

## 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 próprios produtos. Pesquisas demonstram que apenas 14% dos consumidores não voltariam a comprar numa determinada loja em função da qualidade dos produtos. Por outro lado, 68% afirmaram que não voltariam a comprar numa loja em função do péssimo 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 permitirá que se preste mais atenção aos consumidores.

Porém, em muitas empresas é freqüente o vendedor se esforçar para conquistar o cliente e a estrutura interna não colaborar e até atrapalhá-lo. 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 não 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 é do 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 idéia 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 está sendo útil, se eles gostaram das modificações ou se eles necessitam continuar recebendo os informes. Portanto, a fim de gerenciar o atendimento ao cliente com qualidade caberá 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.