

CLIENTE SATISFEITO

PARTE 1

MÓDULO V





Plano de Aula

Competência:

Os participantes aprenderão a estabelecer um relacionamento mais assertivo, visando atender às necessidades do cliente e criar um diferencial nos serviços.

Conteúdos	Técnicas	Recursos	Duração
<ul style="list-style-type: none"> Revisão do dia anterior 	Exposição dialogada	Folha de flip chart	10min.
<ul style="list-style-type: none"> Apresentação do encontro 	Exposição oral		05min.
<ul style="list-style-type: none"> Aquecimento 	Dinâmica: detetive, assassino e vítima	CD com a música "Garota Nacional"	15min.
<ul style="list-style-type: none"> Refletindo sobre "Atendimento" ao Cliente significa... Composição de definições 	Discussão e apresentação dos subgrupos Dinâmica do Círculo Mágico	Trecho do filme: Uma linda mulher Envelopes contendo fichas com expressões	50min.
<ul style="list-style-type: none"> Quem sou eu? Quem é o nosso cliente? 	Leitura em subgrupos Exposição dialogada	Cartilha	35min.

Intervalo		15 Min.	
<ul style="list-style-type: none"> Vitalizador 	Dinâmica: a piscada fatal		10min.
<ul style="list-style-type: none"> Percepção, crenças e valores. 	Discussão sobre o vídeo Estudo de caso	Vídeo: Zea Folha com o caso	30min. 60min.
<ul style="list-style-type: none"> O que o cliente valoriza? 	Exposição dialogada		20min.

► Filmes e músicas indicados poderão ser substituídos por um outro título, desde que respaldem o alcance do objetivo proposto na atividade.

Carta Descritiva

1. Introdução

1.1. Revisão do Dia Anterior

- Perguntar ao grupo o que mais lhe chamou a atenção e qual foi o aprendizado.
- Falar, de forma objetiva, da importância de nos responsabilizarmos por nossos atos e o reflexo dessas atitudes não só para a nossa imagem profissional, mas, também, para nossa vida em grupo: família, trabalho, relação afetiva...

1.2. Apresentação do Encontro

- Evidenciar o tema a ser trabalhado, reforçando a expressão “encantar o cliente”.
- A relação com o cliente deve ser ética e um exercício de cidadania.

2. Dinâmicas

2.1. Dinâmica do Detetive, Assassino e Vítima

Objetivo: possibilitar o aquecimento para as atividades do dia.

Tempo: 15 min.

Material: CD com música Garota Nacional - Skank

Procedimentos:

- solicitar que o grupo fique em pé, formando um círculo;
- evidenciar que o objetivo é o detetive prender o assassino que está matando as vítimas;
- solicitar para que todos fiquem de olhos fechados, prestando atenção ao toque que será dado nas suas costas: um toque (vítima), dois toques (assassino) e três toques (detetive). Somente poderá existir um assassino e um detetive;
- esclarecer que o assassino mata as vítimas com uma piscada. Quando o assassino piscar para a vítima, a pessoa diz “morri”, e sai da brincadeira. Quando o detetive identificar o assassino, deverá dizer “te prendo em nome da lei”.

A dinâmica poderá ser feita em duas rodadas.

Processamento:

- perguntar aos participantes como se sentiram fazendo a atividade;
- discutir com o grupo qual foi o comportamento da vítima, do assassino e do detetive;
- perguntar ao grupo o que mais lhe chamou a atenção;
- discutir sobre a associação da atividade com o tema.

Generalização

Sintetizar sobre a importância de despertarmos para as nossas ações. Nós nos comunicamos através do nosso corpo e da nossa postura. Os nossos gestos, as expressões faciais, a alegria, a tristeza, o desânimo e a vontade transparecem através das nossas ações. Quando o cliente entra em um estabelecimento ele não conhece aquela realidade, mas quem o atende conhece. Estar atento às reações do cliente é fundamental para um bom atendimento

3. Refletindo sobre Atendimento

3.1. Definição de Atendimento e de Tratamento

Filme: Uma Linda Mulher

Objetivos:

- Refletir sobre a importância de um tratamento adequado.

Tempo: 25min.

As atenções deverão estar voltadas para a cena em que a atriz recebe o dinheiro para mudar o seu visual

Procedimentos:

- solicitar que prestem atenção na cena a que irão assistir, pois haverá uma discussão em grupo sobre ela;
- após a cena da compra das roupas, perguntar o que mais lhes chamou a atenção no episódio;
- anotar no quadro o que for dito pelos participantes.

Generalização

O filme mostra como uma personagem se sentiu quando foi discriminada e mal tratada em uma loja. Inicialmente, a personagem saiu do hotel, muito feliz e se sentindo muito importante. Ao entrar na loja de roupas finas e ser discriminada, sentiu-se mal e infeliz. A frustração tornou-se visível. A sua reação foi de revolta o que a fez voltar à loja para mostrar que poderia pagar as compras.

Cada cliente almeja ser tratado de forma diferenciada. Para tanto, é necessário que o profissional que o atende procure aprender tudo sobre ele: suas necessidades, seus desejos, sua personalidade, seus problemas e como seu produto e/ou serviços pode ajudá-lo.

Dessa forma, primar pelo atendimento ao cliente vai significar:

- **ser cortês:** tratar o cliente com amabilidade, utilizando expressões como por favor, muito obrigado.
- **atender de imediato:** ninguém gosta de esperar. Cuide para que o cliente não espere demais. Se não existe ninguém para atendê-lo, cumprimente-o e solicite que aguarde.
- **demonstrar boa vontade:** são ações de atenção ao ouvir, ao demonstrar produtos e serviços, ao tentar encontrar algo que possa satisfazer o cliente. Boa vontade e zelo são essenciais;
- **dar atenção:** atender é dar atenção. A atenção está no olhar, no ouvir e no responder. Está, enfim, nas posturas e nas atitudes;
- **agir com rapidez:** para agir com rapidez, devemos estar treinados e organizados. Agir com rapidez significa, antes de tudo, um atendimento diferenciado.
- **dar orientações seguras:** o cliente precisa ter segurança nas respostas às suas dúvidas.
- **evitar atitudes negativas e de discriminação:** devemos ter o máximo de cuidado ao atender o cliente, desde com a postura correta, com a linguagem objetiva até o tom de voz.

Nem sempre iremos prestar atendimento no sentido de satisfazer a necessidade do cliente, mas podemos tratá-lo com respeito e atenção.

3.2. Atendimento ao Cliente Significa...

3.2.1. Dinâmica do Círculo Mágico

Objetivo:

- Compreender e definir o significado de Atendimento.

Tempo: 10 a 15min para elaboração pelo grupo e 10 minutos para discussão.

Material: palavras recortadas para efetuarem a definição.

Procedimentos:

- formar grupos com cinco participantes;
- distribuir os envelopes com as expressões;
- escrever no flip chart: Atendimento ao Cliente Significa...
- esclarecer que, dentro do envelope, estão expressões que, quando juntadas, fornecem sete definições de atendimento.

A tarefa é trabalhar em grupo para unir as expressões de forma a completar a frase escrita no flip chart. Cada frase deve ter um sentido completo e lógico. É preciso usar todos os pedaços e cada um deles por apenas uma única vez.

Respostas

Atendimento ao Cliente Significa...

- ...fazer coisas comuns, extraordinariamente bem;
- ...ir além do esperado;
- ...acrescentar valor e integridade a cada interação;
- ...estar na sua melhor forma com cada cliente;
- ...descobrir novas formas de agradar a quem atende;
- ...surpreender a si mesmo com o tanto que é capaz de fazer;
- ...cuidar do cliente como se estivesse cuidando de um grande bem;
- ...ir além da sua visão e atingir o desejo do cliente.

Questões para discutir

- Todas essas definições são verdadeiras?
- De qual definição mais gostaram?
- Esclarecer as diferenças das definições.

Atendimento ao cliente tem um significado diferente para pessoas diferentes. Note que todas elas falam sobre entusiasmo, energia, disponibilidade e interação com o cliente.

4. Quem sou Eu? Quem é o nosso Cliente?

4.1 Discussão em Subgrupos

Objetivo:

- definir cliente e fornecedor.

Tempo: 35min.

Materiais: folha de Flip chart; quadro branco; pincel atômico (um para cada grupo); transparências

Recursos: retroprojektor

Procedimentos:

- perguntar aos participantes o significado de **Cliente** e de **Fornecedor**.
- dividir os participantes em quatro grupos. Cada grupo irá ler da página cinco à dezesseis.
- em uma folha de flip chart, deverão escrever a definição de Cliente e de Fornecedor.
- após escreverem, efetuar o rodízio das folhas e cada grupo deverá completar a definição do grupo anterior.
- quando todos terminarem de contribuir com o trabalho do outro, concluir, mostrando que, na prática, somos, ao mesmo tempo, clientes e fornecedores.

Generalização

É necessário descobrir as necessidades dos clientes para que se possa trabalhar proativamente para atendê-las:

Lembre-se:

- saiba quem é seu cliente;
- ouça, entenda e responda a seus questionamentos;
- seu cliente é levado por necessidades;
- seu cliente é bombardeado por muitas ofertas;
- seu cliente julga os serviços que são oferecidos junto ao produto;
- seu cliente exige atualização permanente por parte de sua empresa.

Intervalo (15 min.)

5. Vitalizador

5.1. Dinâmica: A Piscada Fatal

Objetivo:

- atentar os participantes para a importância de um estado de alerta.

Tempo: 10min.

Procedimentos:

- formar um círculo em que metade estará sentada e a outra metade estará em pé atrás das cadeiras ocupadas;
Obs.: o facilitador estará em pé, atrás de uma cadeira vazia.
- Informar aos participantes que você irá piscar para uma pessoa que estiver sentada e esta deverá se levantar e sentar na cadeira vazia. Como o parceiro que está atrás da cadeira é muito ciumento, ele não irá permitir que o seu colega levante. Cabe à pessoa que estiver em pé impedir o deslocamento do colega.
- caso o colega ocupe a cadeira vazia, cabe a quem ficou sozinho piscar para que alguém venha ocupar a sua cadeira, agora vazia.

Relato dos Sentimentos e Processamentos:

- perguntar aos participantes como se sentiram durante a atividade;
- solicitar que cada participante verbalize os sentimentos vivenciados;
- discutir com eles o que facilitou e o que dificultou a realização da tarefa;
- levar o grupo a fazer a associação dessa atividade com nosso dia-a-dia.

Generalização

Cabe a cada um ficar atento ao que estiver acontecendo, pois as oportunidades existem: basta percebê-las.

6. Percepções, Crenças e Valores

6.1. Discussão sobre o Vídeo

- Perguntar para o grupo o significado de percepção e anotar as definições no flip chart.

Para compreensão do significado:

Percepção é o processo que utilizamos para captar os estímulos do ambiente e adquirir conhecimentos. Como um processo, identificamos que a percepção é seletiva - seleciona do ambiente aspectos mais relevantes, associando experiências anteriores, crenças, valores, fatores culturais e ambientais. A partir da seleção, formamos um **conceito** (associando a uma imagem) que irá compor a **representação mental** (sendo o referencial de "verdade") que irá direcionar as nossas atitudes e ações. Na relação com o cliente, desenvolver o processo perceptivo é de extrema importância, pois somente assim, poderemos ser empáticos.

- Convidar o grupo a assistir à apresentação de vídeo e solicitar atenção para os detalhes.

- Reforçar a idéia de que nem sempre o que vemos é realidade. As crenças, os valores, as nossas experiências nos direcionam a uma percepção do mundo e, conseqüentemente, à forma de agirmos e, principalmente, de julgarmos.
- Informar aos participantes que eles deverão analisar um caso individualmente. Em seguida, irão formar grupos para discussão. Cada participante terá 10 min. para definir o culpado. Depois, em grupo, terão 30min. para chegarem a um consenso. Chamar atenção dos participantes para o tema do caso, pois que envolve julgamento de valores.

O Caso de Carla (ler a história para os participantes)

Carla era casada com Léu há quatro anos. Léu começou a chegar tarde algumas noites. Carla resolveu fazer um curso na Universidade, somente para sair de casa. Carla ficou conhecendo Gustavo que todos os dias lhe dava carona. Com o convívio, tornaram-se amigos. Certo dia, Carla ficou sabendo que havia um bandido assaltando e matando as pessoas na região da faculdade. Mesmo assim, Carla resolveu encontrar com Gustavo. Ao sair da aula, Gustavo não quis lhe dar carona. Esta, preocupada, pediu ajuda para um colega que não pôde ajudá-la. Então, Carla pediu carona para um taxista, mas este recusou porque Carla não tinha dinheiro. Sem opção, Carla foi para o ponto de ônibus e desapareceu. Passados alguns dias apareceu morta pelo bandido. De quem foi a culpa? Coloque em ordem decrescente, do mais culpado para o menos culpado.

Processamento:

- Anotar no quadro as pessoas escolhidas e o valor relacionado com as mesmas.
- Discutir sobre o que facilitou e o que dificultou o desenvolvimento da atividade.

Generalização

Podemos concluir que, quando ocorre um conflito, ele surge porque os valores são diferentes. No atendimento ao cliente também acontece dessa forma. Portanto, separar juízo de fato de juízo de valor (opinião) evita conflitos e desgastes desnecessários.

Quem escolheu o bandido foi um julgamento de fato (existe uma lei que diz que ninguém pode tirar a vida de outra pessoa. Isso é um fato). O grupo que escolheu outros personagens fez um julgamento de valor, que são conclusões que chegamos a respeito dos acontecimentos, baseando-nos naquilo que acreditamos como verdade.

No atendimento ao cliente, estar ciente dos fatos para fazer um julgamento mais justo e racional é de extrema importância. Para que isso ocorra, o processo perceptivo precisa ser treinado para uma visão mais acurada da situação. Ele envolve autopercepção, autoconscientização e autoaceitação (como me vejo, como reajo às situações e como me aceito). Qual é a imagem que as pessoas fazem de mim? Eu me aceito? Vejo problema em tudo?

O cliente deseja ser compreendido. A compreensão é o primeiro passo para o entendimento. Compreender que as pessoas têm crenças e valores diferentes dos nossos facilita ações mais profissionais.

7. O que o Cliente Valoriza?

7.1. Exposição Dialogada

Comentando o Texto

Texto para suporte do instrutor.

O Pacote de Valor para o Cliente é a **oferta total**, incluindo tangível e intangível, que a organização provê em resposta aos desejos dos clientes.

Os líderes das organizações, juntamente com os seus funcionários, precisam garantir que cada área que afeta as percepções dos clientes seja bem concebida e que o pacote inteiro seja entregue a um preço que seja percebido de forma favorável.

1. **Ambiente:** cenário físico no qual o cliente experimenta o produto. Ambiente limpo, organizado e que propicie conforto.
2. **Estético:** experiência sensorial direta encontrada pelo cliente. Ele pode incluir sons, sensações físicas, desconforto, sentimentos, características estéticas de uma mercadoria e o ambiente visual ou psicológico da empresa.
3. **Interpessoal:** interações do cliente com os funcionários. Essa dimensão inclui amabilidade, cortesia, solicitude, aparência física e competência aparente na execução das tarefas.
4. **Processual:** procedimentos pelos quais você pede que o cliente passe a fazer negócios com você. Eles podem incluir esperar, explicar as necessidades dele, prestar informações, ir a vários locais e estar sujeito a manipulações ou tratamentos físicos.
5. **Informativo:** aspectos da experiência do cliente que envolvem a obtenção das informações necessárias para que ele atue como tal. Isso inclui coisas simples como: sinalização, placas, preços...
6. **Entregável:** qualquer objeto que fique em poder do cliente durante a experiência do serviço, mesmo que apenas temporariamente.
7. **Financeiro:** quanto e como o cliente paga pela experiência total.

O respeito ao Cliente, como indivíduo, é um item transcendental deste último ponto: qualquer pessoa, dentro de nossa empresa, é nosso cliente e, como tal, deve ser atendido, no mínimo, como trataríamos um convidado em nossa casa.

Atender bem ao Cliente faz bem a ele, à empresa e, principalmente, a quem atende.

Encerramento do Encontro (15 Min.)

Solicitar que os participantes registrem as principais idéias do encontro, em seu material.

Perguntar ao grupo como perceberam o tema e, com uma palavra, encerrar o dia.

Sensibilizá-los para o próximo módulo, informando-lhes sobre a continuidade dos estudos “como encantar o cliente”.

