

GUIA DEFINITIVO RUMO À EXCELÊNCIA NO ATENDIMENTO AO CLIENTE



GUIA DEFINITIVO RUMO À EXCELÊNCIA NO ATENDIMENTO AO CLIENTE



1. Introdução.....	03
2. Princípios básicos.....	06
2.1. Pontos-chave.....	08
2.2. Os caminhos.....	11
2.3. O processo de atendimento.....	15
3. Excelência em 3 passos.....	25
3.1. Passo 1: A informação.....	27
3.2. Passo 2: Os canais.....	29
3.3. Passo 3: A tecnologia.....	30
4. Os 7 principais erros no atendimento.....	31
5. Simplifique o SAC da sua empresa.....	35
6. Case de sucesso.....	41
6.1. O atendimento.....	44
6.2. Entrando em uma nova era.....	45
6.3. Novos recursos.....	47
6.4. Conclusão.....	48
7. PCT Chat.....	49
7.1. Sobre o PCT Chat.....	50
7.2. Quatro razões para o crescimento do chat nos últimos anos:.....	50
7.3. O que sua empresa ganha com um chat corporativo.....	53
7.4. Os 10 problemas que o PCT Chat pode resolver na sua empresa.....	54
7.5. Faça um Test-Drive Gratuito.....	65
Fontes das Pesquisas.....	66
Créditos.....	67
Contato.....	68



Em tempos de competitividade acirrada e excesso de informação vemos empresas disputando a atenção dos clientes a tapas: seja na esfera digital ou nas ruas com excessiva distribuição de panfletos e materiais promocionais.

Porém, quando conseguem os tão sonhados minutinhos de atenção do cliente ou potencial cliente, o que fazem estas companhias? **Muitas e muitas empresas acabam perdendo aquele contato apenas por não conseguirem organizar e adequar suas táticas de atendimento ao cliente.**

As empresas não têm receio de investir em seu produto ou serviço, porém, muitas vezes, não sobram recursos (dinheiro, tempo, energia) para investir no exército de frente, aquele que vai, realmente, falar com o cliente nas horas boas e ruins (quando ele estiver irritado com o produto/ serviço, por exemplo).

Isso é um erro que pode ser fatal. Pense nas experiências que você já teve com sites, linhas de 0800, formulários de contato e qualquer tipo de atendimento prestado pela empresa da qual você comprou um produto ou contratou um serviço.

Quantas vezes você já se sentiu mal atendido? Como você se sentiu em relação àquela empresa?

Agora pense: **como eu quero que meu cliente se sinta ao entrar em contato com minha empresa, seja por telefone, preenchendo um formulário em meu site ou enviando uma mensagem pelo Facebook?**



Certamente você responderá com uma palavra simples, mas muito abrangente: satisfeito! Entretanto, para que o cliente sinta-se satisfeito, havemos de considerar muitos fatores que incidirão na percepção do atendido: rapidez (ninguém quer perder tempo), objetividade nas informações, simpatia, conforto, resolução, efetividade, vantagens, dentre outros.

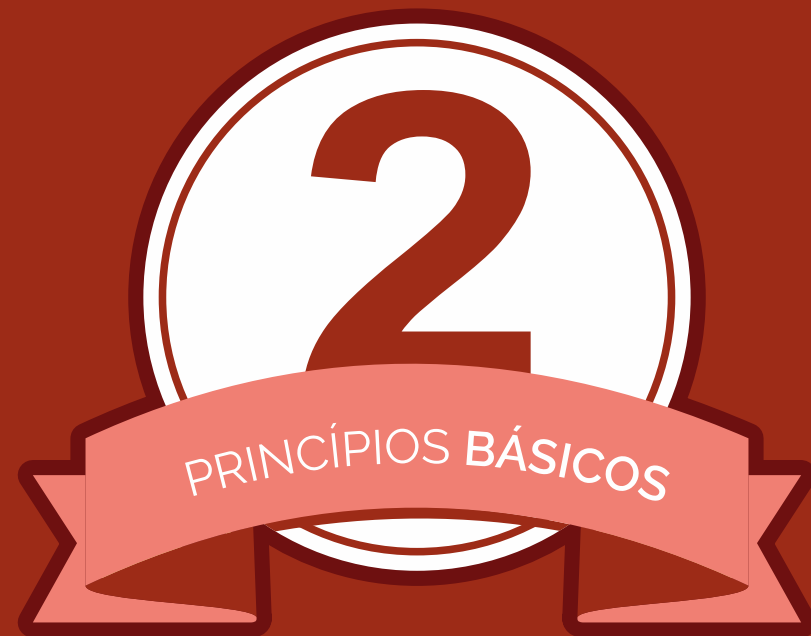
Na teoria parece simples. Mas, e no meio de tanta correria, confusão, informações difíceis de serem organizadas, pessoas a serem treinadas, falta de recursos etc.

São inúmeros os obstáculos do empresário ou supervisor responsável pela área de atendimento na hora de organizar os processos de recepção ao cliente. Há a necessidade de investimento financeiro, tempo, energia, criatividade e muito boa vontade dos responsáveis pela empresa ou pela área.

Há muitas maneiras de organizar o esquema para prestar um atendimento excelente. Existem grandes empresas que investem milhões e possuem centrais gigantes e complexas para o atendimento ao cliente. Neste e-book, vamos tratar dos pontos necessários para construir bons processos de atendimento com baixo custo financeiro.

O setor de atendimento precisa ter, sobretudo, organização e agilidade. Também são importantes que as pessoas por trás dos processos de recepção ao cliente estejam motivadas e tenham facilidades na hora de coletar dados e realizar procedimentos solicitados pelo contratante/ comprador. Para isso, hoje são várias as possibilidades de investimento tecnológico para a área, transformando processos complicados e desorganizados em processos seguros, automatizados, simples e rápidos.

Nos próximos capítulos, você verá os passos para chegar ao atendimento excelente e dicas preciosas para empresas que não possuem ações de atendimento ao cliente ou cujos processos estão desorganizados e não mostram efetividade.



PRINCÍPIOS BÁSICOS

OS PONTOS CRUCIAIS PARA UM **ATENDIMENTO COM EXCELÊNCIA**

Não há como negar que, a cada ano, vemos crescer o número de serviços e produtos disponíveis de maneira rápida que chegam até o cliente com apenas um clique. As empresas que desejam prosperar não podem abrir mão do investimento nesta proximidade com seu público.

Neste mundo online, as empresas devem diversificar seus canais de atendimento ao cliente, pois ficar apenas atrás do balcão, esperando que o público chegue a você, não é mais efetivo.



PRINCÍPIOS **BÁSICOS**: PONTOS-CHAVE

1. PONTOS-CHAVE

O atendimento com excelência, independente do canal, precisa ter algumas características básicas. Cada cliente é uma pessoa diferente, então alguns gostam de um contato mais informal, brincadeiras e descontração. Já outros preferem ser tratados em tom formal e discreto.

Entretanto, alguns pontos são cruciais para definir a qualidade do atendimento. Primeiro, vamos falar dos conceitos que envolvem um bom atendimento:

1.a) TRANSPARÊNCIA

Atuar com transparência perante as solicitações dos clientes é fundamental para construir uma relação de confiança. O cliente gosta de saber o status de suas solicitações, quanto tempo irá demorar, o que é necessário etc. O atendente deve estar treinado e com informações em mão para responder às indagações do contratante/comprador.



PRINCÍPIOS BÁSICOS: PONTOS-CHAVE

1.b) PROXIMIDADE

Ser próximo não significa ser informal com o cliente. Alguns atendentes confundem as duas coisas. Alguns clientes gostam de ser tratados com informalidade e descontração e outros não.

Ter proximidade com o cliente significa realizar um atendimento mais humanizado, tendo atenção às questões levantadas por ele e respeitando os problemas que possa estar enfrentando com o produto ou serviço.



PRINCÍPIOS BÁSICOS: PONTOS-CHAVE

1.c) ACOLHIMENTO

Acolher o cliente significa desejar realmente que seu problema seja resolvido e que ele fique confortável com a situação. Empresas que tomam posições defensivas em seu atendimento ao cliente, com o pensamento de que “se vem cliente, vem problema”, não conseguem confortar o cliente e deixá-lo satisfeito no final.

1.d) AGILIDADE

Ninguém tem tempo a perder. Ainda mais na atualidade onde as pessoas se irritam de esperar uma página da web carregar. A agilidade, mais do que rapidez, é conseguir ser assertivo em um tempo adequado. Ou seja, é acertar no atendimento sem delongas.



PRINCÍPIOS **BÁSICOS**: OS CAMINHOS

2. OS CAMINHOS

Agora, mostraremos os cuidados que a empresa deve tomar ao estruturar seu procedimento de atendimento ao cliente.

2.a) CAPACITAÇÃO DOS ATENDENTES

As pessoas que irão atender seu cliente precisam de capacitação para tal tarefa. Independente do canal ou do mix de canais a ser utilizado, o funcionário que irá operar estes sistemas e, efetivamente, comunicar-se com o seu comprador/ contratante, deve estar capacitado a prender a atenção do cliente de maneira agradável, apresentar o produto ou serviço de forma coesa e tirar dúvidas de forma objetiva.

Para tal, a empresa deve investir recursos, tempo e energia nesta etapa. Não é necessário gastar muito. Há maneiras de realizar estas capacitações com baixo custo.



PRINCÍPIOS **BÁSICOS**: OS CAMINHOS**2.b) DISPONIBILIDADE DE INFORMAÇÕES**

Quando o atendente vai falar com o cliente ao telefone ou via chat, que são os meios mais instantâneos de comunicação, ele deve ter informações organizadas e fáceis de serem acessadas.

Mesmo quando o atendente vai falar com o cliente pessoalmente, ele precisa estar preparado e ter conhecimento dos assuntos a serem abordados.

2.c) ORGANIZAÇÃO DE HORÁRIOS DE ATENDIMENTO

Para realizar o atendimento com rapidez e não deixar o cliente esperando na linha, no chat, ou aguardando um e-mail que nunca vem, a empresa deve considerar o fluxo de atendimento e a demanda real de modo a cobrir toda a necessidade.

A empresa deve então, distribuir os horários e levar ao conhecimento de seu cliente, seja através de gravação eletrônica ou com um aviso no site.



PRINCÍPIOS **BÁSICOS**: OS CAMINHOS**2.d) FOLLOW-UP CONFIÁVEL**

Follow-up é o procedimento de dar continuidade, ou seja, não deixar o assunto morrer. Em tempos de muita praticidade, onde o atendimento tornou-se algo muito mecanizado, o cliente surpreende-se positivamente ao verificar que a empresa sabe do que ele está falando, entende sua necessidade e tem o histórico de suas outras solicitações.

2.e) MONITORAMENTO

É necessário para a empresa, ter ferramentas de monitoramento do atendimento ao cliente.

Deste modo, é possível acompanhar a qualidade do atendimento, o resultado da capacitação realizada com os atendentes e as reações dos clientes.



PRINCÍPIOS BÁSICOS: OS CAMINHOS

2.f) VISUALIZAÇÃO DE RESULTADOS

Ao fechar o mês, ou semana, ou quinzena, não importa qual o período, é importante visualizar dados quantitativos e qualitativos sobre os atendimentos prestados. Por isso, o atendimento do período estipulado deve culminar em um relatório que irá para o empresário ou equipes de supervisores e analistas competentes para realizar as análises e propor melhorias.



PRINCÍPIOS **BÁSICOS**: O PROCESSO DE ATENDIMENTO

3.O PROCESSO **DE ATENDIMENTO**

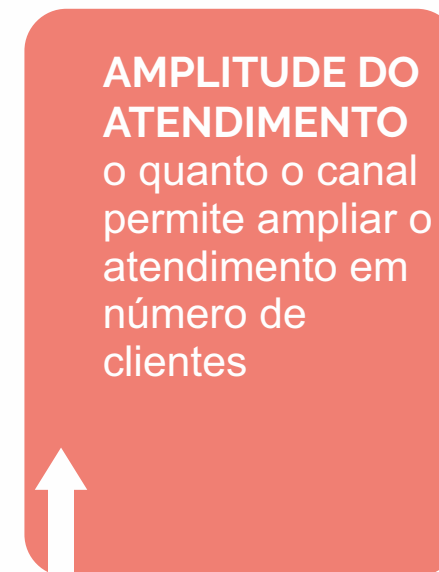
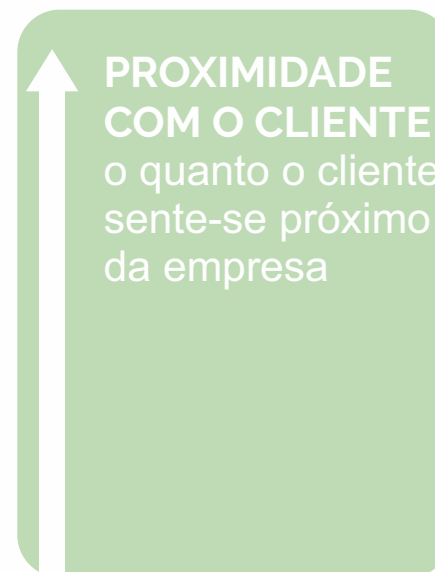
Vejamos quais os principais meios de comunicação com o cliente e quais os pontos fortes e os pontos de observação em cada um deles.



PRINCÍPIOS **BÁSICOS**: O PROCESSO DE ATENDIMENTO**3.a) ATENDIMENTO PESSOAL**

O atendimento pessoal é ótimo para focar a atenção nas necessidades do cliente e apresentar-lhe o potencial de sua empresa. Quando o próprio empresário, um consultor ou vendedor bem treinado fazem este atendimento de forma excelente, as possibilidades de fechar negócio são altas. Porém, para empresas que desejam realizar negócios pela internet, por causa da distância, esta opção não é viável.

Mesmo para empresas que não possuem negócios na web, o atendimento pessoal torna-se difícil e custoso. A verdade é que, o atendimento face-a-face é muito limitado, ou seja, não dá para atender uma grande quantidade de clientes de uma vez. Além disso, toma tempo de deslocamento, tem considerável custo financeiro (deslocamento, horas do atendente / consultor, estrutura etc.).



PRINCÍPIOS **BÁSICOS**: O PROCESSO DE ATENDIMENTO**3.b) TELEFONE**


Canal eficiente para alcançar mais pessoas, porém limitado em alguns aspectos. Em primeiro lugar, vamos dividir o atendimento por telefone em dois tipos que, apesar de serem parecidos, possuem algumas peculiaridades:

- Telefone geral da empresa: mesmo que a empresa não possua uma central de atendimento ou uma pessoa específica para atender as ligações, todos aqueles que, eventualmente, recebem ligações, devem ter um mínimo de instrução e técnica para realizar esta tarefa.

A empresa (vamos chamá-la de Atende Bem) deve possuir um atendimento padrão como:

“Atende Bem. Bom dia”. E não o atendimento informal que se inicia com um “alô”.

- 0800 (central de atendimento): a adoção de uma



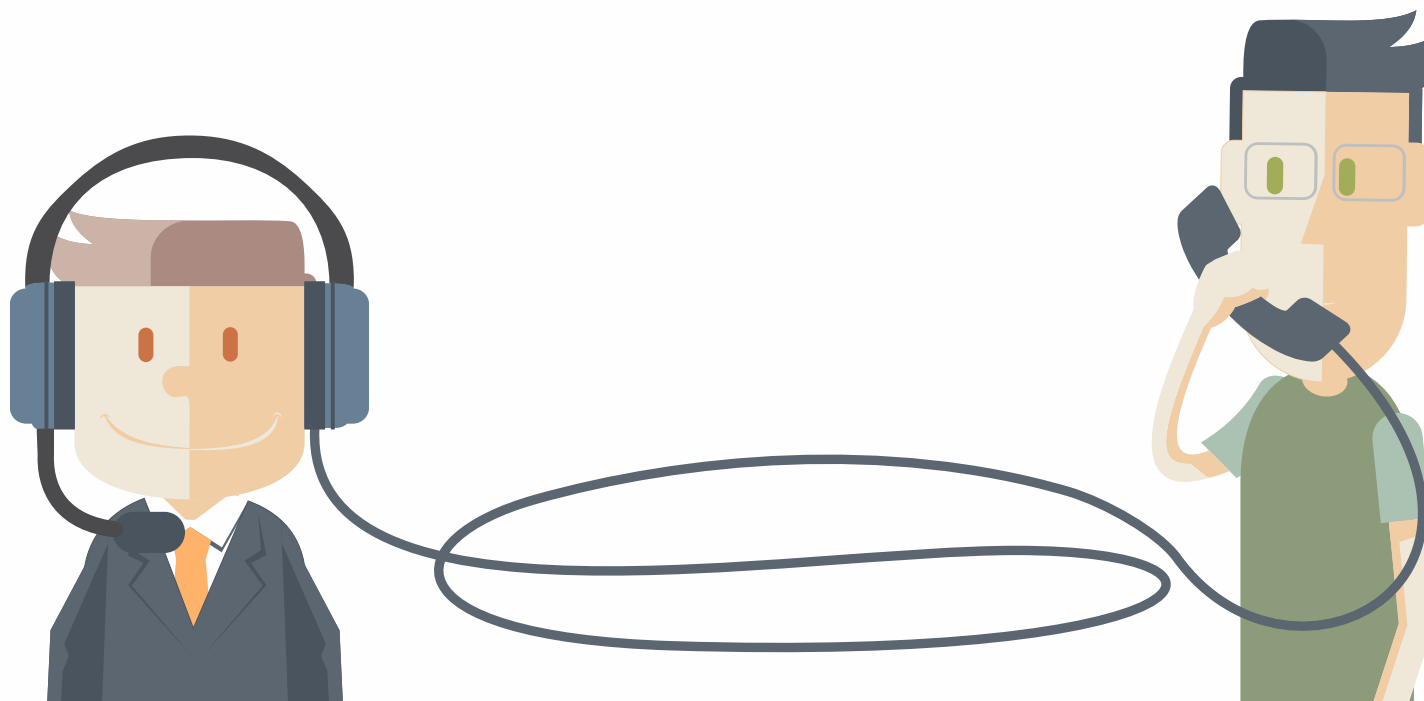
**PROXIMIDADE
COM O CLIENTE**
o quanto o cliente
sente-se próximo
da empresa

**AMPLITUDE DO
ATENDIMENTO**
o quanto o canal
permite ampliar o
atendimento em
número de
clientes

PRINCÍPIOS **BÁSICOS**: O PROCESSO DE ATENDIMENTO**3.b) TELEFONE**

Central de atendimento, por menor que seja, requer certo investimento e treinamento dos atendentes.

O atendimento telefônico não é tão pessoal, mas provê mais amplitude quantitativa no atendimento, ou seja, permite atender mais pessoas.

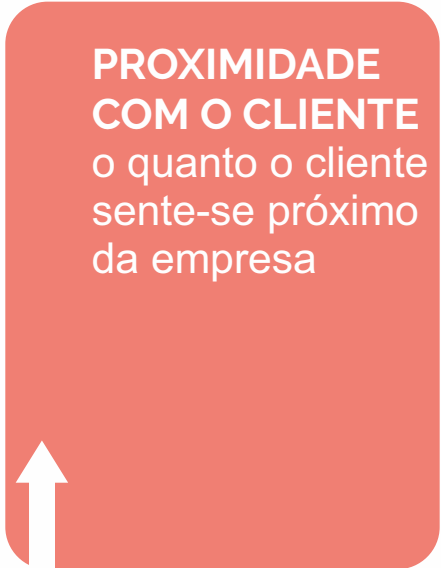


PRINCÍPIOS **BÁSICOS**: O PROCESSO DE ATENDIMENTO**3.c) EMAIL**

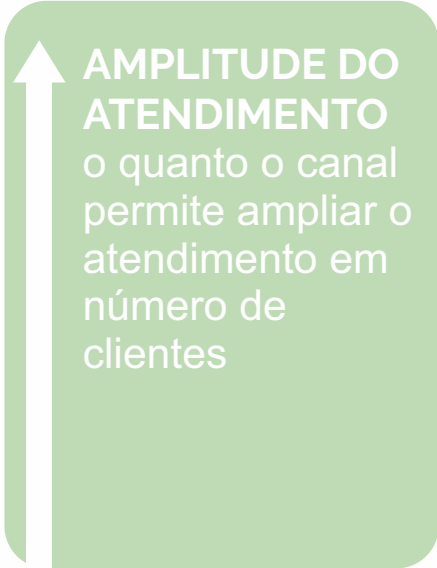
Ferramenta de baixíssimo investimento e muito útil para esclarecer informações e apresentar produtos. Porém, possui fatores restritivos como: o não-imediatismo, a falta de proximidade e o excesso de mensagens recebidas pelo usuário comum. Vejamos:

- Não-imediatismo: isso significa que a resposta não é imediata. O cliente faz seu contato enviando um e-mail, porém já sabe que corre o risco de nem sequer ser respondido. Outras possibilidades são: o recebimento de uma resposta automática ou a demora no retorno.

Infelizmente, muitas empresas fizeram uso desta ferramenta na última década e, dentre elas, são inúmeras as que não conseguiram se organizar para usar o veículo da melhor maneira possível, tornando o meio não muito atrativo para o usuário;



**PROXIMIDADE
COM O CLIENTE**
o quanto o cliente
sente-se próximo
da empresa



**AMPLITUDE DO
ATENDIMENTO**
o quanto o canal
permite ampliar o
atendimento em
número de
clientes

PRINCÍPIOS **BÁSICOS**: O PROCESSO DE ATENDIMENTO**3.c) EMAIL**

- Falta de proximidade: o cliente sequer sabe quem está respondendo a mensagem;
- Excesso de mensagens: afinal, quem não tem a caixa de entrada cheia, ultimamente?
- Falta de proximidade: o cliente sequer sabe quem está

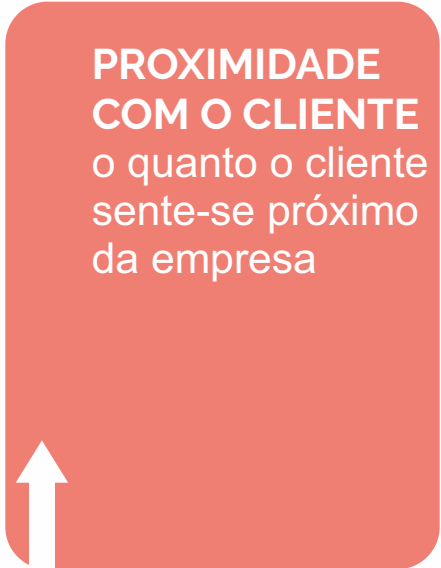


PRINCÍPIOS **BÁSICOS**: O PROCESSO DE ATENDIMENTO**3.d) FORMULÁRIO NO SITE**

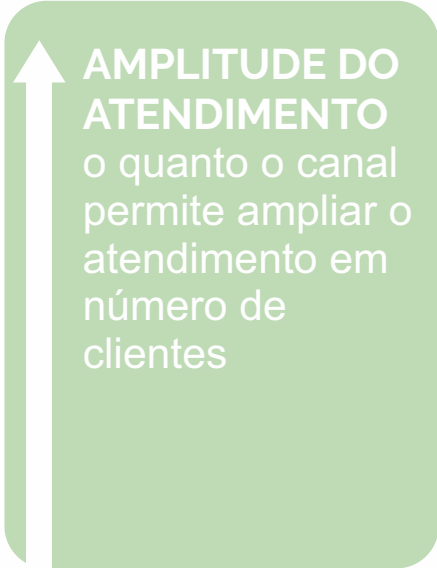
Ferramenta de baixíssimo investimento e muito útil para esclarecer informações e apresentar produtos. Porém, possui fatores restritivos como: o não-imediatismo, a falta de proximidade e o excesso de mensagens recebidas pelo usuário comum. Vejamos:

- Não-imediatismo: isso significa que a resposta não é imediata. O cliente faz seu contato enviando um e-mail, porém já sabe que corre o risco de nem sequer ser respondido. Outras possibilidades são: o recebimento de uma resposta automática ou a demora no retorno.

Infelizmente, muitas empresas fizeram uso desta ferramenta na última década e, dentre elas, são inúmeras as que não conseguiram se organizar para usar o veículo da melhor maneira possível, tornando o meio não muito atrativo para o usuário;



**PROXIMIDADE
COM O CLIENTE**
o quanto o cliente
sente-se próximo
da empresa



**AMPLITUDE DO
ATENDIMENTO**
o quanto o canal
permite ampliar o
atendimento em
número de
clientes

PRINCÍPIOS **BÁSICOS**: O PROCESSO DE ATENDIMENTO

3.d) FORMULÁRIO NO SITE

- Falta de proximidade: o cliente sequer sabe quem está respondendo a mensagem;
- Excesso de mensagens: afinal, quem não tem a caixa de entrada cheia, ultimamente?



Nononono!

PRINCÍPIOS BÁSICOS: O PROCESSO DE ATENDIMENTO

3.e) CHAT ONLINE



O chat online é uma alternativa barata e efetiva. Atendendo à demanda do cliente em tempo real, ganha disparado do formulário e e-mail. No fator proximidade, só perde para o atendimento pessoal (deste, nenhum veículo ganha).

Em um mundo onde as pessoas estão cada vez mais online e multiatrefadas, o chat é um canal atrativo, pois o cliente pode utilizá-lo enquanto navega pela internet. O telefone, neste aspecto é um pouco mais cansativo para o cliente.

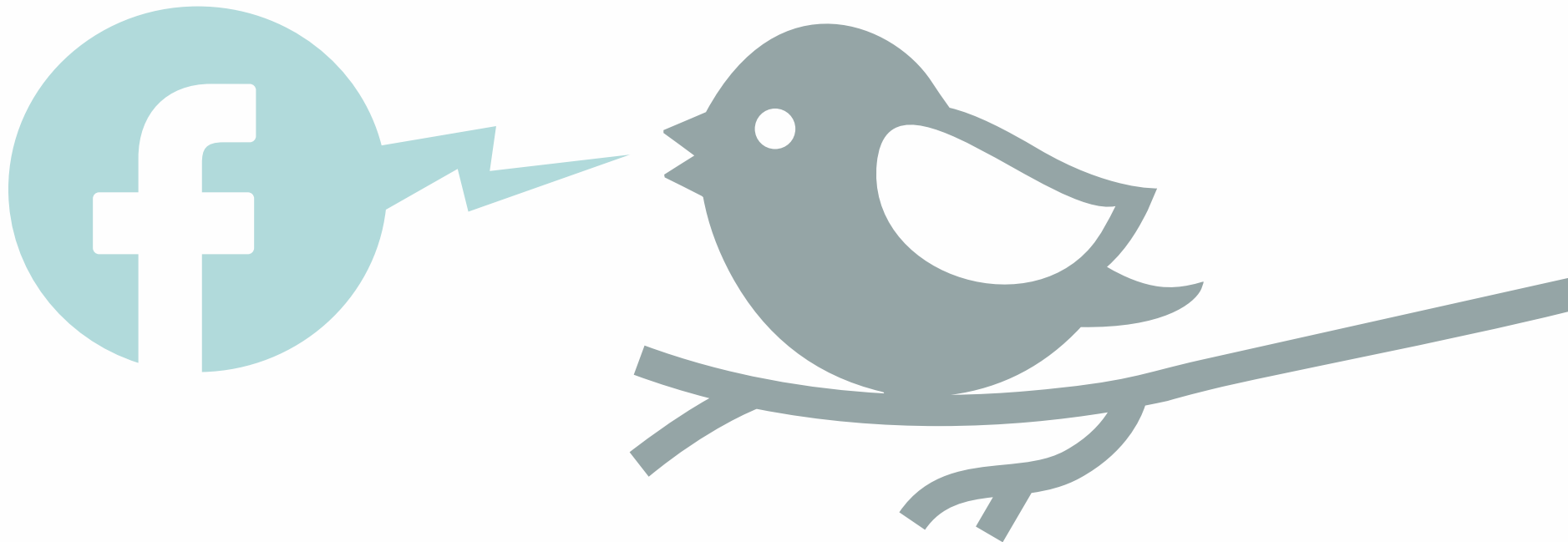


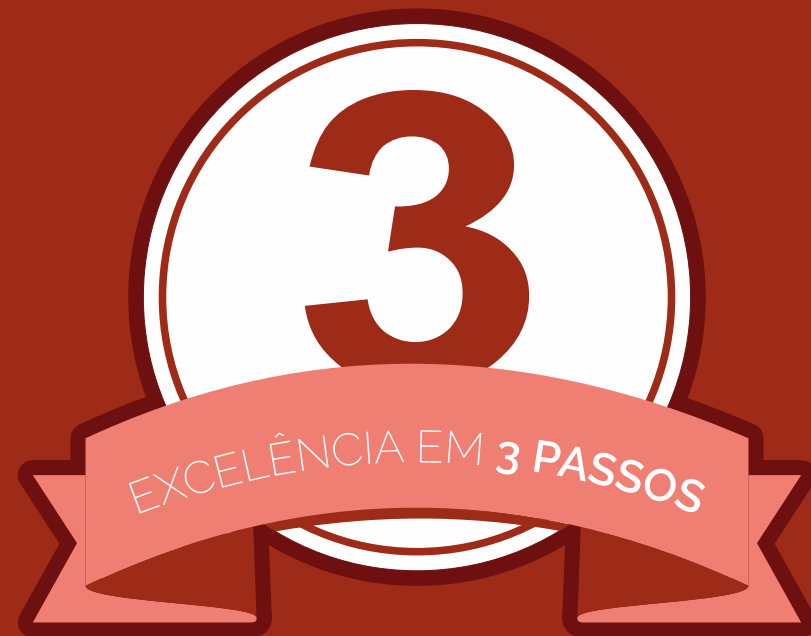
**PROXIMIDADE
COM O CLIENTE**
o quanto o cliente
sente-se próximo
da empresa

**AMPLITUDE DO
ATENDIMENTO**
o quanto o canal
permite ampliar o
atendimento em
número de
clientes

PRINCÍPIOS **BÁSICOS**: O PROCESSO DE ATENDIMENTO**3.f) REDES SOCIAIS**

Atual, este tipo de atendimento serve a demandas mais pontuais e para direcionar o cliente para alguns dos outros canais. Como depende muito da rede e da maneira como é realizado, não dá para dizer o nível de proximidade. Mas, certamente, pode ser bem abrangente.





EXCELÊNCIA EM 3 PASSOS

AS ETAPAS PARA ATENDER SEU **CLIENTE DE MANEIRA DIFERENCIADA**

Conforme vimos no capítulo anterior, existem pontos-chave para a realização de um atendimento com excelência. O que vamos mostrar agora é um passo-a-passo de como estabelecer um sistema de atendimento, levando em consideração todos os pontos citados anteriormente.



EXCELÊNCIA EM **3 PASSOS**: PRIMEIRO PASSO

1. A INFORMAÇÃO

A(s) pessoa(s) que irá(ão) atender seu cliente deve(m) saber falar da empresa e seus produtos/serviços. Esta pessoa pode ser: o próprio empresário, analista comercial, vendedor, atendente, recepcionista, secretária, enfim, seja lá quem for, esta pessoa deve ter conhecimento adequado para tal.

No caso de montagem de um procedimento para atendimento, determine quem são as pessoas que ficarão por trás dos canais de atendimento e programe o treinamento destas. Leve em consideração no conteúdo do treinamento:

- fazer com que o atendente entenda a cultura da empresa;
- mostrar o histórico da empresa;
- dar uma noção do mercado no qual a empresa está inserida;
- falar muito (e muito) do perfil do cliente deste mercado: como ele é, idade, linguagem, classe social, gostos, costumes etc. Neste tópico, lance mão de pesquisas a respeito deste cliente, exemplificações diversas, vídeos e outros recursos interessantes.

EXCELÊNCIA EM **3 PASSOS**: PRIMEIRO PASSO

- mostrar detalhadamente o produto/serviço da empresa: pra que serve, como funciona, possíveis defeitos/ limitações, garantias, vantagens, custos etc.

Há muitas maneiras de se realizar um treinamento efetivo. A empresa pode escolher dentre seus funcionários e até mesmo o próprio empresário para atuar como instrutor. Também pode ser gravado um vídeo com o conteúdo do treinamento. Após o curso, os funcionários podem realizar testes, tanto teóricos quanto práticos.

O importante é verificar com profissionais sérios, sejam da própria empresa ou consultores terceirizados, qual a melhor possibilidade a ser colocada em prática com o orçamento disponível.



REGRA DE OURO:

**AQUELE QUE VAI ATENDER SEU CLIENTE
DEVE ESTAR POR DENTRO DE TUDO!**

EXCELÊNCIA EM **3 PASSOS**: SEGUNDO PASSO

2.OS CANAIS

Um mix de canais é a melhor alternativa para qualquer empresa. Concentrando tudo em apenas um canal de atendimento, a empresa corre o risco de perder uma fatia considerável de público. Sendo assim, dentre os canais mais comuns na atualidade, a dica é ter pelo menos um canal efetivo no meio online e manter o tradicional atendimento telefônico.

Pesquisa da instituição norte-americana Aberdeen, mostra que 99% das empresas usam pelo menos dois canais para interagir com os clientes. O conselho dado pelos especialistas da Aberdeen, neste estudo, é que as companhias analisem dados de atendimento com programas de inteligência de mercado e escolham seus canais com base nestes estudos, sempre com foco nos costumes e preferências dos indivíduos.



MIXANDO OS MELHORES MEIOS **PARA CHEGAR AO CLIENTE**

EXCELÊNCIA EM **3 PASSOS**: TERCEIRO PASSO

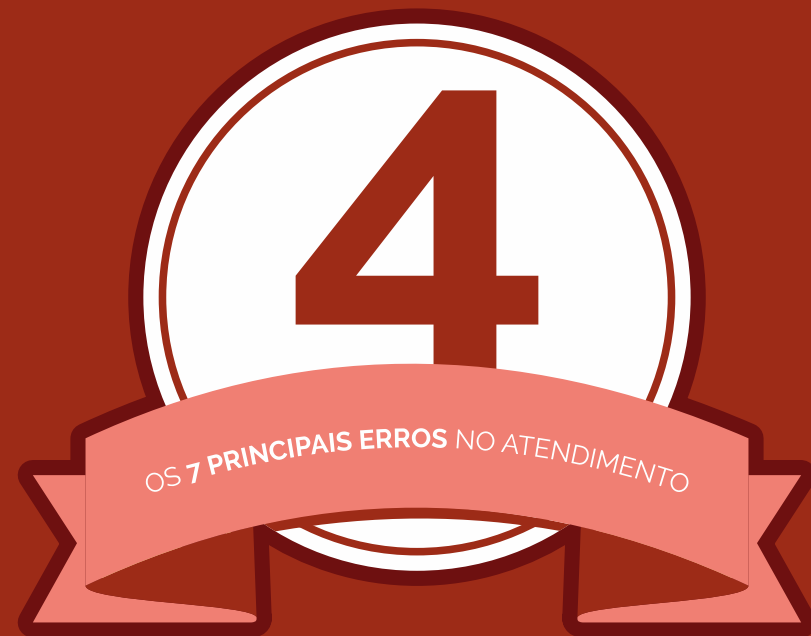
3. A TECNOLOGIA

Já vimos que, para realizar um atendimento com excelência, independente do canal escolhido, as informações importantes devem estar à mão do atendente. E não é tão simples assim organizar informações sem um sistema. É um procedimento totalmente ultrapassado, imprimir informações para arquivar ou salvá-las em documentos no computador.

Por este motivo, para montar um processo de atendimento ao cliente com excelência, é necessária a implantação de um sistema que possibilite a gestão das informações importantes, de modo que o atendente encontre-as rapidamente. Um software específico para atendimento online, por exemplo, deve trazer ferramentas para cadastro de FAQs (Perguntas mais comuns), gestão do status das solicitações dos clientes, históricos, relatórios etc.

Mesmo as empresas menores podem se beneficiar de sistemas assim e melhorar a qualidade de seus processos e do atendimento a seu cliente. O custo, muitas vezes, é compensado através do ganho de agilidade, organização, captação e retenção de clientes, além da motivação do time.

A TECNOLOGIA DEVE SER ALIADA **TORNANDO OS PROCESSOS MAIS RÁPIDOS, ÁGEIS E MODERNOS**



OS 7 PRINCIPAIS ERROS NO ATENDIMENTO

OS 7 PRINCIPAIS ERROS NO ATENDIMENTO

1. FALTA DE MATERIAL DE APOIO

Prepare materiais educativos, perguntas frequentes, exemplos de situações comuns, tente prever tudo o que pode acontecer com o seu produto ou serviço, para que a equipe saiba como agir em cada caso.

2. DUVIDAR DA PALAVRA DO CLIENTE

Mesmo que o cliente não saiba se expressar bem, não significa que você possa duvidar dos relatos apresentados por ele. Os atendentes não podem duvidar do problema apresentado pelo consumidor.

3. NÃO TER UM HISTÓRICO DAS CONVERSAS

Com o objetivo de evitar que um cliente tenha que explicar toda uma história várias vezes, você precisa manter o controle dos contatos com esse cliente, de forma organizada. Assim, o histórico do cliente fica sempre a disposição dos demais atendentes.

OS 7 PRINCIPAIS ERROS NO ATENDIMENTO

4. EQUIPE INEXPERIENTE

Independente do tamanho da sua equipe, você precisa treinar cada um, para atender o cliente, com excelência. Os clientes não aprovam grosserias, informações erradas ou falta de vontade por parte da sua equipe de atendimento.

5. NÃO OUVIR O CLIENTE

Alguns atendentes, frequentemente, não prestam atenção no que o cliente está falando. Eles respondem com uma pergunta que não está relacionada ao problema em questão, e levam o cliente para outro caminho.

6. ADVERTIR UM FUNCIONÁRIO NA FRENTE DE UM CLIENTE

E não se iluda, pois os clientes percebem. Além de humilhante para quem está sendo criticado, também coloca o cliente em uma situação desconfortável.

OS 7 PRINCIPAIS ERROS NO ATENDIMENTO

7. FAZER O CLIENTE ESPERAR

Se alguém liga para a sua empresa, essa pessoa quer que o primeiro ou no máximo, o segundo atendente, com quem ele irá falar, resolva o seu problema. Os consumidores não querem ser passados de um atendente para outro, de um departamento para outro.



SIMPLIFIQUE O SAC DE SUA EMPRESA

É muito comum encontrar empresas que “gastam” tempo com preocupações relacionadas a qualidade do atendimento aos seus clientes. Por outro lado, ainda são poucas, as que “investem” tempo identificando novos métodos para tornar esse relacionamento mais eficaz e prazeroso para ambas as partes.

Um dos canais mais utilizados atualmente, ainda é o SAC (Serviço de Atendimento ao Cliente), que foi durante anos, o principal meio para receber reclamações e esclarecer as dúvidas dos consumidores.

Por este motivo, o SAC da sua empresa, por menor que seja, não deve ser a causa de stress, de insatisfação ou de tempo perdido. Tanto por parte dos clientes, quando por parte dos atendentes.

SIMPLIFIQUE O SAC DE SUA EMPRESA

Se você convive com algum dos problemas abaixo, está mais do que na hora, de reavaliar suas estratégias de atendimento:

- Altos custos com telefonia**
- Falta de transparência nos atendimentos**
- Dificuldade em obter informações sobre os conversas**
- Excesso de reclamações**
- Linhas telefônicas congestionadas**
- Desvantagem em relação a concorrência**

Talvez esses problemas estejam relacionados ao fato de que, quando se fala em “SAC”, logo vem a figura de um atendimento via telefone, com várias opções de números para você escolher e um longo tempo de espera. Certo?

A importância do departamento de “SAC” continua a mesma, ou seja, sua equipe precisa estar preparada para atender a essa nova demanda, que cresce a cada dia.

SIMPLIFIQUE O SAC DE SUA EMPRESA

Este é momento para você inovar e criar métodos mais eficazes para otimizar o seu tempo de atendimento, melhorar os resultados e até, reduzir custos operacionais.

Além de atrair mais usuários e trazer maior visibilidade para sua empresa, algumas dessas ferramentas online podem ajudar a melhorar o relacionamento com o seu cliente, gerando valor para os seus compradores fiéis e conquistando aqueles que estão avaliando a sua empresa, antes de comprar.

Implantando uma ferramenta de chat profissional, é possível fazer com que o site da sua empresa, se transforme em uma porta de entrada pró-ativa, com um custo por atendimento, muito menor do que o custo gerado pelos seus atendimento via telefone.

Otimizar o tempo da equipe, fazendo com que cada atendente possa atender mais de um cliente por vez, também acaba se tornando um grande diferencial em comparação ao tradicional atendimento via central telefônica.

Otimizar o tempo da equipe, fazendo com que cada atendente possa atender mais de um cliente por vez, também acaba se tornando um grande diferencial em comparação ao tradicional atendimento via central telefônica.

SIMPLIFIQUE O SAC DE SUA EMPRESA

Organize-se para oferecer informações rápidas e precisas, adote uma linguagem padrão (padrão não é impessoal), crie scripts para as principais dúvidas (script não é sinônimo de robotizado) e treine sua equipe para conhecer cada detalhe da empresa e do produto ou serviço.

Com a adoção de uma ferramenta de chat e uma mudanças simples na sua rotina de atendimento, o número de reclamações tende a ser reduzido, bem como, as experiências negativas que o cliente possa ter com sua empresa.

Uma outra vantagem importante de uma ferramenta de atendimento online, é que você conseguirá, a qualquer momento, consultar as conversas entre sua equipe e os clientes, possibilitando gerar relatórios e análises estratégicas, para corrigir eventuais problemas ou ajustar sua comunicação de forma gradual e contínua.

SIMPLIFIQUE O SAC DE SUA EMPRESA

Conheça mais algumas vantagens oferecidas por uma ferramenta de atendimento online, via chat:

- ✓ **Reduzir drasticamente os atendimentos via telefone**
- ✓ **Ter a opção de atendimento em tempo real, no site da sua empresa**
- ✓ **Tirar as dúvidas dos usuários no momento em que elas surgem**
- ✓ **Consultar, sempre que necessário, o histórico de atendimentos**
- ✓ **Acompanhar e avaliar a eficácia de cada atendente**
- ✓ **Eliminar outros chats que comprometem a produtividade dos colaboradores**



Além de todos os aspectos comentados acima, outro ponto importante é a confiança e o profissionalismo que a sua empresa transmitirá para o cliente, pois ao invés de ficar esperando na linha e ter que passar por vários ramais, ele terá a noção de atendimento mais pessoal e principalmente, com cada palavra, registrada. Isso faz toda a diferença na percepção de valor que ele terá sobre sua marca.

Por fim, o custo com o atendimento via chat, tem a obrigação de ser mais baixo, pois além de um atendente poder atender vários clientes ao mesmo tempo, o valor de uma ferramenta assim, também é muito acessível.



CASE DE SUCESSO

COMO A TECMEDIA AMPLIOU SEU ATENDIMENTO AO CLIENTE UTILIZANDO A TECNOLOGIA COMO ALIADA

A Tecmedia é uma empresa, prestadora de serviços, que oferece soluções para Internet e que está há 18 anos no mercado. Seus serviços são direcionados a demandas na área de gestão de processos, comércio via web e comunicação online.

Desde sua criação, a empresa, mesmo sendo do ramo de tecnologia, organizava os processos internos de forma tradicional: com impressão e arquivamento ou salvando documentos nos computadores, o que dificultava a busca de informações.

CASE DE SUCESSO

O impacto na parte de atendimento ao cliente era prejudicial, pois, para acompanhar solicitações de clientes, históricos e resolver estes problemas, os responsáveis perdiam muito tempo e se desorganizavam procurando dados e anotando informações em papéis.

Deste modo, para atender aos chamados dos clientes no tempo adequado, aquela pessoa que atendeu ao telefone já deveria sair distribuindo a tarefa ou resolvendo ele mesmo, desorganizando os processos e atividades internas.

Sendo assim, não havia um controle confiável e um fluxo saudável de solicitações, demandas, atividades, resoluções, entregas e comunicação.

CASE DE **SUCESSO**: O ATENDIMENTO

1.0 ATENDIMENTO

O canal para atendimento aos clientes e prospects era o telefone ou o MSN (software da Microsoft para comunicação por mensagem). O registro das conversas ficava todo no programa, vinculado ao perfil de quem atendeu. Sendo assim, o histórico da conversa não era compartilhado e o armazenamento não era o ideal.

Para que o cliente acompanhasse o andamento de sua solicitação, ele deveria entrar em contato ou aguardar a Tecmedia realizar uma chamada. A Tecmedia tinha que realizar este acompanhamento e notificação manualmente, ou seja, anotando o status e realizando um grande esforço para comunicar o cliente.




CASE DE **SUCESSO**: ENTRANDO EM UMA NOVA ERA

2. ENTRANDO EM **UMA NOVA ERA**

Em 2001, a Tecmedia desenvolveu seu próprio portal de gestão de processos, informações gerenciais e atendimento ao cliente. Com a implantação do que chamaram de Portal Corporativo, as informações relevantes para os setores administrativos passaram a ser armazenadas em um único local, garantido a segurança da informação e a rápida pesquisa.

Por ser um sistema online, o acesso pode também ser feito por clientes, em áreas restritas, fazendo com que a empresa passasse a disponibilizar também, um painel com o status das solicitações dos clientes. Deste modo, o cliente pode, na hora em que desejar, localizar seu chamado e acompanhar a situação do mesmo.



Para a equipe interna, o sistema trouxe uma nova e moderna maneira de trabalhar, aniquilando processos trabalhosos. O ganho em agilidade foi imenso. Foi notória a organização de processos e informações virtuais e até mesmo a organização física do escritório aumentou. Foram eliminados muitos arquivos de papel.

CASE DE **SUCESSO**: ENTRANDO EM UMA NOVA ERA

2. ENTRANDO EM **UMA NOVA ERA**

Na área de atendimento ao cliente, além da facilidade oferecida ao cliente, que pode realizar chamados à empresa na hora em que desejar e acompanhar a resolução dos mesmos, houve grandes facilidades para a equipe de atendimento da empresa. Com a informatização, o atendimento é mais completo, organizado e os atendentes, bem como equipe comercial, podem buscar dados relevantes e confiáveis com facilidade.



A empresa não precisa mais ficar entrando em contato com o cliente cada vez que a resolução de sua solicitação avança. O sistema de “chamados” já notifica automaticamente por e-mail todos os envolvidos até a conclusão do serviço.

CASE DE **SUCESSO**: NOVOS RECURSOS

3. NOVOS RECURSOS

Com a organização das informações, a empresa passou a disponibilizar uma área de FAQ (perguntas frequentes), para cadastrar as principais dúvidas, diminuindo assim, a demanda de atendimento para elucidação de questões comuns a muitos clientes.

Outra ferramenta que se tornou viável através da implantação do portal, desenvolvida pela própria empresa, foi o chat online. O objetivo do chat é servir como mais um canal de contato direto e instantâneo com o cliente. Ao invés de utilizar o MSN, a empresa passou a adotar este canal, que grava todo o histórico de conversas e pode ser acessado por qualquer colaborador habilitado na empresa.



CASE DE **SUCESSO**: CONCLUSÃO

4. CONCLUSÃO

Como vemos, com dedicação, visão e uma ajuda da tecnologia, organizar os processos internos de uma empresa e fazer com que isso reflita na qualidade do atendimento ao cliente é, não só possível, como também imprescindível, para as companhias que desejam expandir.

Com um sistema adequado e treinamento dos profissionais responsáveis, não apenas o atendimento, mas a gestão de captação de pessoas (através do cadastramento de currículos), gestão financeira e comercial, assim como todos os departamentos da empresa, deverão ser impactados positivamente.



PCT CHAT

SOBRE O PCT CHAT

7.1. SOBRE O PCT CHAT

O PCT Chat é uma ferramenta de atendimento online, via chat, que permite que você converse em tempo real, com os clientes e prospects que estão visitando o site da sua empresa. É simples de configurar, usar e gerenciar, tornando a equipe de suporte ao cliente muito mais ágil e produtiva.

7.2. QUATRO RAZÕES PARA O CRESCIMENTO DO CHAT NOS ÚLTIMOS ANOS:

7.2.1. E-MAIL NEM SEMPRE É EFICAZ

Apesar de o e-mail ter ganhado adoção universal (com as taxas chegando ao topo dos 98% nos últimos três anos), a demanda por recursos, a latência por respostas e a impaciência geral dos consumidores fazem do e-mail um recurso eficaz, mas obsoleto.

SOBRE O PCT CHAT: QUATRO RAZÕES PARA O CRESCIMENTO DO CHAT NOS ÚLTIMOS ANOS

7.2.2. A AUTOMAÇÃO ESTÁ FUNCIONANDO MELHOR

Tanto os antigos chatbots e os agentes virtuais requeriam manutenção demais e não poderiam se integrar muito bem ou facilmente a recursos existentes. A última geração de assistentes virtuais e inteligentes estão funcionando muito melhor.

7.2.3. AS PESSOAS ESTÃO MAIS ACOSTUMADAS AO CHAT

Os consumidores de hoje estão tão acostumados com os canais e à comunicação eletrônicos que sua antiga resistência (eu quero falar com uma pessoa) tem desaparecido. Estamos vendo uma diminuição significativa nas taxas de insatisfação dos consumidores com o chat conforme o tempo de resposta sobre o e-mail acelera, e a simplicidade que também assume.

SOBRE O PCT CHAT: QUATRO RAZÕES PARA O CRESCIMENTO DO CHAT NOS ÚLTIMOS ANOS

7.2.4. A TECNOLOGIA EVOLUIU PARA TORNÁ-LO ÚTIL

Um dos aspectos críticos de qualquer canal eletrônico é a capacidade de torná-lo mais fácil e melhor para que os consumidores consigam suas respostas. Enquanto as soluções originais de chat requeriam implementações de software e careciam de segurança suficiente e recursos privados, as últimas implementações têm coberto todos aqueles aspectos e até mesmo criado plataformas para automação multicanal que mostram bons resultados.

SOBRE O PCT CHAT: O QUE SUA EMPRESA GANHA COM UM CHAT CORPORATIVO

7.3. O QUE SUA EMPRESA GANHA COM UM CHAT CORPORATIVO

1. Estar sempre disponível, para quem está procurando o seu produto ou serviço.
2. Tirar as dúvidas do seu cliente, na hora em que elas surgem e deixá-lo satisfeito.
3. Proporcionar um contato direto, sem a necessidade de usar o telefone.
4. Consultar, sempre que necessário, todas as conversas que seus colaboradores tiveram com os clientes.
5. Avaliar como está a qualidade do atendimento, através de estatísticas e notas de satisfação.
6. Manter sua empresa em uma posição de vanguarda e se destacar da concorrência.



7.4. OS 10 PROBLEMAS QUE O PCT CHAT
PODE RESOLVER NA SUA EMPRESA

OS 10 PROBLEMAS QUE O PCT CHAT PODE RESOLVER NA SUA EMPRESA



ALTOS CUSTOS COM TELEFONIA



Reduzir drasticamente os atendimentos via telefone

OS 10 PROBLEMAS QUE O PCT CHAT PODE RESOLVER NA SUA EMPRESA

FALTA DE TRANSPARÊNCIA NA DOCUMENTAÇÃO DOS ATENDIMENTOS

Enviar uma cópia da conversa, para o cliente



OS 10 PROBLEMAS QUE O PCT CHAT PODE RESOLVER NA SUA EMPRESA



POUCO RETORNO ATRAVÉS DO FORMULÁRIO DE CONTATO



Ter a opção de atendimento em tempo real, no site da sua empresa

OS 10 PROBLEMAS QUE O PCT CHAT PODE RESOLVER NA SUA EMPRESA

ABANDONO DO SEU SITE POR POTENCIAIS COMPRADORES

Tirar as dúvidas dos usuários no momento em que elas surgem



30

OS 10 PROBLEMAS QUE O PCT CHAT PODE RESOLVER NA SUA EMPRESA



FALTA DE PROXIMIDADE NOS ATENDIMENTOS



Proporcionar um contato mais direto com o cliente

OS 10 PROBLEMAS QUE O PCT CHAT PODE RESOLVER NA SUA EMPRESA

**DIFICULDADE EM OBTER
INFORMAÇÕES SOBRE
AS CONVERSAS**

Consultar, sempre que necessário,
o histórico de atendimentos



OS 10 PROBLEMAS QUE O PCT CHAT PODE RESOLVER NA SUA EMPRESA



EXCESSO DE RECLAMAÇÕES SOBRE A QUALIDADE DO ATENDIMENTO



Acompanhar e avaliar a
eficácia de cada atendente

OS 10 PROBLEMAS QUE O PCT CHAT PODE RESOLVER NA SUA EMPRESA

LINHAS TELEFÔNICAS CONGESTIONADAS

Direcionar a demanda de atendimentos para a ferramenta de chat



OS 10 PROBLEMAS QUE O PCT CHAT PODE RESOLVER NA SUA EMPRESA



DESVANTAGEM EM RELAÇÃO A CONCORRÊNCIA



Utilizar uma ferramenta moderna, com baixo investimento

OS 10 PROBLEMAS QUE O PCT CHAT PODE RESOLVER NA SUA EMPRESA

DESPERDÍCIO DE TEMPO

Eliminar outros chats que comprometem a produtividade dos seus colaboradores



7.5. RESOLVA AS DÚVIDAS DOS VISITANTES ANTES QUE ELES SAIAM DO SEU SITE **E TRANSFORME-OS EM CLIENTES FELIZES.**

- Triplique as chances de fechar um negócio através da internet.
- Crie um canal interativo para conquistar novos clientes.
- Dê aos usuários do seu site uma opção de contato em tempo real.
- Elimine outros chats que comprometem a produtividade da equipe.

Instale, AGORA MESMO, uma ferramenta de atendimento online, no seu site.
É fácil, rápido e TOTALMENTE GRATUITO por 7 dias!

pct CHAT

Depois de testar, contrate a partir de

R\$ 24,01
/atendente/mês

(No plano Empresarial IV, com periodicidade Anual)



FONTES DAS PESQUISAS:

- <http://ecommercenews.com.br/noticias/pesquisas-noticias/chat-online-e-a-melhor-forma-de-comunicacao-com-o-cliente-sugere-pesquisa>
- <http://www.verintintouch.com.br/a-ascensao-silenciosa-do-chat-no-atendimento-ao-cliente/>



CRÉDITOS:

Direitos, Publicação e Divulgação: **Tecmedia**

Produção de conteúdo: **Bárbara Valsézia e Eder Cachoeira**

Diagramação: **Rodrigo Chaves**

Versão atualizada em: **10/12/2015**

Baixar a última versão: **<http://goo.gl/9wr6Dt>**



tecmedia

Idéias para simplificar sua empresa



chat.tecmedia.com.br



www.tecmedia.com.br



atendimento@tecmedia.com.br



(48) 3626-9454