Script de **atendimento** para gestores e atendentes

Como realizar um bom atendimento?

Você já pensou sobre isso? Refletindo sobre a dificuldade que algumas empresas têm de organizar o atendimento ao cliente e orientar seus colaboradores, montamos um script exclusivo!

octadesk

É um script tanto para o atendente como para o gestor de atendimento. Afinal, vocês são uma equipe e devem trabalhar juntos! Apesar disso, também entendemos que cada um tem suas responsabilidades e seu papel dentro de um time. Por isso, ao longo desse manual, separamos algumas dicas para os gestores e algumas para os atendentes.

Também vamos indicar algumas boas práticas e te ajudar a lidar com situações frequentes da área de atendimento.

Nosso objetivo aqui não é construir um roteiro para ser seguido à risca, já que não queremos robotizar o atendimento. Você deve entender esse manual mais como um norte a ser seguido, adaptando de acordo com sua estrutura de atendimento, suas necessidades e seu modelo de negócios. É importante que o processo de atendimento seja natural e espontâneo para não engessar a comunicação.

Apesar de esse script ser focado em atendimento, ele não se restringe a uma única área, afinal, outros setores da empresa também lidam com o cliente, como vendas, marketing, implementação, etc.

Esperamos que você aproveite nosso material!

1. Antes de começar o atendimento...

Separamos algumas perguntas para gestores e atendentes fazerem para si mesmos antes mesmo do atendimento começar. Está preparado para respondê-las?

Perguntas para o gestor

- Meu funcionário tem facilidade para lidar com o cliente?
- O atendente tem controle emocional e consegue manter a tranquilidade diante de um cliente irritado?
- O colaborador tem facilidade para resolver problemas e está sempre buscando a melhor solução para o problema do cliente?
- Eu ofereço aos meus colaboradores um manual detalhado sobre meu produto/serviço e sobre a cultura da minha empresa?
- Costumo acompanhar cada um dos membros do meu time de atendimento para entender como eles estão performando?
- Organizo treinamentos e workshops de atualização para meus colaboradores?
- Meu time de atendimento tem autonomia para lidar com os clientes?

Dica para o gestor: Você respondeu não a alguma dessas perguntas? Então, fique atento ao que você não está fazendo. É importante avaliar seus funcionários e tentar suprí-los com aquilo que falta.

O colaborador precisa ter um perfil de atendente, gostar de lidar com cliente e ter certa facilidade com isso. Seu papel como gestor é estimulá-lo e ajudá-lo a desenvolver essas características Por isso, é importante oferecer um manual detalhando o produto ou serviço bem como as normas e procedimentos da empresa. Além disso, oferecer autonomia ao seu time de atendimento é essencial para que ele realize um trabalho mais eficiente e oriente o atendimento de acordo com as necessidades de cada cliente.

Perguntas para o atendente

- Tenho conhecimento detalhado sobre o funcionamento do produto/serviço que a empresa oferece?
- Me sinto preparado para responder quaisquer questões sobre o produto/serviço?
- Sei, detalhadamente, quais são as normas, processos e procedimentos da empresa?
- Caso você utilize algum sistema de atendimento: Tenho facilidade para interagir com a plataforma de atendimento ao cliente; sei como ela funciona e conheço todas as possibilidades que ela oferece?

Dica para o gestor: Se o atendente responder não a alguma dessas perguntas, é importante orientá-lo.

Lembre-se que, caso seu funcionário não tenha conhecimento a respeito do produto/serviço oferecido ou da plataforma de atendimento, você - ou algum colaborador que tenha esse conhecimento - deve passar as informações a ele da melhor forma possível, sem intimidá-lo ou julgá-lo por não saber. Estamos tentando construir um time coeso e qualificado de atendimento, então, a aprendizagem faz parte do processo.

Dica para o atendente: Caso você ainda se sinta inseguro a respeito de alguma característica sobre o produto ou serviço que sua empresa oferece, monte uma tabela com tudo o que você precisa saber sobre aquilo que o cliente adquiriu.

Inclua funcionalidades, benefícios, diferenciais, informações sobre garantia, renovação, assistência técnica e tudo que fizer sentido para aquilo que sua empresa vende. Assim, toda vez que alguma dúvida surgir, você pode consultar o seu material. Você vai perceber que, com o tempo, vai internalizar esses conteúdos e o atendimento fluirá melhor. Persista!

2. O atendimento

Agora que você já sabe do que precisa para realizar um atendimento, veja, agora, o que fazer durante a comunicação com o cliente!

Mapeando as dores do seu cliente

Em qualquer atendimento, é fundamental saber quais as dores do cliente para que se possa resolvê-las da maneira mais adequada possível. Para isso, algumas perguntas podem ser relevantes para entender o que o seu cliente precisa. Confira os passos que montamos para você entender e resolver os problemas do seu cliente:

1° passo - entender o problema do cliente

Quando um cliente procura a sua empresa para reportar um problema, tente torná-lo o mais palpável possível para que você saiba exatamente o que tem que ser feito para resolvê-lo. Nessa hora, vale, por exemplo, pedir fotos de um produto quebrado, prints de tela para entender onde o serviço falhou, ou quaisquer exemplos que tragam mais detalhes do que aconteceu com o que o cliente comprou. Às vezes, apenas um e-mail escrito ou uma ligação telefônica não dão conta de explicitar o ocorrido; por isso, os exemplos são importantes.

Além disso, ouça calmamente o que o cliente tem a dizer e, depois, repita o que ele reportou como problema para confirmar se o que ele quis dizer é o mesmo que você entendeu.

Dica para o atendente: Para dinamizar o atendimento e conduzi-lo à melhor solução, é importante utilizar perguntas abertas e fechadas. Abertas são aquelas que exigem respostas mais articuladas.

Um exemplo de pergunta aberta é "Como posso ajudá-lo?" Assim, você abre para o seu cliente expor qual problema ele tem. Já perguntas fechadas são aquelas que oferecem apenas alternativas para o cliente escolher, exigindo respostas mais objetivas. Um exemplo é "Você prefere conversar às 18h ou às 19h?". Com isso, o cliente precisa escolher uma ou outra opção que você ofereceu.

2° passo - resolver o problema do cliente

Agora que você já entendeu o que aconteceu, é preciso avaliar a melhor forma de resolver o problema. Às vezes, você consegue resolver o problema do cliente em um primeiro contato, mas pode acontecer de a resolução não depender apenas de você. Por isso, faça um levantamento de quais áreas da empresa você precisará mobilizar para resolver a dor do cliente.

Lembre-se de que esse processo de decisão sobre o que fazer deve ser rápido e assertivo. Por isso, reforçamos que o atendente deve ter um amplo conhecimento sobre os produtos/serviços e as normas da empresa. Caso você não saiba, de modo algum, resolver o problema do cliente, repasse a questão para alguém que, certamente, saberá resolvê-la; o objetivo tem que ser sempre evitar ao máximo a transferência de ligações.

Dica para o atendente: Compartilhe as informações de atendimento com os outros membros da equipe, assim, caso o cliente precise ser atendido novamente e você não for o responsável por esse atendimento, seus colegas saberão do que se trata e o cliente não precisará repetir todas as informações novamente.

Um jeito descomplicado de ter essas informações sempre à mão é organiza-las com um sistema de atendimento.

3° passo - finalizar o atendimento

Você deve finalizar o atendimento com a mesma dedicação com que o começou. Não importa o quão difícil foi aquele atendimento, é preciso manter a postura até o final e não perder a linha. Feche o atendimento com empatia, mostrando-se aberto a atender o cliente novamente caso ele precise. É importante manter o canal de comunicação aberto para que o cliente se sinta acolhido pelo atendente e confie cada vez mais na empresa.

Dica para o gestor: Ao final de cada atendimento, rode uma pesquisa de satisfação para mapear o que o cliente achou e, então, ir implementando melhorias contínuas no seu relacionamento com ele.

3. Cenários possíveis e boas práticas de atendimento ao cliente

Pensando em uma abordagem mais prática, resolvemos listar alguns cenários muito comuns de quem trabalha na área de atendimento. Te damos algumas possibilidades de lidar com eles no seu dia-a-dia. Veja!

O cliente tem dúvidas sobre o produto/serviço

O que fazer?

É sempre importante atender as solicitações do cliente o mais rápido possível, para não deixá-lo esperando pelo atendimento.

Agora, para resolver dúvidas mais frequentes e simples de serem respondidas, você pode adotar uma base de conhecimento. Ela funciona como um "banco de respostas" para facilitar o autoatendimento por parte do cliente. assim, se ele tem alguma questão, é só acessar essa base para consultar as respostas. Isso também pode que um jeito de aumentar a produtividade da sua equipe, que pode se dedicar a questões mais complexas.

O cliente fez uma reclamação/reportou um problema a respeito do serviço/produto

O que fazer?

Primeiro, você precisa entender exatamente qual o problema do cliente para evitar um ruído na comunicação.

Uma vez que você entendeu esse problema, é hora de encaminhar a solução. Se, por exemplo, o cliente reclamou sobre atraso nos prazos, é preciso mapear o que aconteceu para dar uma justificativa a ele. Mesmo que isso não alivie muito a situação, o cliente não fica sem explicação para seu problema.

Nesses casos, é importante dar uma previsão de quando o problema será resolvido e ir avisando o cliente em caso de qualquer mudança a respeito do que lhe foi passado. Além disso, o quando o cliente faz uma reclamação o mais comum é que o humor dele não seja o dos melhores naquele momento. Aqui, você precisa manter a paciência e a empatia para conseguir conduzir o atendimento da melhor forma possível.

O cliente deu um feedback negativo

O que fazer?

O mais importante nessa situação é escutar o cliente (ou, no caso de um feedback por escrito, ler com atenção o que ele escreveu).

Em um segundo momento, mesmo que você discorde da opinião do cliente, você precisa levá-la em consideração e mostrar que ela é importante para a empresa. Se o cliente dá um feedback negativo, mas acompanhado de alguma sugestão, também é recomendado colocar o cliente a par das mudanças sugeridas, se foram acatadas, como estão sendo trabalhadas e etc. Além de gerar um sentimento de confiança nele, ele perceberá que a empresa está disposta a receber sugestões, o que pode ajudar muito no desenvolvimento de um produto ou serviço, pois se trato do olhar do usuário.

Além disso, sempre anote o feedback negativo e realmente volte a ele depois. Não adianta anotá-lo e não fazer nada com ele. Se você mapeia o feedback dos clientes, consegue ver uma recorrência, quais sao as principais reclamações, dúvidas e sugestões. Com isso, consegue priorizar aquilo que precisa ser resolvido com maior urgência, de acordo com a opinião dos seus clientes.

O cliente quer desistir/desistiu da compra

O que fazer?

É claro que aqui sua ação vai depender do motivo pelo qual o cliente desistiu da compra. Se o motivo for o preço do produto, você pode oferecer condições especiais de pagamento ou até um desconto.

No caso de e-commerce, o abandono de carrinho e a desistência de boleto são situações muito comuns. Nesse momento, vale investir em gatilhos e automação de marketing, mandando, periodicamente, e-mails personalizados lembrando que o carrinho de compra do cliente está esquecido. Também vale perguntar os motivos da desistência da compra e oferecer benefícios, como frete grátis.

Além disso, entendendo a necessidade do cliente, você pode oferecer produtos de qualidade semelhantes que resolver bem a dor que ele tem mas que são mais baratos do que aquele produto que ele viu e deixou de comprar pelo preço.

Se o cliente diz que desistiu de comprar porque encontrou um produto semelhante na concorrência, você deve mostrar os diferenciais do seu modelo e explicar por que ele é a melhor opção, mesmo que seja um pouco mais caro. Nessas horas, questões como durabilidade, qualidade do material, garantia e assistência técnica podem fazer a diferença.

Dica para o atendente: Como dissemos, você precisa saber muito sobre o produto da sua empresa; mas também é essencial que você conheça em detalhes o produto de seus concorrentes.

Só assim conseguirá mostrar para o cliente as vantagens que o seu produto tem em relação aos outros. Uma sugestão é você buscar por resenhas a respeito desses produtos concorrentes para entender os pontos que mais desagradam os clientes e usar isso a favor do que sua empresa vende.

O cliente quer cancelar/cancelou o serviço

O que fazer?

Aqui, vale utilizar estratégias de retenção, perguntar o que aconteceu, por que o cliente está cancelando o serviço e oferecer oportunidades para ele continuar com a empresa.

Lembra que falamos sobre a autonomia da equipe? Então, nesse momento, ela é importante, porque seu atendente está numa situação limite: o cliente está prestes a desistir do serviço e o atendente precisa oferecer algo para ele ficar. Se o colaborador tiver que esperar a aprovação de terceiros, o cliente vai embora.

É preciso lembrar que cada cliente cancela um serviço por motivos diferentes. Então, o atendente precisa analisar caso a caso para decidir qual a melhor estratégia. Descobrindo o motivo real do cancelamento, você pode oferecer a solução mais adequada.

Algumas perguntas para mapear o que motivou o cancelamento e que podem ser feitas para o cliente nessa hora são:

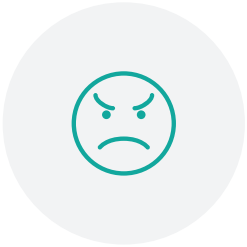
- Como nosso serviço te ajuda? Como você gostaria que ele te ajudasse?
- Tem alguma funcionalidade que não te agradou?
- Você está tendo dificuldade com alguma funcionalidade específica?
- O que você acha de mudarmos a forma de pagamento?
- O que você acha de um desconto para te ajudar?
- O que você de um treinamento exclusivo para te ajudar a aproveitar ainda mais o nosso serviço?

Se o cliente não está conseguindo mais pagar pelo serviço, por exemplo, você pode negociar um desconto ou combinar uma forma de pagamento diferenciada para ele. Se o cliente está insatisfeito com as funcionalidades porque não está conseguindo utilizá-las da melhor forma, você pode oferecer um treinamento para ele aprender e ainda oferecer ferramentas complementares, aproveitando a oportunidade para vender mais.

Nessa horas, algumas frases também podem ser utilizadas para tranquilizar o cliente e passar confiança e credibilidade a ele:

- Não se preocupe, podemos te ajudar nisso.
- Podemos negociar a forma de pagamento.
- Você é um dos nossos melhores clientes. Vamos achar uma solução para isso.

O cliente está nervoso



O que fazer?
Lidar com um cliente nervoso não é nada fácil, mas é necessário manter a calma diante de uma situação como essa.

Se o cliente está irritado, vá na contramão e o atenda com a maior tranquilidade possível, mantenha seu tom de voz e seja empático. Se você agir assim, é possível que o cliente perceba que está tendo uma reação desproporcional e se controle. Caso isso não aconteça, mantenha a paciência e conduza o atendimento até o final, tentando entender do que o cliente precisa e resolvendo o problema dele da forma mais rápida possível. Nessas horas, vale oferecer benefícios exclusivos, para mostrar que a demanda do cliente está sendo tratada como um caso especial, porque ele é importante para a empresa.

Dica para o gestor: Diga aos seus colaboradores que eles não devem levar as grosserias de um cliente irritado para o lado pessoal.

Reforce a importância do controle emocional nessas horas; inclusive, você deve estimular o desenvolvimento dessa habilidade. Ofereça materiais sobre o assunto ou organize palestras e workshops que ensinem os colaboradores a agirem com calma e eficiência em situações difíceis.

Chegamos ao fim do nosso material, mas esse é só o começo para o seu atendimento se tornar um sucesso entre os clientes! Esperamos que você tenha aproveitado nossas dicas e coloque nosso script em prática o quanto antes. Depois, conte os resultados para nós! Até a próxima!

octadesk
www.octadesk.com