

6 benefícios e dicas para manter o cadastro dos clientes atualizado

Atender bem o cliente é uma das nossas maiores paixões. Além da cordialidade e respeito, é fundamental que os dados estejam corretos para que a comunicação se torne clara e precisa, principalmente em momentos importantes como troca de informações e esclarecimentos sobre os serviços. Antes de tudo, te convidamos a entender os benefícios de sempre manter os cadastros atualizados dos clientes.

Benefício 1: sem abordagens desnecessárias

Sabe quando uma empresa te liga todos os dias procurando por uma pessoa da qual você nunca ouviu falar (sendo que você já falou por diversas vezes que “*não existe ninguém com aquele nome*”)? Tem algo mais chato ou inoportuno? Segundo dados do site *Não me Perturbe*, que registra telefones que desejam não receber ligações de empresas de telecomunicações, o número de cadastrados já tem 1,5 milhão de inscritos.

Dica: se seu negócio já ligou para uma pessoa que diz não ser a mesma do cadastro, exclua o telefone na mesma hora! Tente buscar outras referências e dados cadastrais que o façam chegar até o cliente. Ninguém merece receber ligações todos os dias sem fundamento, né?

Benefício 2: quanto mais dados, mais fácil encontrá-los!

Nome completo, e-mail, endereço de contato, números de telefone, sim, telefone! É muito importante que o cadastro dos clientes tenha mais de um telefone (pode ser celular, fixo, do trabalho), para ampliar os meios de contato com eles. Imagine que você precisa falar urgentemente com o cliente e, na ligação, escuta a famosa frase: “*Este número de telefone não existe*”. Pode não parecer, mas isto é muito mais comum do que se imagina. Na pressa, muitos atendentes deixam de registrar corretamente os dados do cliente – e, com o tempo, isso se torna uma bola de neve.

Dica: se o cliente disser que tem apenas um telefone, considere anotar o número de um familiar ou amigo próximo como opção de contato. Apostar em e-mails também é interessante. Muitas pessoas trocam os números de telefone, mas, certamente, o correio eletrônico não.

Benefício 3: seja proativo

Aquele ditado: *“Um pequeno gesto vale mais do que mil palavras”* nunca fez tanto sentido. Os clientes gostam de receber uma mensagem de vez em quando. Seja para saber se está tudo bem, ou se precisam de algum auxílio em relação aos serviços.

Dica: mantendo o cadastro atualizado, é fácil e prático, e melhora o relacionamento com os clientes. Muitas vezes, basta uma ligação para que outras contratações sejam feitas. Além do cliente se sentir importante e ouvido.

Benefício 4: conte as novidades!

Lançou um novo produto? Melhorou os canais de atendimento? É hora de contar aos clientes! Novidades são sempre bem-vindas e, com o auxílio do cadastro atualizado, novos negócios podem acontecer com o compartilhamento destas novidades, por exemplo.

Dica: padronize o cadastro dos clientes. Assim, fica mais fácil visualizar e encontrar dados específicos. Crie formulários simples que melhor se enquadrem ao seu negócio.

Benefício 5: conquiste mais clientes

Se você tem um número elevado de contatos, é importante revê-los e organizá-los de um modo que permita o fácil acesso e entendimento por toda a equipe. Se você atende bem, com certeza conquistará clientes de forma sequencial, já que clientes satisfeitos indicam amigos e parentes.

Dica: se seu negócio atingiu um número alto de contatos, é importante segmentá-los para não se misturarem. É muito chato receber informações com nomes trocados, por exemplo.

Benefício 6: entenda as preferências

É muito bom quando entendemos quais são as preferências dos clientes. Em qual canal de atendimento ele prefere ser atendido? Telefone, e-mail ou aplicativo? Descubra e priorize o contato pelo meio escolhido. Afinal, o cliente tem a preferência, não é mesmo?

Dica: mantendo os contatos sempre atualizados é mais fácil entender os gostos de cada cliente. Aposte em melhorar sempre.

O que muda com a aprovação do novo decreto do SAC?

O Conselho Nacional de Defesa do Consumidor aprovou o texto provisório do novo decreto do SAC, que substitui o antigo Decreto, de 2008. O eixo das novas regras está ligado principalmente a melhorias de atendimento ao cliente e soluções efetivas no primeiro contato. Uma coisa é certa: se o seu negócio ainda não está preparado para oferecer o melhor atendimento a quem está do outro lado, é melhor começar a se preparar, já que o número de clientes insatisfeitos no Brasil já ultrapassa os 30%, segundo uma pesquisa realizada pela TNS InterScience.

Antes de listarmos as diferenças entre o antigo e o novo decreto, é preciso entender o que é SAC e sua importância para os negócios.

SAC: salvação ou problema?

SAC significa *Serviço de Atendimento ao Consumidor*. São canais de atendimento e informações que aproximam a empresa e o cliente. Ele serve tanto para receber reclamações quanto tirar dúvidas, prestar assistência e, em certos casos, resolver problemas à distância, como consertos, troca de produtos ou assistência técnica remota.

Criado e desenvolvido no século 20, sua popularização aconteceu no atendimento telefônico e se tornou um padrão para grandes empresas. Com o tempo, o SAC evoluiu, e hoje pequenas e médias empresas também optam por oferecer este serviço. Para determinados negócios, o Serviço de Atendimento ao Consumidor é obrigatório por lei.

Atenção: negócios que contam com um SAC de excelência saem na frente por se diferenciarem da concorrência, com mais vendas e melhor reputação.

Depois de entender o real objetivo do SAC, agora vamos ao que muda com o novo decreto.

1. Novos modelos para atender

Por conta de sua origem, nos condicionamos a relacionar o termo SAC com a ideia de contato telefônico. Com o novo decreto, os atendimentos passam a ser em múltiplos canais, como aplicativos e e-mail. Confira, aqui, nosso artigo sobre atendimento omnichannel.

2. Atendimento 24x7

Sabe aquele almoço de domingo em que você reúne a família para mostrar um novo produto tecnológico, mas na hora de ligá-lo, ele não funciona? Ao invés de esperar até segunda-feira para falar com o fabricante, o novo decreto obriga a disponibilidade do SAC por 24h, todos os dias da semana (incluindo sábado e domingo), em pelo menos um canal de atendimento.

3. Acessibilidade já!

As pessoas com alguma deficiência auditiva, motora ou visual sempre passaram por dificuldades para serem atendidas pelo SAC. O novo decreto **obriga** a acessibilidade dos serviços de atendimento de acordo com a deficiência, nos termos definidos pela Secretaria Nacional do Consumidor (SENACON), e regulamentação vigente.

4. Dados seguros

Todos os SAC deverão seguir a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), sem hipótese de alteração. A lei garante que os dados pessoais dos clientes sejam preservados, mantidos em sigilo e utilizados somente para os atendimentos.

5. Bons resultados

Os prestadores deverão garantir segurança e resolução das demandas, obedecendo os princípios da dignidade, boa-fé, transparência, eficiência, eficácia, celeridade e cordialidade.

6. Atendimento gratuito para todos

O decreto mantém a gratuidade do SAC para os todos os consumidores, desde pedido de informações e dúvidas, solicitações, reclamações, até o cancelamento de contratos ou serviços.

7. Prazos

Para os clientes que não tiverem os problemas resolvidos no primeiro atendimento, o decreto prevê o prazo de 7 dias corridos para procedimentos e tratativas, com o registro histórico de atendimentos, cancelamentos etc.

Você pensa em melhorar o SAC do seu negócio? Nos envie uma mensagem.

Como (e porque) aplicar o atendimento Omnichannel ao seu negócio?

Por muito tempo, algumas empresas tinham como foco as vendas no curto prazo, sem se preocupar em realmente atender o cliente e garantir um relacionamento duradouro com ele. Hoje, finalmente a ideia de criar vínculo com o cliente para além do consumo e do lucro ganhou o merecido reconhecimento. E não estamos falando aqui de “agradar”, no sentido de oferecer descontos ou barganhas, mas, sim, de **ir além** e aprofundar o bom atendimento. Como parte deste esforço, o Omnichannel é um novo conceito de atendimento que chegou para ficar não apenas no Brasil, mas no mundo todo.

É muito importante que as empresas se atentem a como funciona o atendimento multicanal e seus benefícios.

Antes de tudo, já deixamos uma dica que vale ouro: se sua empresa quer decolar no atendimento ao cliente, é **primordial** se adequar às necessidades dos clientes, e não vice-versa. Hoje as pessoas buscam agilidade e facilidade para resolver problemas, e é por esta razão que o atendimento Omnichannel pode ser uma boa opção. Mas primeiro, devemos entender como ele funciona.

O que é Omnichannel?

Omni vem do Latim, que significa “inteiro”. Já *Channel* por sua vez, vem do Inglês “canal”. Juntando as duas palavras e traduzindo para o Português: *todos os canais* – e é exatamente isso que o omnichannel faz: fornecer ao cliente a possibilidade de escolher entre diversos canais de atendimento e relacionamento, facilitando sua comunicação com a empresa, sem deixar que a qualidade do serviço decaia.

Além de garantir a diversificação de formatos de atendimento, o mais importante é que ele integra estes diversos contatos (por exemplo, a pessoa pode começar uma reclamação por telefone, migrar a conversa para o WhatsApp e finalizar o contato por uma mensagem no Facebook Messenger). Essa fluidez na conversa permite estreitar a relação on e off com os clientes, assegurando sentimentos de segurança e confiabilidade na empresa, já que o consumidor 3.0 é socialmente conectado e busca constantemente por plataformas digitais para solucionar problemas.

Em resumo, o omnichannel é tudo junto e misturado, para que a conversa e o atendimento aconteçam sem interrupções seja nas redes sociais, por aplicativos e chatbots, seja por telefone, por e-mail ou presencialmente.

Como aplicar o atendimento omnichannel em seu negócio

Para verificar se este tipo de atendimento se encaixa na sua empresa, em primeiro lugar analise qual é a persona que compõe o seu negócio: pessoas mais novas, pessoas de mais idade ou é um mix dos dois? Lembre-se que a procura por soluções digitais está em alta, seja entre os jovens, ou entre as pessoas maduras, uma vez que quase todo o mundo está conectado ao mundo digital. Então apostar neste tipo de atendimento é uma garantia de que sua empresa estará onde e quando o cliente precisar. Além disso, a internet influencia mais de 50% das compras efetuadas em lojas físicas, segundo a pesquisa Shopping in Brazil: The Influence and Potential of Digital.

Razões para apostar

1.1 O mundo precisa de aplicativos de atendimento!

Cerca de 74% dos brasileiros utilizam internet em computadores e 58% usam a rede apenas do celular, segundo uma pesquisa realizada pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil em 2019. A pesquisa ainda mostra que 92% dos usuários brasileiros usam aplicativos de mensagens instantâneas para se comunicar.

1.2 As vendas digitais estão em alta!

Outro setor que teve que se adaptar durante a pandemia foi o de vendas. Muitas empresas tiveram que, às pressas, mudar o formato para o digital. Um estudo da Neotrust/Compre&Confie mostrou um aumento de 118% nas vendas digitais de pequenas e médias empresas.

1.3 Grandes empresas brasileiras investem no atendimento omnichannel

Magazine Luiza, Natura e O Boticário. O que elas têm em comum? O investimento no atendimento omnichannel! Se você tem como inspiração algumas destas empresas, apostar nesse formato de atendimento é o caminho certo para se destacar.

6 boas práticas para melhorar o atendimento e a satisfação do cliente

Philip Kotler dizia: *“Deve-se ouvir a opinião do cliente e amarrá-la a ações na empresa”*. Já parou para pensar que existem diversas maneiras de melhorar o atendimento e a satisfação do cliente? Aqui não estamos falando de investimentos milionários, mas sim de boas ações cotidianas que trazem resultados satisfatórios e positivos aos clientes no fim do mês.

Oferecer novos canais de atendimento, alinhar o time com a linguagem da empresa e trazer soluções rápidas podem não ser a fórmula mágica do sucesso, mas pode ter certeza de que a adoção destas práticas ajudará sua marca a ter notoriedade. Para garantir que sua empresa está no caminho certo, separamos 6 boas práticas que servem como base para análise.

Spoiler: não esqueça de que os clientes emitem sinais quando estão insatisfeitos com o atendimento. Aproveite essas dicas para colocar em prática e depois nos conte como foi a experiência, em nossas mídias sociais. Confira.

1 – Escute o que eles têm a dizer

Pode parecer coisa de monge tibetano, mas saber escutar mais e falar menos (e no momento certo) pode dar um *‘up’* nos seus negócios. Segundo a pesquisa How Much You Talk Impacts Your Close Rate, especialistas que falam cerca de 15% a menos têm chances maiores de fechar um contrato.

Outra dica de ouro é apostar no pós-vendas. Mesmo que um ciclo tenha se encerrado, essa ferramenta é muito útil quando se sabe usá-la: perguntas precisas e diretas, que captem ideias muitas vezes não faladas pelos clientes, é uma das inúmeras formas de ouvir a opinião de um cliente.

Atenção: aqui você também precisa considerar as reclamações! Se atente a cada palavra do seu cliente. Às vezes, podem surgir boas soluções se seu time souber ouvir o que eles têm a dizer nestes momentos.

2 – Quem é seu cliente?

Quem faz seu negócio ser e acontecer? Por mais que você tenha uma persona definida na cabeça, será que é ela mesma quem está consumindo seus serviços? É muito importante que as lideranças se dediquem aos clientes. Tentar entender seus pensamentos, ter empatia e, acima de tudo, resolver seus problemas e demandas são pré-requisitos determinados pelos clientes que buscam o melhor atendimento.

O estudo How CEOs Manage Time, da Harvard Business Review, revela essa importância: apenas 3% dos empresários se dedicavam a conhecer melhor os clientes. Além disso, cerca de 5% dos CEOs tinham conversas diárias com os times. Quando confrontados com estes números, estes líderes revelaram preocupação em ampliar a dedicação aos clientes, já que clientes insatisfeitos podem gerar consequências para a sua marca.

3 – Seja ágil

Pessoas buscam negócios que tragam soluções rápidas. Por isso é fundamental que sua empresa aposte em metodologias ágeis para que isso aconteça. Segundo uma pesquisa do E-commerce Brasil, clientes esperam mais rapidez nas respostas. Priorize a satisfação de cada um dos clientes, resolva problemas e garanta o sucesso do seu negócio.

4 – Adote novos canais de comunicação

Em qual canal seu cliente prefere ser ouvido e ter seus problemas resolvidos? As pessoas não são iguais, logo, as maneiras de como atendê-las também são diferentes! Uns preferem por telefone, outros por e-mail. As gerações mais novas, por exemplo, preferem contatos diretos, sem precisar de muito esforço, como o Whatsapp ou Chatbots. O atendimento omnichannel é o principal mecanismo procurado pelas empresas que querem oferecer uma experiência única ao cliente, mantendo a continuidade da conversa por qualquer canal que ele escolha. E aí, seu negócio está preparado para estas mudanças?

5 – Personalize seu atendimento

Ninguém gosta de ser tratado como segunda opção, certo? Com os clientes é a mesma coisa! Ter seu atendimento personalizado pode trazer excelentes resultados, é o que mostra a pesquisa da TNS InterScience: cerca de 38% dos consumidores brasileiros não estão satisfeitos com os formatos de atendimento ao cliente. Nada mais justo ter mais opções de atendimento em pleno século 21, não é, mesmo?!

6 – Cultive o relacionamento com o cliente

Um cliente satisfeito com seu negócio é motivo de comemoração por parte do time. Mas deixá-lo com este sentimento não se refere apenas a solucionar problemas rapidamente, mas sim, cultivar o relacionamento com o seu negócio. Não é uma tarefa difícil, mas é preciso ter boa vontade e querer que estas ações deem certo.

Anote: entre as boas práticas estão se atentar às mudanças do mercado, o contato regular, as soluções satisfatórias e observar as mudanças nas práticas do cliente.

5 sinais de que seus clientes não estão gostando do seu atendimento

Prestar um bom atendimento requer prática e muita atenção ao cliente do outro lado do celular ou computador. Não é questão de sorte, mas sim de ter empatia e se colocar no lugar de quem está precisando de você. Afinal, ninguém faz uma solicitação se não precisa de atenção, não é mesmo?! Mas será que o cliente está realmente satisfeito com o atendimento prestado pela sua empresa? Ou ele está transmitindo sinais de descontentamento que seu time não está percebendo?

Segundo pesquisa realizada pelo Hibou, apenas 11% dos consumidores brasileiros se dizem satisfeitos com o atendimento ao cliente que recebem. (Não é à toa que muitos empreendedores têm investido cada vez mais em novas ferramentas digitais para entender as preferências dos clientes).

Para não engrossar essa triste estatística, fique atento a estes cinco indícios de que algo não está indo bem no atendimento ao cliente do seu negócio:

Sinal 1: a quantidade de serviços se reduz

Sabe aquele cliente que sempre te acionava para saber e implementar novidades, e do nada desapareceu? Pode ser um sinal de que ele não esteja satisfeito com seu atendimento. Clientes insatisfeitos tendem a ficar cada vez mais silenciosos até que desapareçam. Por isso, seja direto e claro com seu cliente, pergunte a opinião dele, esclareça dúvidas, entenda as angústias e o principal: o que ele espera com os serviços prestados pelo seu negócio.

Sinal 2: o cliente não responde a pesquisa de atendimento e satisfação

Clientes silenciosos sempre deixam dúvidas. Aqueles que não respondem às pesquisas de pós-vendas, por exemplo, podem estar descontentes. Isso porque clientes felizes tendem a consumir ainda mais os serviços, indicar amigos para sua empresa e ainda ter o prazer em responder às perguntas do pós-vendas. Se você perceber que seu cliente não responde qualquer informação sobre cada atendimento recebido, é um sinal claro de que algo está errado.

Sinal 3: reclamações diárias (e diversas)

Por outro lado, existem clientes insatisfeitos que colocam a boca no trombone e, além de falarem sobre outros problemas relacionados às empresas, comentam também sobre a omissão ou o atendimento precário ao cliente. E, por incrível que pareça, essa atitude pode ser uma das melhores coisas que já aconteceram para o seu negócio. Aproveite os feedbacks negativos para transformá-los em críticas construtivas que ajudem seu negócio a melhorar em muitos aspectos.

Sinal 4: recusa de promoções e descontos

Outro sinal importante para reparar é quando os clientes recusam descontos especiais – principalmente aqueles que sempre respondiam de forma positiva às campanhas divulgadas pelo seu time, no passado. Segundo uma pesquisa realizada pela NewVoiceMedia, as empresas perderam mais de US\$ 75 bilhões em 2018 por falhas no atendimento ao cliente. Se naquela época, os números de perdas já eram grandes, imagina no cenário atual, em que as pessoas estão mais criteriosas e conectadas antes de fechar um contrato?!

Sinal 5: compara seu negócio à concorrência

Quer coisa pior do que o seu cliente comparar seu negócio à concorrência? Este é um sinal claro de que ele já não está mais engajado e considera uma mudança. Neste momento é importante se atentar a todo o processo de relacionamento com o cliente: desde o contrato, ao último atendimento prestado pelo negócio. Este é o sinal mais delicado, pois mostra instabilidade e desconfiança do cliente com sua empresa. Faça o máximo para evitar que o relacionamento chegue a este baixo patamar.