

A EXCELÊNCIA NO ATENDIMENTO COMO ESTRATÉGIA DE FIDELIZAÇÃO DO CLIENTE

Eliane Vendramini de Oliveira
elianevendramini@gmail.com

Jéssica de Souza
jessica.souza59@fatec.sp.gov.br

RESUMO

A competitividade do mercado é algo que tem aumentado de maneira exponencial por diversos motivos. O principal deles é que os consumidores estão cada vez mais exigentes e para muitos deles, o produto não é o mais importante em uma experiência de compra. Para exemplificar este comportamento do consumidor, o presente artigo irá tratar sobre como as empresas podem obter vantagem competitiva sobre os concorrentes com o diferencial de atendimento personalizado, inspirado no encantamento e na magia empregados pela gestão do Grupo Walt Disney com base nos livros “O Jeito Disney de Encantar Clientes” e “O Estilo Disney” que tem cases de sucesso no mundo todo que testaram o método e alcançaram satisfação de quase 100% dos clientes. Ao elencar os potenciais problemas, automaticamente, será apontadas as possíveis soluções dos mesmos e a metodologia de aplicação das soluções para melhor obtenção de resultados. De maneira descritiva e clara serão abordadas orientações de como se portar perante o cliente com cordialidade, educação, respeito, dinamismo, autenticidade, tornando o atendimento único, especial, encantador e despertando no cliente uma sensação única, que só o seu negócio pode oferecer, tornando-o fã da mesma, divulgador da marca sem que seja necessário pedir para que ele o faça. Quando o trabalho é bem feito, as pessoas se encantam, voltam e ainda trazem outras pessoas para ver o quão bem é executado o trabalho e para os estudiosos do marketing isso é impagável, e é o marketing mais eficaz. Deste modo, o presente estudo trará apontamentos relevantes para que as empresas se destaquem no mercado utilizando de técnicas semelhantes as usadas pela gigante Disney que foi aprimorada por anos por Walt Disney e mantida até a atualidade pelo Disney Institute.

Palavras-chave: Atendimento ao cliente, Qualidade no Atendimento, Organização, Atendimento Personalizado, Capacitação, Treinamento.

EXCELLENCE IN SERVICE AS CUSTOMER LOYALTY STRATEGY

ABSTRACT

Market competitiveness is something that has increased exponentially for several reasons. The main one is that consumers are increasingly demanding and for many of them, the product is not the most important part of a shopping experience. To exemplify this consumer behavior, this article will discuss how companies can gain a competitive advantage over competitors with the differential of personalized service, inspired by the enchantment and magic employed by the Walt Disney Group management based on the books “O Jeito Disney to Enchant Clients” and “The Disney Style” that have successful cases around the world that have tested the method and achieved almost 100% customer satisfaction. When listing potential problems, the possible

solutions will be automatically pointed out and the methodology for applying the solutions to better obtain results. Descriptive and clear guidelines will be addressed on how to behave towards the customer with warmth, politeness, respect, dynamism, authenticity, making the service unique, special, charming and awakening in the customer a unique feeling, which only your business can offer, making him a fan of it, promoting the brand without having to ask him to do it. When the job is done well, people delight, come back and even bring others in to see how well the job is done and for marketing scholars this is priceless and the most effective marketing. Thus, this study will bring relevant notes for companies to stand out in the market using techniques similar to those used by the giant Disney, which was improved for years by Walt Disney and maintained until today by the Disney Institute.

Keywords: Customer Service, Quality of Service, Organization, Personalized Service, Qualification, Training.

1 INTRODUÇÃO

Segundo Kotler (2000, p.17), os negócios mudam o ritmo constantemente e os empresários não podem se prender a antigas práticas para obter sucesso cíclico, para tanto é necessário se manter atualizado com novas estratégias sempre. Das estratégias utilizadas, é destacável um atendimento pensado em agradar o cliente, de modo que ele se sinta acolhido, querido, especial e de forma alguma que ele se sinta invadido, perseguido ou sufocado pela pessoa que o atende.

O cliente quando se sente confortável com quem o atende, pode passar informações valiosas para a empresa no que diz respeito a melhorias do ambiente, da experiência de compra, dos demais funcionários. Pois, quando há uma conexão verdadeira entre cliente e funcionário ele se sente parte do negócio e não apenas um consumidor.

Não por acaso, grandes marcas adotam este método, investem em capacitação para os funcionários para que eles de fato saibam tratar o cliente como um convidado, como ensina o livro “O Jeito Disney de Encantar os Clientes”.

A capacitação é indispensável para obter êxito no processo de retenção de clientes e posteriormente, fãs da sua marca, que irão frequentar assiduamente o negócio, indicar para amigos e familiares, postar fotos dos seus produtos ou serviços nas redes sociais, e, isso é uma publicidade “gratuita”, que o cliente faz por vontade própria por se sentir acolhido por seu negócio. Portanto, reitera-se que a capacitação aos funcionários de como se portar perante o cliente, de como tratá-los, de ser cordial e não invasivo, é de suma importância para um negócio de sucesso e apesar de parecer caro investir neste tipo de alinhamento de equipe, analisando com mais precisão será possível ver que mais caro é uma empresa que não tem uma equipe

alinhada com os valores e propostas da empresa, podendo assim afastar clientes prejudicando a saúde do negócio.

Deste modo, este artigo, pretende identificar os pontos mais determinantes sobre o atendimento de qualidade e descrevê-los de maneira a simplificar os passos do treinamento de capacitação para quem irá usufruir do mesmo.

Apontar o valor de um atendimento personalizado e o retorno que a empresa tem através da percepção do cliente.

2 METODOLOGIA

É uma pesquisa descritiva de cunho observatório baseada em experiências já conclusas e relatadas através de livros do Disney Institute.

Para LAKATOS & MARCONI (2013, p.158) “podem ser utilizados três procedimentos para a obtenção de dados: pesquisa documental, pesquisa bibliográfica e contatos diretos.”

Foi efetuada leitura de diversos artigos que abordam o tema da excelência no atendimento e o resultado que geram, além do livro “O jeito Disney de encantar clientes” e “O Estilo Disney”, onde o primeiro aborda alguns cases que utilizam o treinamento Disney e o segundo é mais descritivo e metodológico.

3 DESENVOLVIMENTO

Alguns autores colocam a capacitação como item básico dentro de uma organização, pois os funcionários que acabam de ingressar precisam de uma contextualização de como aquela organização funciona e os antigos precisam ser lembrados. Ressaltando que é indispensável que a capacitação deve ter seus objetivos claros e um checklist do que deve ser feito para que possa acontecer uma avaliação periódica do progresso, entender em quais pontos cada colaborador tem mais facilidade ou dificuldade, e a partir deste monitoramento tomar decisões que beneficiarão a organização.

CHIAVENATO, (2002) coloca que treinamento é “um processo educacional de curto prazo, aplicado de maneira sistemática e organizada, através do qual, pessoas aprendem conhecimentos, habilidades e atitudes em função de um objetivo definido.”

Segundo Spector,(2006, p.172/173) são necessárias as seguintes etapas para que haja eficácia no processo de capacitação:

- Avaliação das necessidades da empresa para cada função e em seguida definir o que se espera de cada pessoa que exerce cada uma das funções, o que se espera de cada uma dessas pessoas.
- Objetivos do treinamento: O que se espera de cada um desses profissionais após o treinamento. O treinamento foi com que propósito?
- Explicação do projeto do treinamento. O que vamos executar na prática com o que foi aprendido de maneira teórica?
- Aplicação prática, colocando-os em situação real para utilizar os conhecimentos adquiridos.
- Avaliação individual de cada etapa do treinamento e readequação onde e se não saiu como esperado alguns pontos.

O que foi aprendido deve estar sendo lembrado com frequência e avaliado constantemente para não cair em desuso. Por este motivo é de extrema importância que este treinamento seja periódico e que tenha elementos que possam motivar os colaboradores, como premiação por desempenho, participação nos lucros e rendimentos, gratificação em dinheiro.

Empresas como a Walt Disney Company têm como diferencial a excelência no treinamento, que colocam os funcionários, sem exceção, desde o manobrista até a princesa, para encantar o cliente (chamado por eles de convidado) do início ao fim do espetáculo. A aparência de cada um deles é importante para fazer a magia acontecer, e, aparência é o aspecto da roupa, da maquiagem, sorriso no rosto, postura corporal de cordialidade e receptividade, e é sabido que isto faz a diferença em todo o lugar que recebe pessoas. É muito satisfatório ser recepcionado com cordialidade, alegria e aparência agradável. Isso demonstra cuidado aos detalhes e mesmo que não seja comunicado verbalmente é percebido mesmo que inconscientemente.

Segundo INSTITUTE (2011, p.69), um dos pontos mais importantes do treinamento da equipe é “perpetuar a linguagem, os símbolos, os padrões, tradições, características e qualidade no atendimento, valores e comportamentos do Walt Disney Word.”

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A qualidade do atendimento prestado ao cliente pode ser resultado de desenvolvimento e aplicação de métodos de capacitação e motivação para que todos os funcionários de uma empresa saibam exatamente como o cliente gostaria de ser tratado, com este “feeling” personalizar o atendimento trazendo personalização também no modo de atender as necessidades de cada um deles.

A capacitação dos colaboradores, que alinha as expectativas da empresa com as necessidades dos clientes traz clareza de posicionamento ao colaborador e este treinamento desenvolve outras habilidades no mesmo, como empatia, cordialidade, prestatividade e desperta o desejo de ser um atendente cada vez melhor, gerando valor para a empresa e desenvolvendo a necessidade de perceber quais habilidades ele mesmo precisa desenvolver para satisfazer o cliente.

5 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CAPODAGKI, B.; JACKSON, L. O estilo Disney. São Paulo, 2016.
- CHIAVENATO, I. Recursos Humanos. 7ª ed. São Paulo. Atlas, 2002.
- DISNEY, INSTITUTE. O jeito Disney de encantar os clientes. São Paulo, 2011
- KOTLER, Philip. Administração de Marketing. São Paulo: Prentice Hall, 2000
- LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina Andrade. Fundamentos de metodologia científica. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2013.
- SPECTOR, Paul. Psicologia nas organizações. São Paulo: Saraiva, 2006