

Curso: Atendimento ao associado

Palestrante: Roberto Libardi

**UNIVERSIDADE SINDI
CLUBE**
Universidade Corporativa

Promoção:



Realização:



- ✓ Administrador de Clubes atuando neste mercado há 35 anos;
- ✓ Diretor da RL Soluções para Clubes;
- ✓ Consultor especialista em Clubes pela CBC/FENACLUBES e SINDI-CLUBE SP;
- ✓ Consultor em gestão das principais redes de Clubes do Brasil:
 - FENABB - Federação Nacional das AABBs;
 - SESI Departamento Nacional.
- ✓ Gestor dos programas de Qualidade de Vida no Trabalho nas empresas Natura Cosméticos e Novartis Biociência;
- ✓ Graduado em Gestão Desportiva e de Lazer pela UNIBAN SP;
- ✓ Co autor dos livros:
 - *Legados de Mega Eventos Esportivos (Ministério do Esporte e CONFEF -2008);*
 - *Políticas de Esporte para Juventude - Contribuições para o debate (Inst. Pensarte-2008);*
 - *Temas para administração de clubes sociorrecreativos (Factash Editora- 2010).*



ROBERTO LIBARDI
CONSULTOR ESPECIALISTA EM CLUBES
CRA -SP Nº 6-001921
CREF-SP Nº P029584

Apresentação do curso

OBJETIVO:

Capacitar os colaboradores a melhorarem a produtividade e qualidade do atendimento e dos serviços prestados aos associados do seu Clube.

Apresentação do curso

Conteúdo programático:

- Comportamento do consumidor
- Algo para pensar sobre como as empresas perdem clientes
- Clientes ou associados
- Ciclo de serviço – a cadeia do atendimento no clube
- Atitudes que quebram a corrente do excelente atendimento
- Atitudes para realizar um excelente atendimento
- Atendimento telefônico

Acordo de convivência

- Horário do curso: 09h00 às 12h00
- Celular: dedique o tempo do curso para seu aprimoramento
- Perguntas: a hora que desejar
- Certificados: serão enviados ao departamento pessoal do clube
- importante: Para receber seu o certificado, a apostila e informações dos próximos cursos por favor preencha seus dados cadastrais na pesquisa de avaliação do curso

Vamos interagir?

- Cada grupo deve preencher o cartaz com o nome da equipe, logotipo e slogan. Eles devem refletir os objetivos, valores e o modo de agir da equipe.

MODELO

•NOME DA EQUIPE
•LOGOTIPO
•SLOGAN

Vamos interagir?

- No cartaz também deve haver respostas para as seguintes questões:
 - I. O que esperamos aprender, aperfeiçoar ou revisar com esse curso, em termos de conteúdo?
 - II. O que esperamos que aconteça em termos de comportamento no curso?
 - III. O que esperamos que não aconteça em termos de comportamento no curso?

Tempo de duração 15 minutos
Apresentação: 3 minutos por grupo

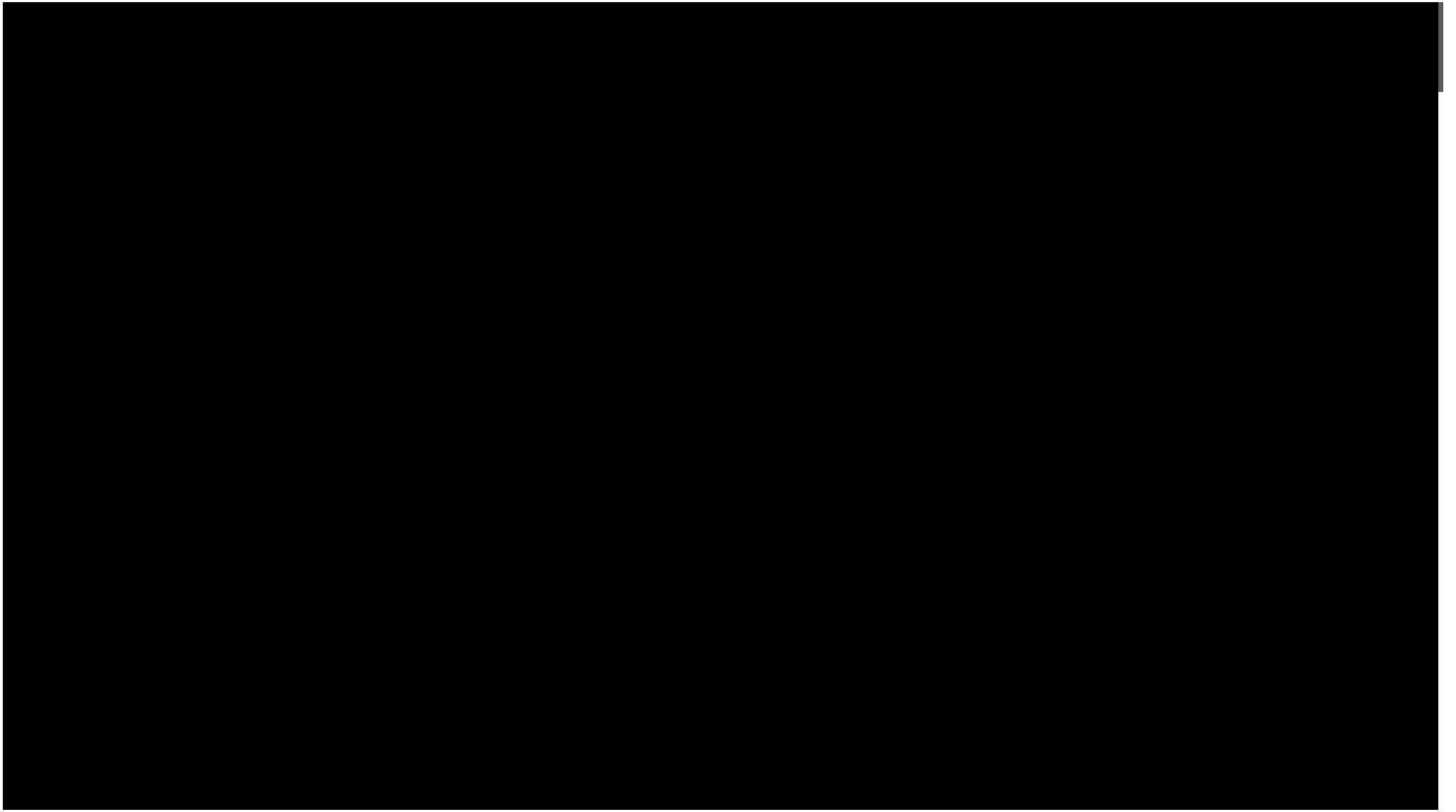
Qual é a sua missão?



Autoconhecimento



Filme (I) – Eu maior



Comportamento do Consumidor



www.rlsolucoes.com.br

ROBERTO LIBARDI

1. Ganhe minha confiança;

- Toda empresa deve, em primeiro lugar, conquistar a confiança e lealdade do cliente.



2. Inspire-me;

- O cliente compra emoções.



3. Facilite minha vida;

- Crie conveniência e você venderá mais.
O cliente valoriza a simplicidade, a velocidade e a utilidade.



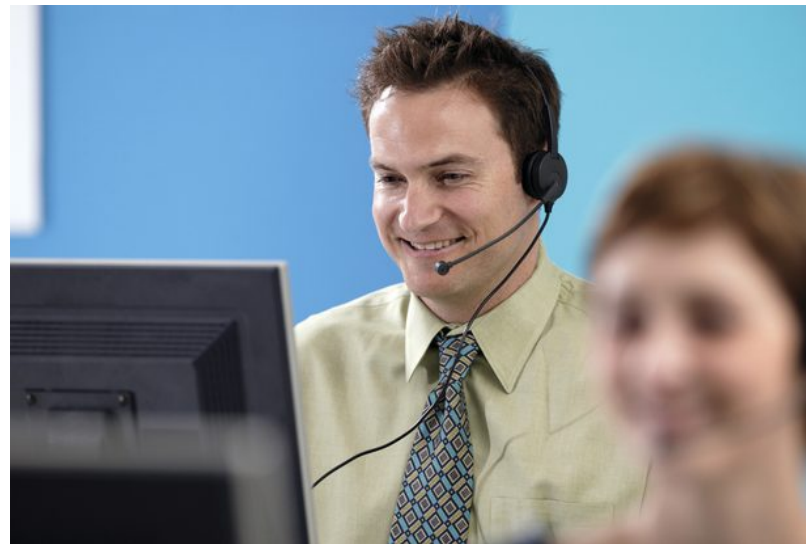
4. Dê-me controle;

- O cliente deve sentir-se bem, sentir que domina - em vez de ser dominado.



5. Guie-me;

- Muitas vezes a função da empresa é ensinar, interpretar e mostrar as principais características do produto ou serviço.



www.rlsolucoes.com.br

6. Mandamento 24/7;

- 24 horas, 7 dias por semana - Conveniência e rapidez são essenciais. O tempo adquiriu uma importância extraordinária no mundo atual.



7. Conheça-me;

- Para fidelizar, é preciso conhecer.



www.rlsolucoes.com.br

ROBERTO LIBARDI

8. Supere minhas expectativas;

- Agregue valor ao produto/serviço com o intuito de, não só atingir, como também superar as expectativas do consumidor.



www.rlsolucoes.com.br

ROBERTO LIBARDI

9. Recompense-me;

- O cliente fiel merece ser “mimado” através de recompensas, em função de sua lealdade à empresa.



www.rlsolucoes.com.br

ROBERTO LIBARDI

10. Fique ao meu lado;

- Relacionamentos duradouros são construídos ao longo do tempo.



Comportamento do Consumidor

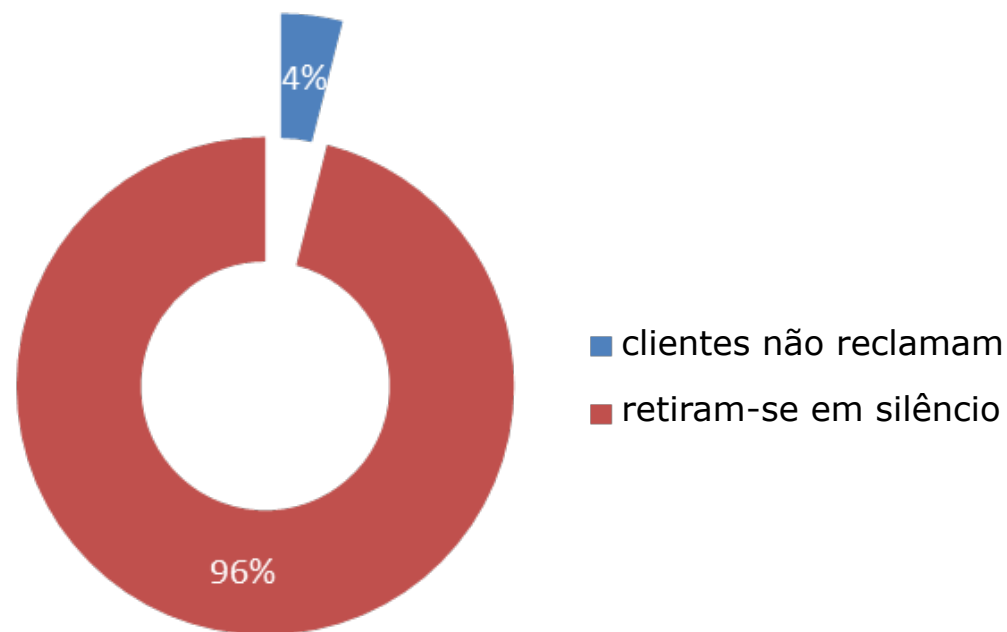
- ✓ Hoje as necessidades do cliente são a lei.
- ✓ A simples satisfação do cliente não é mais suficiente. Hoje o sucesso no mercado exige algo mais que satisfação, exige a superação das expectativas: o encantamento do cliente.
- ✓ Satisfação do cliente é encontrada quando você encontra o nível mínimo, o serviço adequado: é o arroz com feijão.
- ✓ A superação das expectativas é fornecer o serviço desejado, almejado.

**Algo para pensar sobre
como as empresas
perdem clientes...**



Algo para pensar ...

- Em média, uma empresa toma conhecimento apenas de 4% dos seus clientes insatisfeitos. Os outros 96% simplesmente se retiram em silêncio e 91% nunca mais voltam.



Algo para pensar ...

- Será que os “clientes Amáveis” estão arruinando seu Clube?



Estudo realizado por Michael LeBoeuf, Ph. D. – sobre hábitos de clientes insatisfeitos e essencialmente sobre como as empresas perdem seus clientes

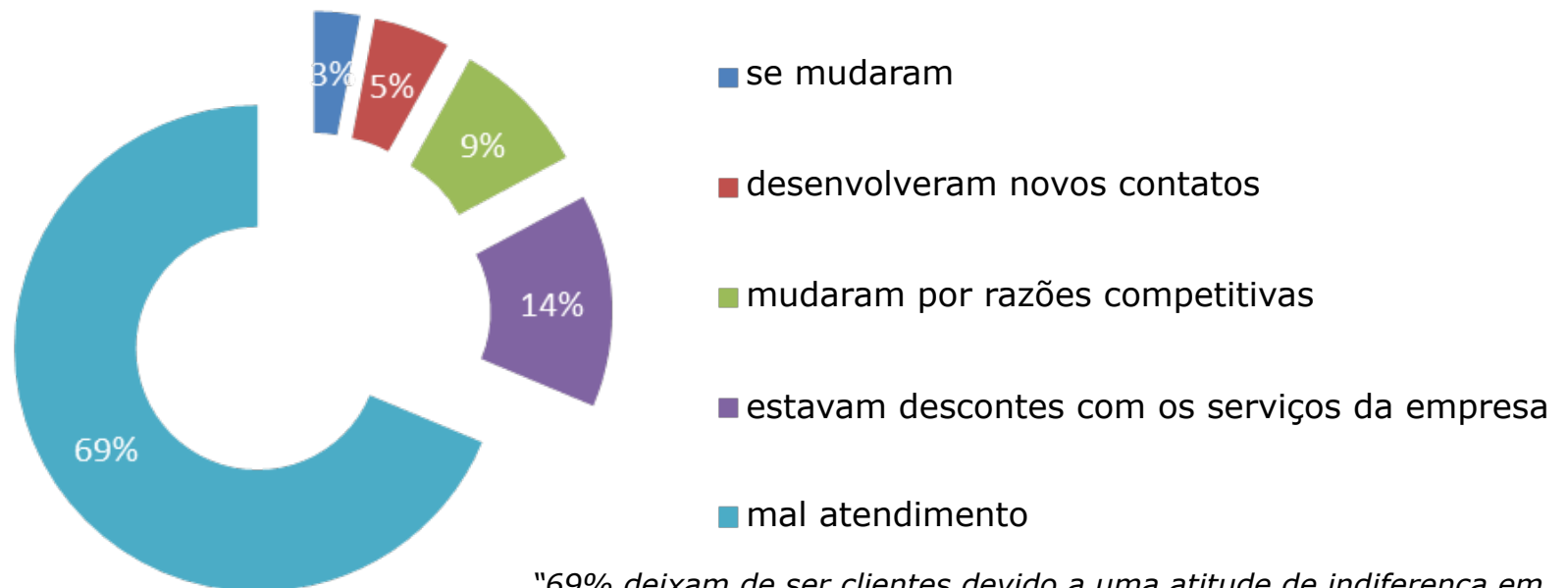
Texto cliente amável...

Sou o cliente amável. Todos me conhecem. Sou aquele que nunca reclama, não importando o atendimento que receba. Vou a um restaurante e aguardo pacientemente, enquanto os garçons e garçonetes ficam mexericando, sem se incomodar em perguntar se alguém já anotou meu pedido. Algumas vezes, alguém que chegou depois de mim é atendido primeiro, mas eu não reclamo. Apenas espero. E quando vou a uma loja comprar algo, não tento me impor. Procuro levar em consideração a outra pessoa. Se um vendedor metido se aborrece porque desejo olhar vários itens antes de me decidir, mantenho-me tão polido quanto possível. Não acredito que responder à altura seja correto. Outro dia, parei em um posto de gasolina e esperei quase cinco minutos, até que o frentista me desse atenção. E quando o fez, derramou gasolina e limpou meu pára-brisas com um trapo engordurado. Mas eu reclamei do atendimento? É claro que não. Nunca faço objeções, nem reclamo, nem critico. E nem sonharia em fazer cena, como já vi outras pessoas fazerem em locais públicos. Creio que isso é desnecessário. Não, eu sou o cliente amável. E vou contar-lhe o que mais eu sou. Sou o cliente que nunca mais volta.

Autor desconhecido (porém amável)

Algo para pensar ...

- Por que as empresas perdem clientes ?



"69% deixam de ser clientes devido a uma atitude de indiferença em relação a eles, por parte dos diretores, gerentes, ou de algum funcionário"
www.rlsolucoes.com.br
ROBERTO LIBARDI

Algo para pensar ...

- Em média, um cliente insatisfeito fala a respeito do seu problema a oito ou dez pessoas. Uma em cada cinco fala para vinte pessoas. E são necessários doze experiências positivas de atendimento para compensar um incidente negativo.



"Seu Clube tem 12 motivos para sempre atender bem"

Algo para pensar ...

- Sete em cada dez clientes que fizeram reclamações voltarão a fazer negócios com você, se você resolver a queixa em favor deles. Se resolver na mesma hora, 95% deles continuarão clientes. Em média, um cliente cuja queixa foi atendida comenta com cinco pessoas do problema e de como foi resolvido de forma satisfatória.



*"E mais 5 motivos para
continuar atendendo muito
bem seus associados"*

ROBERTO LIBARDI

Algo para pensar ...

- Uma empresa gasta, em média, seis vezes mais para atrair novos clientes do que para manter os antigos.



"provavelmente você já sabia que um associado fidelizado vale ouro"

Algo para pensar ...

- As empresas que têm um **atendimento de baixa qualidade** conseguem, em média, **somente 1% de retorno sobre as vendas** e perdem participação de mercado à taxa de 2% ao ano. Ao passo que as empresas com **atendimento de alta qualidade têm, em média, um retorno de 12% sobre as vendas**, ganham participação de mercado à taxa de 6% ao ano e cobram preços significativamente mais elevados.



www.rlsolucoes.com.br



Agora que sabemos do novo perfil dos consumidores em geral, vamos fazer um link com nossos clientes: os **associados**.



Para REFLETIR juntos:

“Clube é uma empresa?”

- **Qual é razão de ser do seu Clube?**



Missão, Visão e Valores

Uma empresa sustentada por Valores e Princípios.

Para REFLETIR juntos:

“clientes ou associados”



clientes ou associados?

Caracterizar cliente - associado

- **associado:** "Pessoa ou entidade (existem associações de entidades) que se junta a uma coletividade para participação e contribuição para alcance do escopo ou objetivo comum daquela Associação".

"Então associado É cliente e "patrão" ao mesmo tempo"

clientes ou associados?

- Seria o **código de defesa do consumidor** aplicável às relações jurídicas entabuladas entre as associações e os seus associados?



1- a associação (Clube) ofertando produtos ou serviços aos seus associados:

2- a associação (Clube) ofertando produtos ou serviços para destinatários estranhos ao quadro de associados:



clientes ou associados?

- Fundamentação pela qual o associado não é abrangido pelo **código de defesa do consumidor**:



"Em poucas palavras: Nessas situações, o associado não "consome". O associado vivencia os benefícios por ser e estar associado, eventualmente usufruindo produtos e serviços recebidos em um ambiente, jurídico e econômico, diverso daquele que é próprio ao que se compreende como mercado."

Atendimento



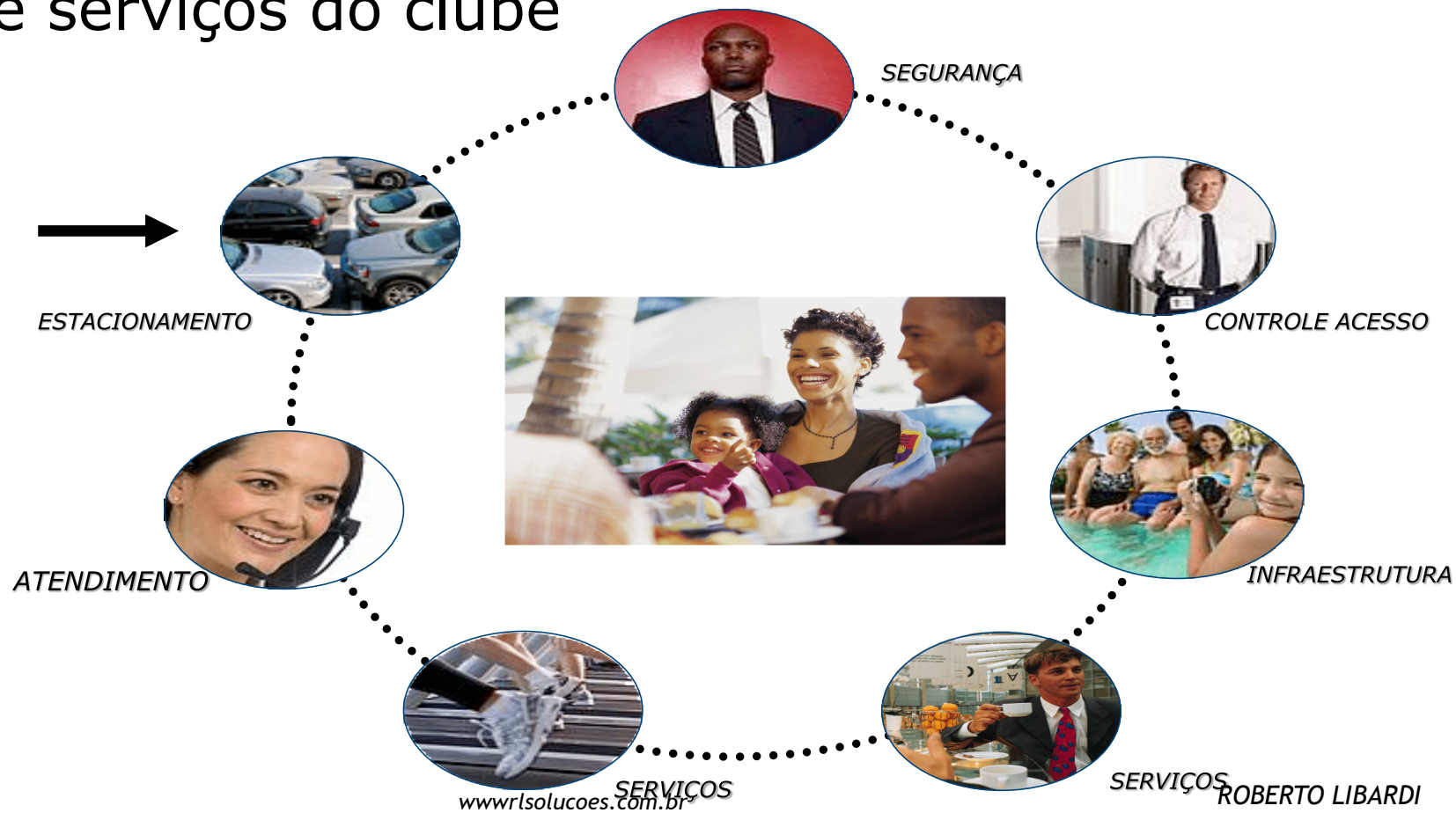
Filme (II) – O que não se deve fazer no atendimento ao cliente



Ciclo de serviços

- Um Ciclo de Serviços é a cadeia contínua de eventos pela qual o associado passa, à medida que experimenta os serviços prestados pelo clube.

•Ciclo de serviços do clube



- Atendimento: o principal elo da corrente do seu ciclo de serviços.



Atitudes que quebram a corrente do excelente atendimento

Atitudes que quebram a corrente do excelente atendimento

Apatia

- Acontece quando os funcionários do Clube não demonstram que se importam com os associados.



Atitudes que quebram a corrente do excelente atendimento

Má vontade

- Os funcionários tentam livrar-se do associado.



Atitudes que quebram a corrente do excelente atendimento

Frieza

- O associado é tratado de forma distante, até desagradável.



Atitudes que quebram a corrente do excelente atendimento

Desdém

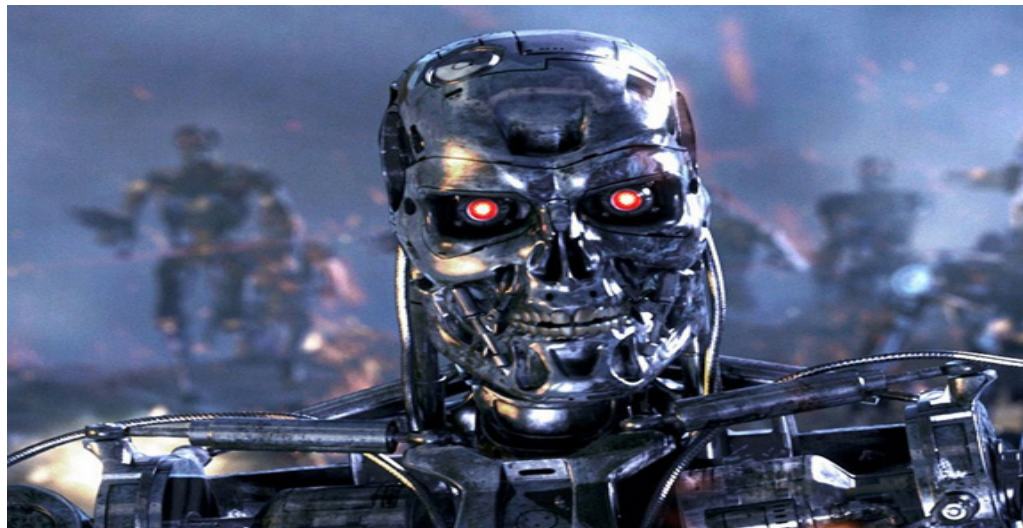
- Quando os funcionários do Clube se dirigem ao associado, de cima para baixo, como se ele não soubesse nada, fosse uma criança.



Atitudes que quebram a corrente do excelente atendimento

Robotismo

- O funcionário do Clube deixa de agir como se fosse uma pessoa e repete sempre a mesma coisa, da mesma forma, com os mesmos gestos, como se fosse um programa.



Atitudes que quebram a corrente do excelente atendimento

Demasiado apego às normas

- Acontece com o funcionário do Clube que diz “sinto muito mas não podemos ser flexíveis”.



Atitudes que quebram a corrente do excelente atendimento

Jogo de Responsabilidade

- A síndrome do vai pra lá, vai pra cá, o associado é mandado de um lado para o outro, sem nunca resolver nada.



www.rlsolucoes.com.br

ROBERTO LIBARDI

Atitudes para realizar um excelente atendimento!

Atitudes para realizar um excelente atendimento!

ATIVAS

Devem ser praticadas sempre que o profissional estiver atendendo o associado.

REATIVAS

Praticadas apenas se acionadas pelo associado.

PROATIVAS

Colocam-se em prática quando houver uma oportunidade. Ou for conveniente aplicá-las.

Atitudes Ativas: Abrindo um Excelente Atendimento!

- *Cumprimente o associado com entusiasmo;*
- *Sorria com sinceridade;*
- *Olhe nos olhos;*
- *Pergunte "em que posso servi-lo, senhor(a)";*
- *Escute o associado com toda a atenção.*



Atributos para praticar um fantástico atendimento!

- *Tenha uma excelente apresentação;*
- *Tenha a postura corporal correta;*
- *Saiba sorrir - tenha humor e alto astral;*
- *Saiba escutar;*
- *Seja gentil;*
- *Esteja sempre disponível;*
- *Seja rápido e ágil;*
- *Seja tranquilo;*
- *Seja confiável.*



"Você nunca tem uma segunda chance de causar a primeira impressão"

- Danuza Leão

Dicas para uma boa comunicação!

Comunicação correta

- *Saiba escutar o associado;*
- *Fique atento às necessidades do associado;*
- *Procure identificar o tipo de personalidade do associado;*
- *Utilize um tom de voz tranquilo mesmo que o associado altere o seu tom e volume de voz;*
- *Demonstre humildade (cuidado para não ser arrogante);*
- *Tenha paciência;*
- *Seja simples e didático ao dar uma informação;*



"Antes de iniciar a fala preocupe-se com o ouvinte, ele é a pessoa mais importante na comunicação".

Dicas para uma boa comunicação!

Comunicação....

- *Certifique-se de que o associado entendeu a mensagem; uma coisa são "fatos" outras "opiniões". Cuide de separar os dois;*
- *Observe a forma do associado falar, perceba a carga emocional que o cliente está trazendo, a fisionomia e o tom de voz;*
- *Certifique-se de que o associado concordou com o que você disse;*
- *Se não concorda, entenda o porquê;*
- *Tente justificar sobre por que é assim;*
- *Seja natural ao comunicar-se;*
- *Coloque-se no lugar do associado para melhor entendê-lo;*
- *Utilize um vocabulário adequado.*

Dicas para uma boa comunicação!

Precisão

Seja exato, claro e objetivo na comunicação.



▪ *No contato com o associado:*

<i>EM VEZ DE DIZER...</i>	<i>DIGA!</i>
<i>Retornarei a ligação mais tarde</i>	<i>Retorno a ligação às 15h</i>
<i>Logo estaremos entregando</i>	<i>Entregaremos em 01 hora</i>
<i>Vou tentar me informar</i>	<i>Me informarei</i>
<i>Eu acho que o valor é mais ou menos...</i>	<i>O valor exato é...</i>
<i>Ele está chegando</i>	<i>Ele ligou dizendo que retornará em 2 horas</i>
<i>Estarei lhe atendendo em breve</i>	<i>Assim que concluir este atendimento, poderei atendê-lo (a)</i>

Fechando um bom atendimento

Para fazer um bom fechamento do atendimento ao cliente:

- *Pergunte ao cliente se ele está satisfeito;*
- *Se ele tem alguma dúvida;*
- *Se ele gostaria de mais alguma informação;*
- *Se o atendimento realizado foi dentro das expectativas dele;*
- *Se tem alguma sugestão para podermos melhorar;*
- *Reforce que está sempre à disposição;*
- *Agradeça a oportunidade em atendê-lo, a gratidão gera simpatia e fidelidade;*
- *Cumprimente sorrindo com energia, agradeça, agradeça e agradeça...*

*"Com que frequência você deve dizer muito obrigado?"
"Sempre que tiver oportunidade".*

*-Carl Seweel
ROBERTO LIBARDI*

Atitudes Reativas:

Ao contrário da atitude Ativa, a Reativa só ocorre se houver uma ação/atitude do associado. *Ex.: Uma reclamação.*

A atitude Reativa:

- *Depende do estímulo da atitude do associado*
- *Não é obrigatória, depende das circunstâncias*
- *Está associada a alguma atitude tomada pelo associado, positiva ou negativa.*

Um associado chega nervoso. O que fazer?

- *Não interrompa a fala do associado;*
- *Acima de tudo, mantenha a calma e em hipótese alguma sintonize com o associado, num estado de nervosismo;*
- *Jamais diga ao associado:*
"Calma, o senhor(a) está muito nervoso(a), tente se acalmar-se";
- *Utilize frases que ajudem a acalmar o associado:*
"Imagino como o senhor está se sentindo";
"Farei tudo para resolver o problema";
"Resolveremos o mais breve possível";
"O senhor tem razão";
"Conte comigo".



Vamos interagir?

“O caso do associado irritado”

- DINÂMICA

Cada grupo deve interpretar uma situação de atendimento em que o associado esta irritado.

(Cada equipe terá 10 minutos para o ensaio e 03 minutos para apresentação)

Atitudes Proativas:

Ambas atitudes, Ativa e Proativa diferem da atitude Reativa, por não dependerem de estímulo externo, provocado pelo associado.

Lembre-se:

- *A atitude Proativa não depende da solicitação do associado*
- *Independente das circunstâncias externas*
- *Não é obrigatória, é facultativa;*
- *Normalmente é "percebida" pelo associado como encantamento.*



Atributos de um Profissional Proativo

Atenção, para observar os detalhes:

- *Sensibilidade, para "sentir" o associado;*
- *Compromisso, com o bem-estar do associado;*
- *Ousadia, para romper os limites em prol do associado;*
- *Bom senso, para discernir qual o limite, "o que pode", e o "que não pode" "o que deve", e o "que não deve" ser feito;*
- *Iniciativa, para agir instantaneamente.*



O funcionário pro ativo



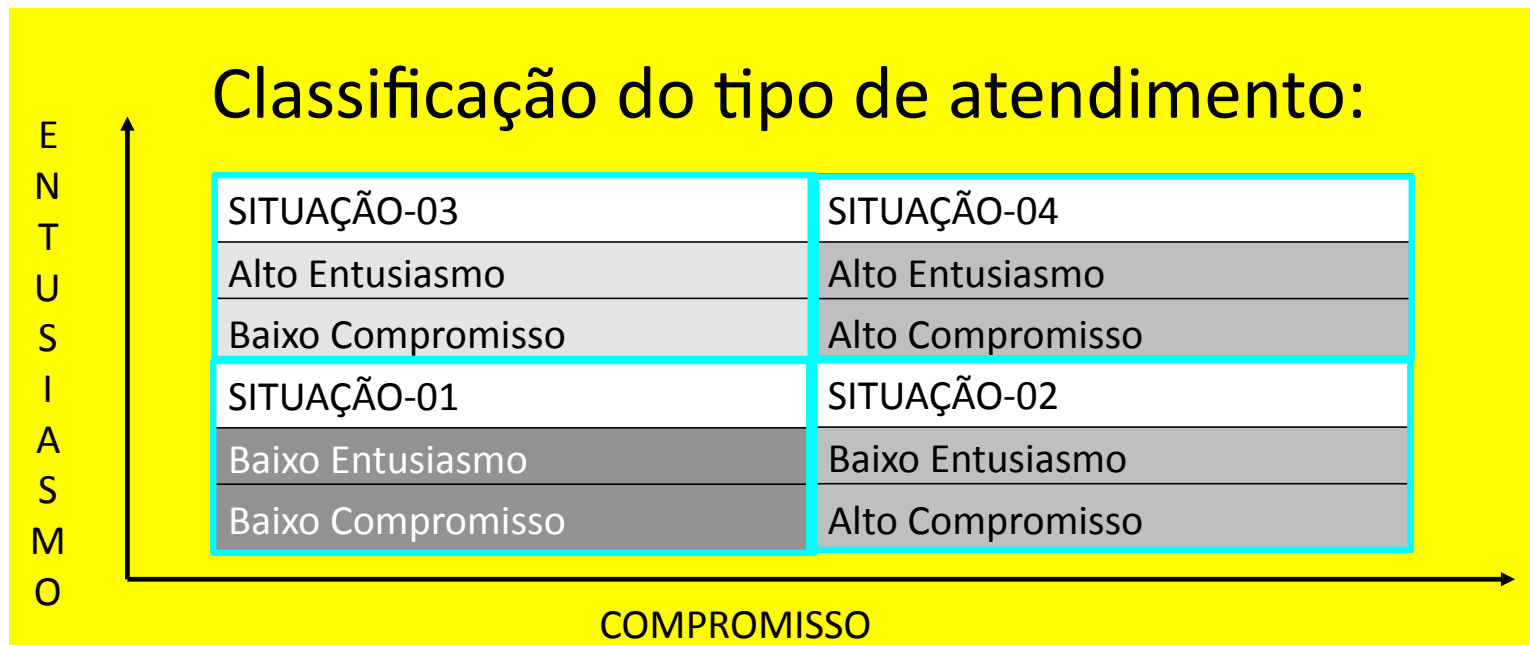
Filme (III) – A vida é bela



Atendimento telefônico



Quando você atende o telefone, a imagem de seu Clube é percebida pelo cliente/associado



Realizando um excelente atendimento telefônico

- *Atenda no primeiro toque;*
- *Saudação enfática/identifique-se;*
- *Tom da voz;*
- *Disponibilize-se;*
- *Escute;*
- *Seja empático;*
- *Certifique-se de que você entendeu tudo;*
- *Informe o cliente/associado;*
- *Seja ágil;*
- *Certifique-se de que o cliente/associado entendeu;*
- *Pergunte, em que mais você poderia ajudar;*
- *Despeça-se de forma calorosa.*



Atitudes Abomináveis ao Telefone

- *Chamar o associado de bem, querido, amor;*
- *Atender o telefone acima dos três toques;*
- *Interromper a fala do associado;*
- *Pedir para o associado se acalmar, afirmando "não fique nervoso";*
- *Negar algum pedido, dizendo "não podemos fazer nada, é norma da casa";*
- *Deixar o associado esperando por muito tempo;*
- *Prometer e não retornar uma ligação;*
- *Pedir para o associado ligar depois;*
- *Não estar preparado/treinado para dar informações;*
- *Gritar ou falar alto com o associado.*



O Poder da gentileza



Filme (IV) – O poder da gentileza no atendimento telefônico

Obrigado!



www.rlsolucoes.com.br

Roberto Libardi
Diretor RL Soluções

Rua Dr. Bacelar, 368 - Conjunto 71
Ed. Bacelar Work Center
Vila Clementino
São Paulo/SP - CEP 04026-001

Fone: (11) 5092-3355
Cel.: (11) 98328-3443
robertio@rlsolucoes.com.br