

E-Book



# Como fidelizar o seu cliente





# Índice

1. Introdução
2. Já se perguntou o que é Atendimento?
3. Marketing
4. Vendas & Finanças
5. Customer Success
6. Desenvolvimento
7. O que é SAC e para que Serve?
8. Caminhos para Fidelizar o seu Cliente
9. A empresa

# 1. Introdução

Observando o cenário atual, onde as redes sociais possibilitam uma “conversa 24 horas por dia” entre clientes e empresas, atender os clientes com excelência é uma importante etapa da construção de marca, e a possibilidade de fazer isso em diversos canais é um desafio que se torna um diferencial competitivo quando é feito com excelência.

É preciso valorizar a relação com o cliente. Ele deve perceber tanto em um atendimento por qualquer canal que seja, que está sendo ouvido e que a empresa está focada em corresponder aos seus anseios: sejam eles o desejo de obter um novo produto ou reclamar de um problema que tenha acontecido. Muitos acham, no entanto, que estão acertando, quando, na verdade, o consumidor se sente desassistido e isso pode ter consequências graves. O foco deve ser atender a todos, não importa qual seja a questão. Portanto, nenhum caso deve ser ignorado.

Neste E-Book apresentaremos várias dicas de como conquistar, manter e fidelizar um cliente. Vamos lá!



## 2. Já se perguntou o que é Atendimento?

Se a propaganda é a alma do negócio, o atendimento ao cliente é o corpo. Em um mercado cada vez mais competitivo e fragmentado, ofertar ao cliente um serviço ou um produto de qualidade não é mais suficiente para manter-se como uma empresa diferenciada. A qualidade do atendimento apresenta-se como um fator de peso para fazer com que o seu negócio se sobressaia sob os demais.

O conceito de Atendimento ao Cliente se refere ao serviço prestado pelas empresas de serviços ou que comercializam produtos e serviços a seus clientes. Em caso da necessidade de manifestar reclamações, sugestões, levantar preocupações sobre o produto ou serviço em questão, solicitar informação adicional, solicitar

serviço técnico, estão as principais opções e alternativas oferecidas por este setor ou área da empresa a seus consumidores. Sem dúvidas, o sucesso de uma empresa depende fundamentalmente, que as demandas de seus clientes estejam

satisfeitas, pois eles são os principais protagonistas e é o fator mais importante no mundo dos negócios.

O século XXI está marcado como o século da mudança tratando-se do que o cliente quer ao contratar uma empresa ou comprar os seus produtos. Diferente do que se via

antigamente, hoje o valor final não é o único determinante para o consumidor que passa a querer qualidade, atenção e comprometimento desde o seu atendimento até o pós-venda, sendo que ambos podem ocorrer por canais como o SAC. Entender essa mudança no perfil do consumidor é a peça-chave para se manter ativo no mercado! Deixar de priorizar um atendimento de qualidade é o mesmo que se retirar da disputa por clientes e espaço.

Atender clientes é atender a pessoas. O atendimento adequado é apontado por muitos especialistas como sendo capaz de diferenciar uma empresa de seus concorrentes. Quando uma equipe é capaz de tornar agradável o contato com o cliente, a probabilidade de que ele retorne é grande. Apesar deste fato, o setor de atendimento ainda tem muito que aprimorar. A recepção ruim, a demora, falta de tato, insistência, situações constrangedoras e a sensação de que os atendentes estão apenas fazendo um favor, acabam afastando os clientes e criando uma imagem negativa da empresa.

gosta de ser mal-tratado. Se isso ocorre, quem sai perdendo é a organização, pois há sempre um concorrente capaz de oferecer um atendimento que conquiste o cliente.



# 2. Já se perguntou o que é Atendimento?

Manter um bom relacionamento com os clientes é fundamento básico no mundo dos negócios. É através da manutenção de uma carteira de consumidores fiéis que uma empresa pode minimizar a dependência de estar continuamente conquistando novos clientes. A acirrada perseguição a novos consumidores tem aumentado dramaticamente os custos de marketing e por esta razão, manter os clientes já existentes sai mais barato do que atrair novos. O conhecimento do prestador de serviço em relação ao que o cliente deseja é muito importante para atingir a sua satisfação. A competitividade cresce dia após dia, o nível de exigência dos clientes se aprimora e a qualidade passa a ser o principal fator de diferenciação em todos os seguimentos, evidenciando uma prestação de serviço mais complexa e sofisticada.

O bom atendimento ao cliente é responsável por reduzir drasticamente gastos, já que, ao resolver problemas e antecipar-se a eles desafoga o fluxo de sua operação, permitindo um foco maior em necessidades mais críticas, ou até mesmo diretamente no crescimento. Recentemente, a área de atendimento ao cliente tem sido valorizada.

Cada tipo de negócio e segmento de mercado se estrutura de formas diferenciadas. Por isso, selecionamos algumas áreas mais utilizadas nas empresas e vamos abordar o significado de atendimento ao cliente em cada uma delas:

- ✓ **Marketing**
- ✓ **Vendas & Finanças**
- ✓ **Customer Success**
- ✓ **Desenvolvimento**

# 3. Marketing

## Use o Cliente como um Parceiro Criativo

Boa parte do trabalho do marketing é convencer seus futuros clientes que seu produto ou serviço é o melhor do mercado (ou para um nicho de mercado).



E se seus clientes atuais pudessem te ajudar nessa tarefa? Essa é a sua meta, e o Marketing é uma das primeiras áreas a sentir esse impacto positivo. O marketing viral e divulgação espontânea de um produto ou serviço fazem com que seu custo de aquisição de novos clientes diminua muito! Essa é uma métrica importantíssima para a saúde a longo prazo de muitos negócios hoje. Pense no seguinte exemplo: Imagine que seu custo médio de aquisição do cliente seja R\$ 500,00: se ele comprar menos do que isso desde a primeira compra até o cancelamento do serviço você perdeu dinheiro. Portanto, quanto mais clientes vierem espontaneamente maior a "durabilidade" de seu negócio. Traçar uma estratégia de marketing corretamente envolve pesquisa, planejamento e desenvolvimento,

criterioso por parte da sua empresa. Além de oferecer uma promoção, produto ou serviço específico, o seu público-alvo precisa conhecer a sua campanha e sua empresa precisa chegar até eles. E nada melhor do que realizar este tipo de pesquisa via mensagens SMS via celular, pois é a melhor forma de ouvi-lo sem atrapalhar a sua rotina e obter as informações que deseja para determinada ação. A pesquisa de satisfação do cliente é uma maneira muito eficiente de determinar se sua empresa está entregando o serviço/produto que seu público-alvo procura. É uma das melhores comunicações entre empresas e clientes e usuários de um determinado serviço. É uma forma de marketing direto, onde a comunicação ocorre de forma pessoal e direta e torna as campanhas extremamente efetivas.

# 4. Vendas & Finanças

## Ser simpático e gentil é apenas o começo

Atendimento está intimamente ligado a Vendas, é a ferramenta para que elas ocorram sempre e cada vez mais nas negociações feitas. Portanto, fica cada vez mais necessário que o seu departamento financeiro entenda perfeitamente o que é atendimento ao cliente. Com os clientes vem o dinheiro, o insumo básico da sua área de Finanças e o indicativo mais óbvio de que sua empresa está indo bem. O impacto do atendimento na parte financeira da sua empresa é latente e muito sensível à medida que seu empreendimento ganha escala. Portanto, temos uma relação direta, um ciclo virtuoso de bom atendimento, gerando mais clientes ou seja, mais dinheiro, e por consequência uma empresa mais saudável, que adquire cada vez mais consumidores. E quando é necessário abordar o cliente que está inadimplente?

Atualmente existem vários canais, via

marketing digital, sendo utilizados no mercado de cobrança para contatar o cliente inadimplente. Mas qual apresenta o melhor custo x benefício? Há várias respostas para essa pergunta, pois cada nicho de clientes apresenta um comportamento diferente mediante a cada canal de contato. As características que influenciam na resposta de cada canal são a faixa de atraso, produto e/ou segmento, região e a idade do inadimplente. Com telecontato com SMS Corporativo, Marketing e Interativo, poderosas ferramentas de comunicação e fidelização do seu cliente. A utilização das mensagens de celular geram várias vantagens para as empresas, uma delas é a possibilidade do envio de mensagens personalizadas e até programadas para dias e horas mais convenientes. O custo chega a ser 96% mais barato que mandar uma cobrança via carta ou gastar com ligações, pois elimina gastos com impressão, postagem, etc.



# 5. Customer Success

Ele ganha, Você ganha

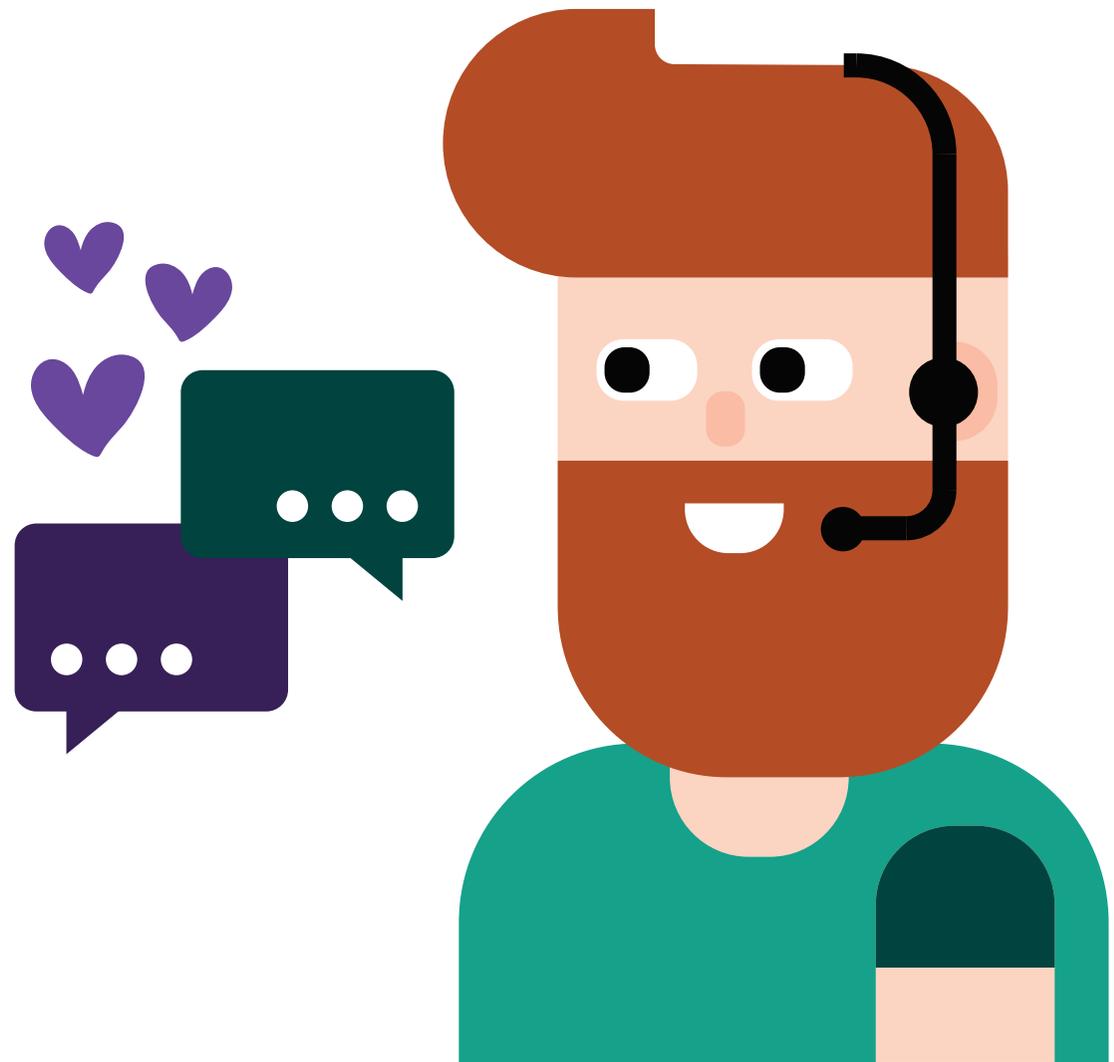
Um bom relacionamento com os clientes é a base do sucesso de uma empresa. Por isso as empresas têm investido cada vez mais, não apenas em entregar um bom serviço e bons produtos, mas em garantir uma experiência de qualidade, através de um bom relacionamento com os seus clientes. Muito se diz, contudo, sobre a felicidade e a satisfação do cliente, mas você já parou para pensar o que os clientes realmente querem? Eles não querem ser felizes ou se sentirem realizados por serem clientes, eles querem alcançar os objetivos que tinham ao adquirir seu produto ou serviço. O contexto é claro e se repete em quase todo tipo de negócio: clientes fiéis, que fazem compras recorrentes, geram mais de 80% da receita total de qualquer negócio. É através desta análise e com esta mentalidade que surge o Customer Success. A área de relacionamento com o cliente está evoluindo para o Customer Success (sucesso do cliente), onde não basta apenas atender bem mas saber onde e como seu produto agrega valor ao negócio de quem o compra. Algumas pessoas rotulam Customer Success de suporte premium, atendimento ou de gestão de contas com nome bonito. A questão é que nem suporte, nem atendimento, nem gestão de contas descreve bem o trabalho de Customer Success. Quando falamos de Customer Success o relacionamento vai muito além de funcionalidades. O importante é ir além, tirar dúvidas de uso sim, se necessário, mas com o objetivo de ajudá-lo a usar o software da melhor maneira para alcançar os objetivos e ter sucesso enquanto cliente.



# 6. Desenvolvimento

## Ouvir o Cliente é Fundamental

Cada vez mais é fundamental escutar o cliente e agir para satisfazê-lo. A opinião do cliente será a chave não só para satisfazer sua necessidade, mas para fideliza-lo. É preciso ir além da sua satisfação. Qualquer pesquisa mostrará que os clientes, mesmo satisfeitos, podem abandonar o produto. Então temos que nos movimentar para além disso, na direção do que as pessoas chamam entusiasmo ou encanto. Ouvir a opinião do cliente significa duas coisas. A primeira é escutar – temos que identificá-lo e, então, lhe dar ouvidos. A segunda, muito importante, é agir após escutar. Sua empresa precisa entender o que é atendimento ao cliente com muita clareza, pois ele tem um impacto positivo de foco e direcionamento das ações dessa área! Portanto, foco nos requisitos do cliente são vitais para ter um produto melhor do que o seu concorrente, e de maneira rápida. E essa cultura só é obtida com um atendimento acima da média! Mesmo que essa área se relacione apenas com o Marketing ou Customer Success, e não diretamente com o cliente, você precisará que o líder dessa área tenha a consciência do que é um bom serviço de atendimento ao cliente e o quão importante é a satisfação de um consumidor bem atendido.



# 7.0 que é SAC e para que Serve?

O serviço de atendimento ao cliente (SAC) é um dos canais que mais aproxima e estreita os relacionamentos existentes entre o consumidor e a empresa. Apesar de ser de fundamental importância não são poucas as reclamações voltadas a este serviço, que acaba por prejudicar a imagem da organização.

O SAC tem se mostrado a alma do atendimento. É nele que tudo ocorre, é ele que faz a roda do relacionamento girar. É ele o principal responsável pelo sucesso ou fracasso da sua empresa. O cliente estabelece o contato direto com sua empresa para resolver seus problemas, propor sugestões, tirar dúvidas e fazer reclamações. O SAC trabalha de forma padrão. E isso é muito importante para entender de fato como funciona esse serviço. Não significa que todo mundo vai usar a mesma linguagem e o mesmo jeito de atender os clientes. Não é isso. Mas existe uma norma a ser seguida em todos os aspectos. Como, por exemplo, o formato do e-mail. Como começar uma conversa pelo chat online. Qual tempo de verbo utilizar pelo telefone. E outras diversas técnicas que vão ser determinadas de acordo com o público que você vende.

Quantas vezes você já entrou em contato com um SAC e se aborreceu pela demora até conseguir ser atendido? Provavelmente não foram uma ou duas, mas sim muitas. Esse tipo de situação é extremamente comum e faz com

em contato com demora até Provavelmente não sim muitas. Esse

que a empresa perca muitos pontos com o cliente que passa a evitar ao máximo esse tipo de contato.

Um dos atendimentos que mais viralizou de um Serviço de Atendimento ao Consumidor na internet, foi após uma cliente entrar em contato referente à cobrança indevida. O caso ocorreu em 03/11/2016 quando Paula Quintas em sua postagem explicou que a empresa duplicou uma cobrança de sua assinatura. Então, a cliente decidiu ligar para verificar uma possível solução para o problema e para sua surpresa a conversa foi super descontraída e os resultados satisfatórios. Veja o texto que Paula publicou: "Netflix cobrou duas vezes a mensalidade. Entrei no site para saber se tinha um 0800. Ao clicar no número, recebi um código que evitou que eu digitasse todos meus dados – que eles já possuem – ao iniciar a ligação. Em 30 segundos já estava falando com um menino queridíssimo e, ao escutar um burburinho na sala de atendimento, eu disse: tá divertido aí, né? Aí ele me responde: sim, estão comemorando algo. Eu: Tem bolo? Guarda pra mim? Ele abre o fone na sala e recebo oi da galera com um convite pra me juntar a eles. Recebo a oferta de duas formas de ressarcimento; escolho. 4 minutos de ligação, no máximo. No meu email chega: 'A César o que é de César'. Dinheiro de volta sem dor, com amor. Aprendam, telemarketings."



# 7.0 que é SAC e para que Serve?

Apesar de a própria internauta ter dito que “se sentiu especial” após o atendimento e do suporte recebido pela empresa Netflix realmente parecer ter sido exemplar, o ocorrido levanta uma questão bastante importante: será que não estamos tão acostumados com um serviço ruim que somos surpreendidos quando algo minimamente decente acontece? Essa dúvida, inclusive, foi levantada por diversas pessoas que comentaram na postagem do Facebook, perguntando se as pessoas deveriam se emocionar com algo que deveria ser padrão na indústria. Para um Serviço de Atendimento ao Consumidor adequado, atender de forma satisfatória já não basta, é preciso superar as expectativas e criar um vínculo afetivo entre a sua marca e o cliente. O comprador deve sentir-se especial em todos os momentos que tiver contato com a empresa, tanto no mundo físico quanto no virtual. De acordo com o famoso estudo Stop Trying to Delight Your Customers, realizado no começo desta década pelo Corporate Executive Board, nos EUA, e publicado pela revista Harvard Business Review, cerca de 23% dos clientes que têm boas experiências ao contatar o SAC de uma empresa costumam falar bem dessa mesma empresa a pelo menos outras 10 pessoas. Parece bom? Pois imagine o que isso significa na atual conjuntura das redes sociais. Um marketing desse nível é tudo o de que uma

empresa moderna e eficaz precisa para alavancar mais vendas. Por outro lado, ainda segundo a pesquisa do Corporate Executive Board, 46% dos clientes que se consideram mal atendidos repassam sua indignação adiante a, pelo menos, outras 10 pessoas.

O mesmo estudo também descobriu que 68% dos consumidores preferem ser atendidos por pessoas quando entram em contato com o SAC de uma empresa, não por máquinas – por mais educadas e descoladas que pareçam ser. Mais do que atender a consumidores vorazes por bons serviços, é preciso estabelecer um relacionamento com essa base de clientes – que é, no fim das contas, seu ativo mais importante. Investa em qualificação de pessoal (com treinamento constante, oferecimento de cursos, realização de workshops e palestras), crie um plano de carreira sólido e transparente e estabeleça uma política eficaz de bônus a seu time de atendimento (pode ser em dinheiro, prêmios ou reconhecimento). Por mais que a tecnologia e os processos sejam importantes, é fundamental reconhecer e valorizar quem realmente faz o relacionamento acontecer: as pessoas envolvidas, principalmente as equipes de atendimento e suporte que estão na linha de frente das operações. É primordial educar o mercado a empoderar os atendentes, pois eles fazem parte da estratégia da organização.

Em tempos de vida conectada e que nunca para, agilidade é um dos critérios mínimos que o consumidor procura, seja na entrega de uma mercadoria ou na resposta para suas perguntas, dúvidas e problemas. Priorizar um serviço de atendimento ao cliente bastante ágil e também profissional, evidentemente com respostas, é um dos caminhos que levam para o sucesso nessa área.

Parece até óbvio dizer isso, mas entender o cliente é fundamental para todo o restante das melhores práticas do bom atendimento. Entender o cliente não passa só por uma análise de suas necessidades como consumidor de seu produto ou serviço, mas também por perceber momentos emocionais pontuais e suas necessidades enquanto pessoa. Como gostamos de dizer aqui na Comtele: “Não é Atendimento. É Relacionamento”. Esse mantra pode ajudar sua empresa a se colocar no lugar de seu cliente, ao entender que é preciso criar um vínculo com ele, e não somente decorar um script que pode ou não resolver seus problemas.

Abaixo vamos citar algumas dicas valiosas para que sua empresa tenha um SAC com qualidade de atendimento:

# 7.0 que é SAC e para que Serve?

## Automatize Processos

A primeira dica para oferecer um serviço de atendimento ao cliente verdadeiramente de qualidade é investir na automatização dos processos, que são comuns na rotina de um serviço de atendimento ao cliente. Lembrando que o SAC é um canal de comunicação que recebe muitas ligações diárias e que, na maioria das vezes, usa de dados e informações diversas para se manter ativo e ágil. É essencial implantar o uso de um software potencialmente capaz para administrar tudo isso. Alguns dos pontos que devem ser observados pelo sistema pretendido de se fazer uso para o SAC: Interatividade, a partir do menu principal; capacidade de armazenamento de dados e recursos para a identificação do cliente.

## Priorize pela Agilidade no Atendimento

A primeira dica para oferecer um serviço de atendimento ao cliente verdadeiramente de qualidade é investir na automatização dos processos, que são comuns na rotina de um serviço de atendimento ao cliente. Lembrando que o SAC é um canal de comunicação que recebe muitas ligações diárias e que, na maioria das vezes, usa de dados e informações diversas para se manter ativo e ágil. É essencial implantar o uso de um software potencialmente capaz para administrar tudo isso. Alguns dos pontos que devem ser observados pelo sistema pretendido de se fazer uso para o SAC: Interatividade, a partir do menu principal; capacidade de armazenamento de dados e recursos para a identificação do cliente.

## Treine sua Equipe

O treinamento dos colaboradores é uma das dicas, e também das etapas, mais importantes tratando-se do serviço de atendimento ao cliente! Seja qual for o ramo, ter profissionais que entregam soluções é o melhor tipo de parceria a se fechar. Com certeza, bom atendimento é resultado de bom treinamento. Por isso, investir em cursos de capacitação — desde que alinhados aos interesses da organização e do colaborador — nunca será perda de tempo, e nem de dinheiro. Aliás, além dos treinamentos aplicados logo após a contratação do operador, é necessário que a empresa mantenha um calendário de formações contínuas. Essa abertura para novos conhecimentos aprimora o rendimento do SAC receptivo, pois ajuda a manter o time motivado e qualificado para exercer sua função.

## Mantenha o Foco na Solução

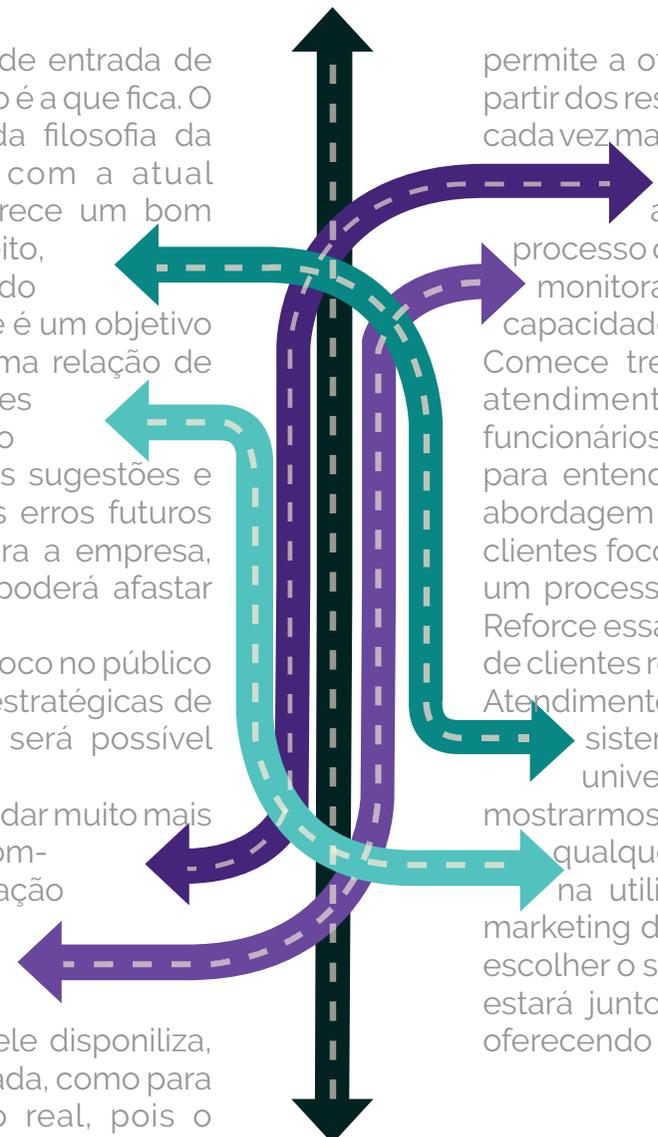
Independente do produto ou serviço que sua empresa possui, é essencial entender que o cliente entra em contato pelo SAC por algum motivo, que para ele é importante. Um deles, que é também o mais recorrente e comum, é justamente para encontrar soluções aos seus problemas que, é claro, podem ser de diferentes escalas e ordens. Caso não saiba resolver o problema do cliente naquele momento, sempre peça mais tempo para responder, sempre dando um feedback honesto para seu cliente. Honestidade fortalece os laços nos negócios. O que não vale é usar isso como desculpa a todo momento, o que no caso seria de fato uma desorganização por parte da sua empresa, algo que gera atrito. Quanto mais focado o SAC estiver na resolução dos problemas do cliente mais ele poderá contribuir com o encantamento do consumidor com a sua marca já que foco na solução significa, entre outras coisas, redução do tempo de atendimento sem menosprezar a sua qualidade.

# 8. Caminhos para Fidelizar o seu Cliente

A qualidade no atendimento é a porta de entrada de uma empresa, na qual primeira impressão é a que fica. O cliente em primeiro lugar é à base da filosofia da qualidade total, em conformidade com a atual administração. Quando a empresa oferece um bom atendimento, o cliente fica sempre satisfeito, mesmo quando sua empresa não dispõe do que ele procura. Manter o foco no cliente é um objetivo da organização que visa estabelecer uma relação de confiança e credibilidade com seus clientes e para cultivar novos, é preciso valorização destes clientes. Levando em conta suas sugestões e reclamações, a fim de corrigir possíveis erros futuros que poderão causar consequências para a empresa, tais como uma imagem negativa que poderá afastar clientes.

Para fidelizar clientes é preciso manter o foco no público certo. Somente direcionando as ações estratégicas de sua empresa para as pessoas certas será possível garantir um atendimento de qualidade.

Investir na fidelização de clientes pode te dar muito mais vantagens que aumentar o portfolio de compradores. Toda ação voltada para a fidelização de clientes (seja uma campanha de SMS marketing, ou envio de E-mail) pode — e deve! — ser monitorada. Para isso, conte com as ferramentas que a Comtele disponibiliza, tanto para uma comunicação personalizada, como para acompanhar os relatórios em tempo real, pois o monitoramento



permite a otimização constante de sua estratégia e, a partir dos resultados de cada investida, você pode reunir cada vez mais informações relevantes sobre seu público-alvo, suas preferências de abordagem e necessidades. Encare esse processo como um ciclo virtuoso: quanto mais você monitora, mais conhece seu público e maior é a sua capacidade de criar estratégias para fidelizar clientes. Comece treinando sua equipe de vendas para um atendimento de excelência, reforçando junto aos funcionários valores e práticas de como ouvir o cliente para entender como ele deseja ser atendido, qual a abordagem mais eficiente para cada perfil, quem são os clientes foco dentro da empresa e como cativá-los em um processo contínuo que não se encerra na venda. Reforce essa estratégia e veja o processo de fidelização de clientes realmente acontecer!

Atendimento ao cliente é algo a ser sempre melhorado, sistematizado e replicado. Não existem modelos universais, apesar de ao longo deste e-book mostrarmos várias dicas que podem ser aplicadas em qualquer empresa. Existe uma infinita possibilidade na utilização das mais variadas ferramentas de marketing digital na rotina da sua empresa, agora é só escolher o serviço que melhor irá te atender. A Comtele estará junto com você, proporcionando resultados e oferecendo o melhor custo x benefício.

# 9. A Empresa

A Comtele é uma empresa especializada em marketing virtual e está no mercado há mais de nove anos e os principais serviços oferecidos são:



SMS



E-MAIL MARKETING



TORPEDO DE VOZ

Temos como foco principal criar novas soluções de comunicação para que os nossos clientes consigam sempre transmitir a melhor mensagem aos seus consumidores através da conexão entre os mundos online e offline.

[comtele.com.br](http://comtele.com.br)



[/Comtele.mktvirtual](https://www.facebook.com/Comtele.mktvirtual)



(16)98130-4898



[atendimento.mltcorp](https://www.skype.com/atendimento.mltcorp)

COMTELE  
A MESSAGING COMPANY