fica ainda mais próximo de seus clientes, oferecendo soluções em educação, consultoria, acesso ao crédito e ao mercado, além de incentivar a abertura de novos pequenos negócios e a qualificação das empresas já existentes.

Tudo para fomentar o progresso econômico e social do povo.

 /sebraepe  @sebraepe  (81) 9 9194 6690  
0 8 0 0 5 7 0 0 8 0 0 • p e . s e b r a e . c o m . b r

