

Como manter-se na vanguarda no atendimento ao cliente

Manter-se na vanguarda do atendimento e manter a excelência que está baseado em 3 pilares importantes de sustentação, promessas, expectativas e percepções, podem fazer a diferença nos resultados de eficiência e satisfação do cliente.

08/09/2016 10:03:05

Existem muitos artigos, cartilhas e receitas para se garantir a satisfação do cliente. Todas elas parecem fáceis e simples de serem seguidas. Porém o que é simples, muitas vezes é também o mais difícil de aplicar. Um dos exemplos clássicos é o que acontece no processo de relacionamento com os clientes. As empresas criam novos canais, investem em tecnologia, mas nem sempre deixam seus clientes satisfeitos.

Quando falamos de relacionamento com o cliente, não podemos considerar apenas um único e simples tipo de atendimento. Uma relação envolve um processo com um período maior de tempo, com várias experiências vividas entre o cliente e a empresa. Geralmente se apoia em três pilares importantes: promessas, expectativas e percepções. O consumidor quando compra um produto ou serviço de uma empresa começa a partir deste ponto a experimentar esta relação. Ele recebe uma promessa, é gerado dentro dele uma expectativa a qual pode ser atendida ou não e em ambos os casos como resposta, ele cria uma percepção. Se a maior parte das percepções geradas for negativa, ele perde a confiança na empresa. Isso pode levar, em última instância, no rompimento da relação. Por outro lado, se as percepções forem, em sua maioria, positivas ele cria uma relação de confiança a qual, com certeza, será lembrada no futuro.

A excelência em atendimento é saber trabalhar com estes três pilares, criando o equilíbrio ideal. As empresas precisam tomar bastante cuidado com suas promessas. Deixar o cliente satisfeito momentaneamente com falsas promessas é um dos erros mais básicos. É melhor prometer aquilo que possa ser cumprido, o que inclusive diminui a probabilidade de problemas, e atender as expectativas do cliente. Para os casos de problemas, que seguindo estas premissas serão a minoria, é de extrema importância envolver o cliente imediatamente. Quando a empresa assume o erro e mostra que quer consertar, desde o primeiro atendimento, e que está do lado do cliente, a percepção que poderia ser ruim passa a ser positiva. Ele se sente respeitado. Claro que existe um limite para isso, continuar errando nas promessas e ficar pedindo só desculpas, também pode parecer um processo meramente burocrático.

Em todo o processo é importante manter o cliente sempre informado e seguro. O que mais cria irritabilidade é ter que relatar mais de uma vez o problema, para pessoas diferentes, como que se tivesse que insistir para alguém escutá-lo. Este tipo de coisa mostra um enorme despreparo da empresa ao lidar com certas situações que os clientes esperavam que ela estivesse preparada.

Para manter estes três pilares, as empresas precisam investir em tecnologia, processos e pessoas. No geral, os clientes buscam uma experiência que exija pouco esforço. Esperam por serviços consistentes e de resoluções rápidas.

Com este objetivo, a tecnologia precisa ter foco em dois aspectos: a captação de dados e geração de informações. Quanto mais estruturada e organizada estiverem as informações, mais fácil fica conseguir gerir o ciclo de vida do cliente. Muitas empresas possuem diversos canais de comunicação, pessoas prontas para o atendimento, porém pecam nas informações que são inconsistentes ou incompletas. Outro aspecto importante é a criação de canais para os clientes se comunicarem com as empresas. Estes serviços precisam ser fáceis, objetivos e realmente resolverem os problemas dos clientes. Um exemplo, são como os bancos privados vêm usando a tecnologia para sempre estarem em contato com seus clientes. Ferramentas como aplicativos em smartphones, internet, telefones, gerentes a disposição 24 horas através de aplicativos de mensagens, são alguns exemplos de tecnologias na criação de canais de comunicação.

Para os processos é importante desenhá-los com foco na solução dos problemas. Claro que os clientes não ligam apenas para reclamar, existem dúvidas, solicitações, até possíveis compras novas, porém tudo isso deve ser encarado como algo que precisa de uma solução. O foco deve ser no resultado final. O cliente precisa conseguir chegar onde quer, sem precisar acionar a empresa mais de uma vez. Sem se sentir em um labirinto. Quem tem que indicar os caminhos necessários para se chegar à solução é o processo de atendimento, sempre de forma rápida e eficaz.

E, por fim, as pessoas direcionadas ao atendimento precisam entender o seu papel como ponto de interação do cliente e com a empresa. Uma parte forte da experiência vivida pelo cliente se dá na interação entre estas pessoas a qual precisa ser baseada na cordialidade, paciência e um árduo preparo sobre os assuntos a serem abordados.

Concluindo, as empresas que estarão na vanguarda do atendimento ao cliente, serão aquelas que entenderem e usarem as ferramentas, tecnologia, processos e pessoas para criar promessas válidas, expectativas alinhadas e percepções positivas.