

SKU – 050.060

O atendimento ao cliente como diferencial competitivo



Fico pensando muito sobre isso: Por que será que mesmo sabendo que atender bem o cliente é um tremendo diferencial competitivo, não colocamos isso em prática para nos diferenciarmos?

Desde sempre, queremos ser bem atendidos, isso é comum para todos os seres humanos independente do estabelecimento onde estivermos. Dito isso por que será que é tão difícil?

Porque o atendimento depende de pessoas, cultura organizacional e treinamento. As empresas veem o treinamento como gasto e não como investimento.

Em minha experiência, como mentora e treinadora em consultórios e clínicas, os médicos proprietários sempre esperam de suas secretárias o melhor atendimento às pacientes, mas não costumam treiná-las para isso. Os pacientes passam mais tempo com as secretárias e em contato com elas do que com os médicos.

Existem estudos que mostram que mais de 87% dos clientes vão embora por causa do mau atendimento, portanto deixamos de fidelizar os clientes e fazer com que eles continuem conosco por causa de um mal atendimento e não por falta de qualidade nos produtos e serviços.

Quando começo uma mentoria ou um treinamento, parto do princípio que as empresas e consultórios já fazem o básico bem-feito, ou seja, entregam o produto ou serviço, com qualidade, a partir daí precisamos cuidar do restante. O restante é muita coisa e com a mesma importância.

O restante inclui processos bem alinhados, empresa bem gerida, metas x realizado, o atendimento e a experiência do cliente.

Para mim, o atendimento começa com o primeiro contato que o cliente tem com a empresa e não acaba nunca mais.

Se o cliente nos encontra pela internet, e não encontra o telefone de contato ou endereço, já perdemos aí, pois ele pode procurar por outra empresa. Apesar de tudo estar na internet hoje em dia, você se impressionaria se visse o quanto falta de informação sobre as empresas e como entrar em contato. Clientes gostam de ter contato!

No mundo pós pandemia, o contato das pessoas se tornou mais importante do que era antes. Queremos enquanto clientes, conseguir falar com alguém caso seja necessário. Adoramos a agilidade que a internet nos dá, mas também queremos saber que existe uma pessoa por trás do CNPJ. E isso não se limita apenas a uma busca no Google, nas redes sociais também queremos ver quem são as pessoas por trás dos “posts” profissionais e de venda, queremos saber sobre essas pessoas, o que nos dá inclusive a possibilidade de já imprimir os valores e cultura da empresa, por consequência, vai aproximar os clientes que tem a mesma cultura. Claro que isso não é regra, mas ajuda bastante.

Ultrapassando a primeira barreira, quando o cliente consegue contato, qual a acolhida que ele recebe: mensagem automática saudando e perguntando alguma coisa, ou uma mensagem (que também pode ser automática), mas com um pouco de mel nas palavras? Vou dar um exemplo: “Olá, sou da empresa Lana Gerardi, para dúvidas digite 1, reclamação 2?” ou “Olá, que bom ter você conosco! Como podemos te ajudar?” Ambas são mensagens automáticas, mas a segunda é bem mais calorosa que a primeira. Somente esse contato já nos dá a sensação de sermos bem-vindos ou se somos apenas mais um cliente. Qual mensagem você gostaria de receber?

A dificuldade no contato e essas mensagens se dão porque por muitos anos estamos tentando agilizar os processos (o que também não somos muito efetivos, tanto que demoramos para responder nossos clientes, seja reclamação ou não), e esquecemos que existe um ser humano por trás da mensagem. Se conseguirmos parar, e imaginar nosso cliente, certamente faremos uma mensagem de saudação muito melhor que essa que tenha a cara da empresa, que carregue a cultura nas palavras. Pense em um cliente que você gosta e como você o trataria, e reescreva as mensagens e saudações da empresa. Elas podem ser automáticas, mas precisam refletir a empresa, o cuidado que a empresa tem com o cliente. O que nos leva ao próximo tópico e muito importe: cuide do cliente!

Cuidado genuíno com o cliente, todo mundo fala e quase nenhuma empresa faz! O que é cuidar do cliente? É realmente querer resolver o problema do cliente, mesmo que a solução não seja algum produto ou serviço da empresa que estamos. Cuidar do cliente é estar atento às suas necessidades e ajudá-lo a resolver. É mais simples do que podemos pensar. Vejo empresários e médicos querendo fazer grandes reformas em suas empresas para atender melhor os clientes, mas será que é isso que os clientes querem? Será que é essa grande reforma o que falta para aumentar o ticket médio e fidelizar os clientes? Claro que reformar e deixar bonito e moderno é sempre maravilhoso e demonstra cuidado, mas se fizer todo esse movimento sem o simples, o básico bem-feito, sem o cuidar, não vai surtir efeito. Faça o simples, cuide do cliente.

Uma vez, em um consultório, presenciei uma senhora de seus setenta anos mais ou menos, saindo de uma consulta. Ela era super jovem e ativa, foi sozinha, muito independente. Ao sair da consulta, ela pegou o celular, e foi abrir o aplicativo para chamar um carro para levá-la à sua casa. Nesse momento ela teve dificuldade, afinal a tecnologia não era tão usual para ela. A secretária da médica, atenta à senhora, foi, sem que fosse solicitado, ajudar a pedir o carro, foi até fora do consultório e colocou a senhora dentro do carro. Minutos depois mandou uma mensagem para saber se ela tinha chegado bem em casa. Isso é cuidado genuíno com o cliente. A secretária não era paga para esse trabalho, não estava vendendo nada; ela simplesmente estava atenta à cliente e foi útil ajudando a resolver o problema naquele momento. Pergunto a

você: Essa paciente, algum dia, vai trocar de médica? Não dependeu em nada da parte técnica, mas do cuidado que ela recebeu. Isso fideliza! Isso nos diferencia!

Todos nós, independente de qual produto ou serviço, vivemos para resolver problemas. Os clientes não compram produtos ou serviços, compram resolução de problemas. Solucionar os problemas dos clientes, fazer com que eles sintam que estamos com eles, independentemente da situação, se eu vou ganhar alguma coisa ou não, faz com que tenhamos clientes, sempre!

Resolução de problemas = cuidado genuíno com o cliente = atendimento ao cliente.

No fim das contas não é difícil, é simples...é apenas parar para observar e cuidar! E é exatamente isso que vai nos diferenciar. É exatamente isso que nossos clientes esperam de nós.

Podemos ser realmente a mudança que esperamos. Vamos começar pelo que pode nos trazer um maior diferencial competitivo, vamos atender com excelência e cuidar dos nossos clientes! Tenho certeza que podemos fazer melhor! Vamos?

Informações do Autor

Lana Priscila Gerardi

Graduada em Administração de Empresas, com Pós Graduações em Marketing e Recursos Humanos. Vários títulos de desenvolvimento humano pela FGV, Equipe de Alto Desempenho; IFT; Programação Neurolinguística; Fale Melhor, Venda Mais; Competência Emocional; Gestão de Pessoas; Vendas e Motivação; Negociação Aplicada à Realidade. Ex-docente dos cursos de Graduação e Pós Graduação das Universidades Brás Cubas e UMC; Master Coach e Analista de Perfil Comportamental. Com experiência de mais de 20 anos em empresas como Eurofarma, Bayer. Atuou como gestora de vendas para a Ginecologia do Brasil pela BTL. E desde janeiro/2022, empresária e Ceo da Lana Gerardi Mentorias e Treinamentos para médicos.

lane@lanagerardi.com.br

Direitos Autorais

O conteúdo deste artigo é de inteira propriedade do “Autor”, e seus respectivos direitos autorais são protegidos pela Lei 9.610 de 19.02.1998. Qualquer uso, divulgação, cópia ou disseminação de todo ou parte deste material sem a citação da fonte, são expressamente proibidos.

Responsabilidades Autorais

Adicionalmente além dos direitos da posse do conteúdo, também incide sobre o “Autor” os deveres e responsabilidades sobre sua criação de conteúdo. Este artigo é de inteira responsabilidade do “Autor” e pode não refletir necessariamente a linha educacional, conceitual, ideológica ou programática da SBTD – Sociedade Brasileira de Treinamento e Desenvolvimento.

Key Words deste Artigo (em ordem alfabética)

- Atendimento
- Cliente
- Customer Centricity
- Execução com Excelência
- Gestão de Negócios-

