

# EXCELÊNCIA NO ATENDIMENTO AO CLIENTE NO SETOR IMOBILIÁRIO

**Profª Dhc. Deise Bautzer**

# AO FINAL DESTA AULA VOCÊ SERÁ CAPAZ DE...

Reconhecer a postura no atendimento ao cliente. As principais diretrizes para resolver reclamações. As objeções e seus desafios.

As variantes emocionais no atendimento ao cliente. Como agregar qualidade na experiência de atendimento.

O web marketing e os processos decisivos na compra. As linguagens e o papel da dispersão no atendimento on line.

# DICAS NO ATENDIMENTO

- O cliente bem tratado sempre volta
- O profissional de atendimento tem 70% da responsabilidade sobre a satisfação do cliente.
- Nem sempre ou quase nunca se tem uma segunda chance.
- Relações eficazes com clientes, somadas à qualidade técnica e preço justo fortalecem a opinião acerca da empresa.
- Você tem uma identidade corporativa. Não esqueça disso!



# POR QUE PERDEMOS UM CLIENTE?

Segundo dados estatísticos da US News And World Repport:

1% por morte

3% porque mudaram

5% adotam novos hábitos

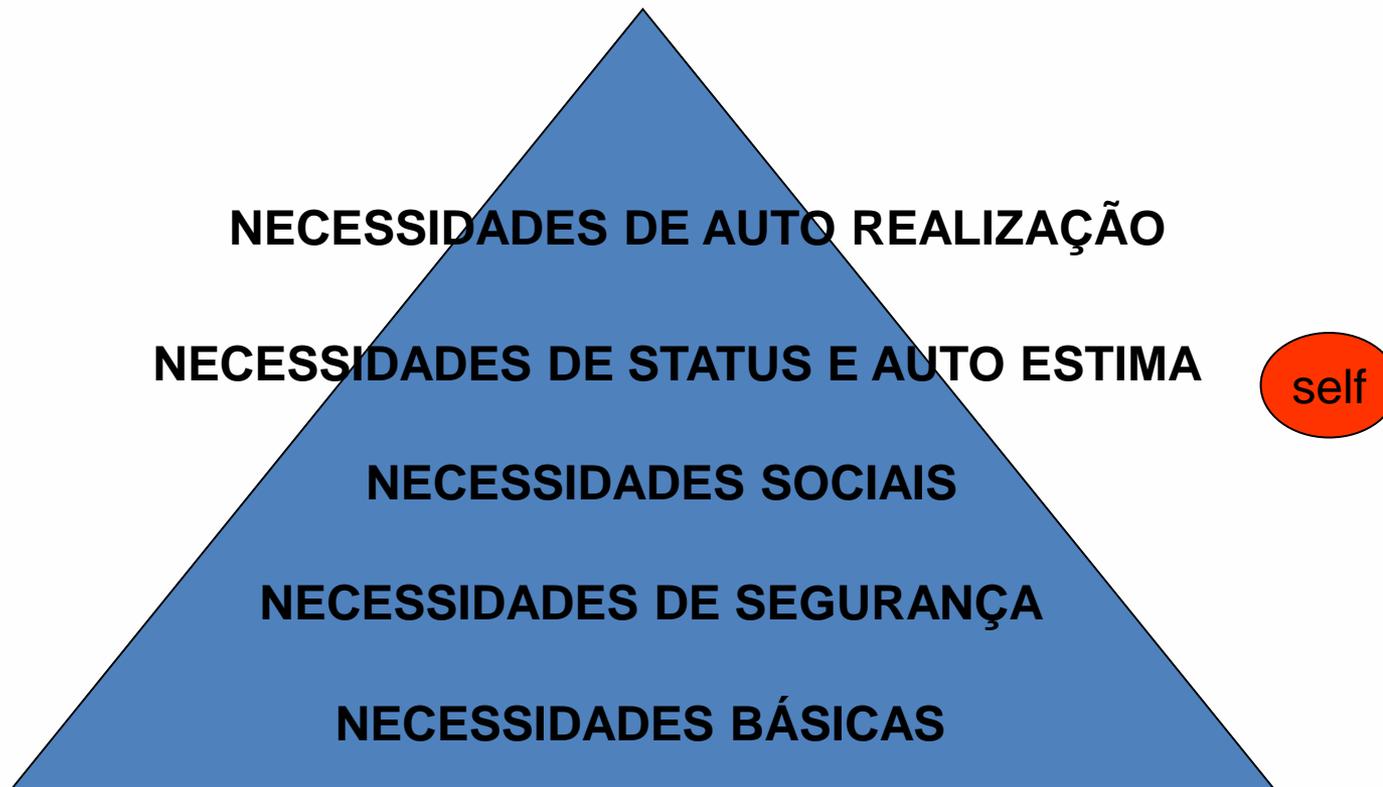
9% acham o preço muito alto

14% estão desapontados com a qualidade do produto

68% estão **INSATISFEITOS** com a atitude **PESSOAL** do fornecedor do serviço.

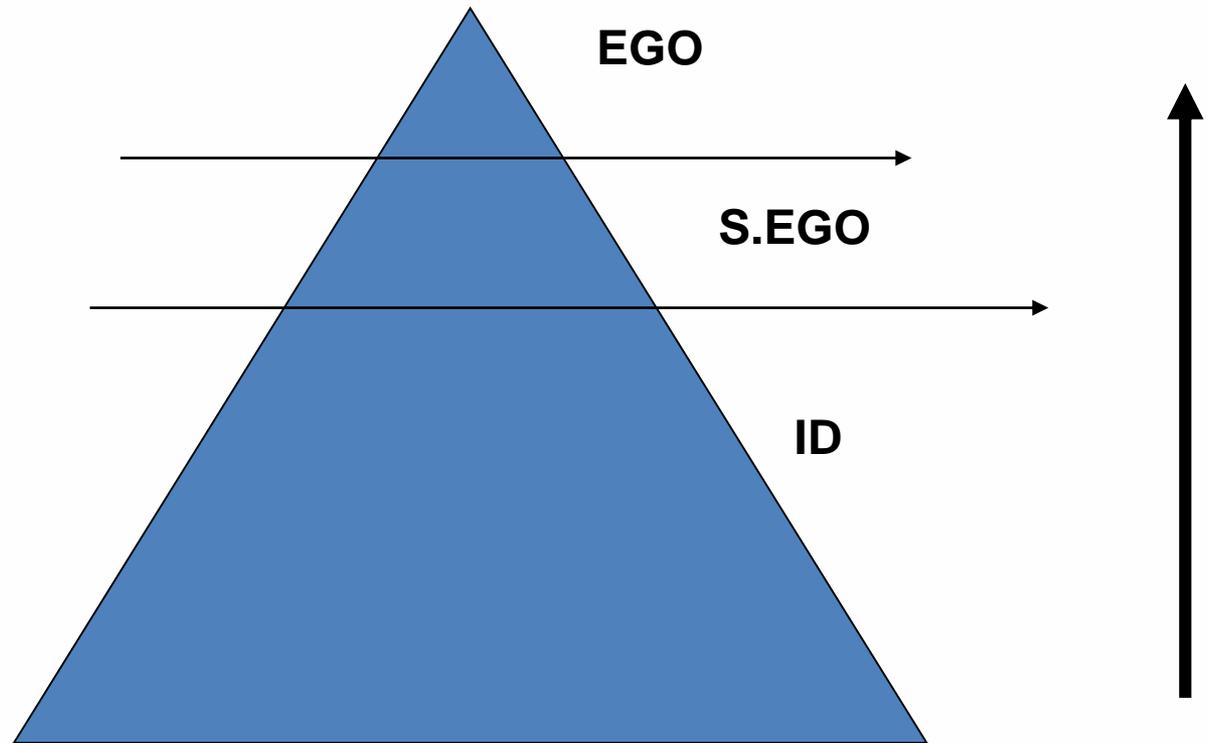


# O QUE MOTIVA O CLIENTE?



# PERSONALIDADE E MOTIVAÇÃO

*“Nós somos um iceberg no qual o momento da compra é o que está visível e as motivações ocultas, o que está submerso no mar”. É a partir dessa metáfora que a publicitária e mestre em turismo Beatriz Santos Samarra e o professor de marketing Marco Aurélio Morsch resumem as influências que sofre o consumidor no ato da compra*



# LIDANDO COM AS OBJEÇÕES

Ver as resistências como uma ferramenta positiva de **atendimento**. Desenvolver um novo paradigma sobre as resistências. Descobrir com quais **objeções** você tem mais dificuldades de lidar. Montar estratégias para desarmar **objeções** antes delas surgirem. Desenvolver uma filosofia de trabalho para lidar com as resistências.

*Tim Connor, do Connor Resource Group*

## Atitude é importante



O profissional de **vendas ou atendimento** tem a opção de ver a objeção como algo negativo a ser superado, ou como um pedido por mais informações. Qual é a sua atitude em relação às resistências dos clientes? Você as vê como o pessoal da 'velha guarda' vê, como uma objeção que deve ser superada? Ou como um pedido de mais informações?

# LIDANDO COM AS OBJEÇÕES

1. Os tipos de resistências que você acha mais difíceis são justamente aqueles pontos de maior consistência com seu próprio sistema de valores.
2. Você precisa da resistência para ter certeza que seus clientes estão comprando aquilo que realmente querem e/ou precisam.
3. Resistências em vendas/atendimento não são positivas ou negativas, mas neutras.
4. A resistência dos clientes variará dependendo de suas percepções, atitudes, desejos, necessidades e interesses individuais.



# LIDANDO COM AS OBJEÇÕES

Uma predisposição inconsciente de ser flexível.



- a) Ouça a objeção.
- b) Confirme a objeção.
- c) Isole a objeção.
- d) Teste a objeção.
- e) Responda a objeção.
- f) Confirme a aceitação da sua resposta.
- g) Feche a venda ou continue sua apresentação.

# DICAS NO ATENDIMENTO

CADA CLIENTE INSATISFEITO CONTA PARA 20 PESSOAS DIFERENTES! ENQUANTO OS SATISFEITOS CONTAM APENAS PARA 05.

Para manter a qualidade do seu atendimento:

Leve as coisas pelo lado **PROFISSIONAL** e **NUNCA** pessoal.



Solucione problemas sem culpar a si ou aos outros.

Estimule o feedback

# O QUE IRRITA NO PROCESSO?

***Prometer e não cumprir***

***Indiferença e atitude indelicada***

***Não ouvir o cliente***

***Dizer que “ele não tem o direito...”***

***Agir com sarcasmo ou prepotência***

***Questionar a integridade do cliente***

***Discutir com o cliente***

***Não dar retorno***

***Usar palavras inadequadas***

***Apresentar postura pouco profissional***



**:: NO DIGITAL PARA COMEÇAR PENSE EM ALGUMAS COISAS...**

- 1. Seja Simples:**
- 2. Seja Ético:**
- 3. Seja Encontrável:**
- 4. Se Renove (Inovar):**
- 5. Coloque o consumidor no início da cadeia de valor:**
- 6. Crie Relacionamentos:.**

# :: OS QUATRO PILARES DO MARKETING DIGITAL: DEFININDO O ATENDIMENTO DIGITAL

**1. Encontrabilidade:**

**2. Usabilidade:**

**3. Credibilidade**

**4. Vemdabilidade**

# DISTORÇÕES NA PERCEPÇÃO

Erros de percepção que cometemos em relação aos outros.

1. *Os indivíduos não podem assimilar tudo o que observam e, por isso, praticam a seletividade.*
2. *É fácil julgar os outros, se supomos que eles são semelhantes a nós. Suposição de similaridade.*
3. *Quando julgamos com base em nossa percepção de um grupo ao qual alguém pertence, estamos usando o atalho chamado de estereotipagem.*
4. *Quando formamos uma impressão geral de um indivíduo com base em uma característica isolada, como inteligência, aparência ou sociabilidade, estamos sendo influenciados pelo efeito aura.*



# O PROCESSO DE COMUNICAÇÃO

**A comunicação é o que chega ao ouvinte ou interlocutor; é o que é interpretado, é o estímulo que fica no outro a partir do que dissermos ou fizermos.**

## O que torna uma comunicação efetiva?

As habilidades de comunicação de um executivo ou profissional de empresa dependem de pelo menos três dimensões ou esferas diferentes:

1. Comunicação propriamente dita.
2. Relacionamento Interpessoal.
3. Autodisciplina e Auto-Organização no pensamento e na ação.