

## A Importância do Gerenciamento no Atendimento a Clientes

Saiba Como Gerenciar o Atendimento ao Cliente Com Qualidade Estudos recentes comprovam que a qualidade no atendimento ao Cliente tem muito mais importância nas decisões de compra dos consumidores do que a qualidade dos produtos. Pesquisas demonstram que apenas 14% dos consumidores voltariam a comprar numa determinada loja em função da qualidade dos produtos. Por outro lado, 68% afirmaram que voltariam a comprar numa loja em função do atendimento. Para piorar sabe-se que um cliente insatisfeito comenta com cerca de dez (10) pessoas sobre o seu descontentamento e, no entanto, o cliente satisfeito divulga sua experiência a apenas outros cinco indivíduos. Mas, atualmente, vivenciamos tempos de grande competitividade entre as empresas, os quais aliados as exigências do consumidor exigem que as organizações diferenciem seus produtos e serviços através de um excelente atendimento aos clientes antes, durante e após a venda. Nesta trajetória, as pessoas que lidam diretamente com o público devem receber toda atenção da organização e, além disso, a estrutura hierárquica precisa ser invertida. Ou seja, todas as outras pessoas na companhia devem facilitar o trabalho dos que estão na linha de frente, pois essa atitude permite que se preste mais atenção aos consumidores. Porém, em muitas empresas frente o vendedor se esforça para conquistar o cliente e a estrutura interna colabora e atrapalha. É muito comum o setor de crédito e cobrança negar o aumento do prazo de pagamento de algum cliente, ou a produção não querer personalizar o produto para aumentar seus custos de produção. Esquece-se de colocar o cliente "real" em primeiro lugar. Não um cliente imaginário que virá futuramente, mas o cliente de hoje com suas solicitações concretas, seus problemas e necessidades. O principal obstáculo à melhoria no atendimento aos clientes externos é a mentalidade de enxergar apenas o papel formal que cada um ocupa na organização e, em consequência disso, observamos várias atitudes que acabam neutralizando os esforços de quem trata diretamente com o público. Em algumas empresas, por exemplo, não há interesse do setor financeiro que os vendedores externos recebam suas comissões em dia, pois sua maior preocupação seria com o seu próprio departamento e não com a firma como um todo. Ou uma recepcionista pode considerar que não faz parte do seu trabalho informar algo sobre a empresa, mas apenas repassar as ligações telefônicas e encaminhar os visitantes aos respectivos setores. Sendo assim, para aumentar a qualidade dos serviços prestados aos clientes é necessário que todos estejam conscientes do seu papel, cabendo a empresa implantar ações focadas no público interno — os funcionários — com o objetivo de conscientizá-los para a importância do atendimento de excelência ao cliente externo. Diante disso, cabe a organização divulgar a identidade de que todos os funcionários são clientes de todos, em um determinado momento. Cada pessoa deve encarar o destinatário do seu serviço como um cliente e, dessa forma, se a recepcionista atender um telefonema deve tratá-lo como um cliente na linha. O assistente que prepara um relatório deve encarar seus destinatários como clientes. Ou seja, perguntando-lhes se estão sendo úteis, se eles gostaram das modificações ou se eles necessitam continuar recebendo os informes. Portanto, a fim de gerenciar o atendimento ao cliente com qualidade cabe a direção da empresa: • Treinar constantemente seus colaboradores a fim de que eles encarem suas tarefas como se fossem dirigidas a um cliente externo (ou interno). Proporcionar flexibilidade em relação às normas da organização, priorizando a qualidade do serviço. Conceder autonomia aos colaboradores que se relacionam com os clientes externos. Prestar atenção às solicitações e demandas dos consumidores, ouvindo-os com atenção.

## Sobre o Autor

Professor, consultor e palestrante. Articulista do Jornal do Comercio (RJ) e co-autor do livro: "Trabalho e Vida Pessoal - 50 Contos Seleccionados" (Ed. Qualitymark, Rio de Janeiro, 2001). Por mais de 20 anos treinou equipes de Atendentes, Supervisores e Gerentes de Vendas, Marketing e Administração em várias empresas multinacionais de bens de consumo e de serviços. Elaborou o curso de "Gestão Empresarial" e atualmente ministra palestras e treinamentos "in Company" nas áreas de Marketing, Administração, Técnicas de Atendimento ao Cliente, Secretariado e Recursos Humanos. Graduado em Administração de Empresas, especialista em Marketing e Gestão Empresarial, com MBA em Marketing no Mercado Globalizado e complementação pedagógica. Contatos: [jcss\\_sc@click21.com.br](mailto:jcss_sc@click21.com.br) ou [jcss\\_sc@yahoo.com.br](mailto:jcss_sc@yahoo.com.br) (21) 2233-1762 / (21) 9348-4170 / [www.profigestao.blogspot.com](http://www.profigestao.blogspot.com) <http://br.linkedin.com/pub/julio-cesar-s-santos/25/544/1b8> <https://profiles.google.com/u/0/professorjulio59/about?hl=pt-BR&tab=wh>