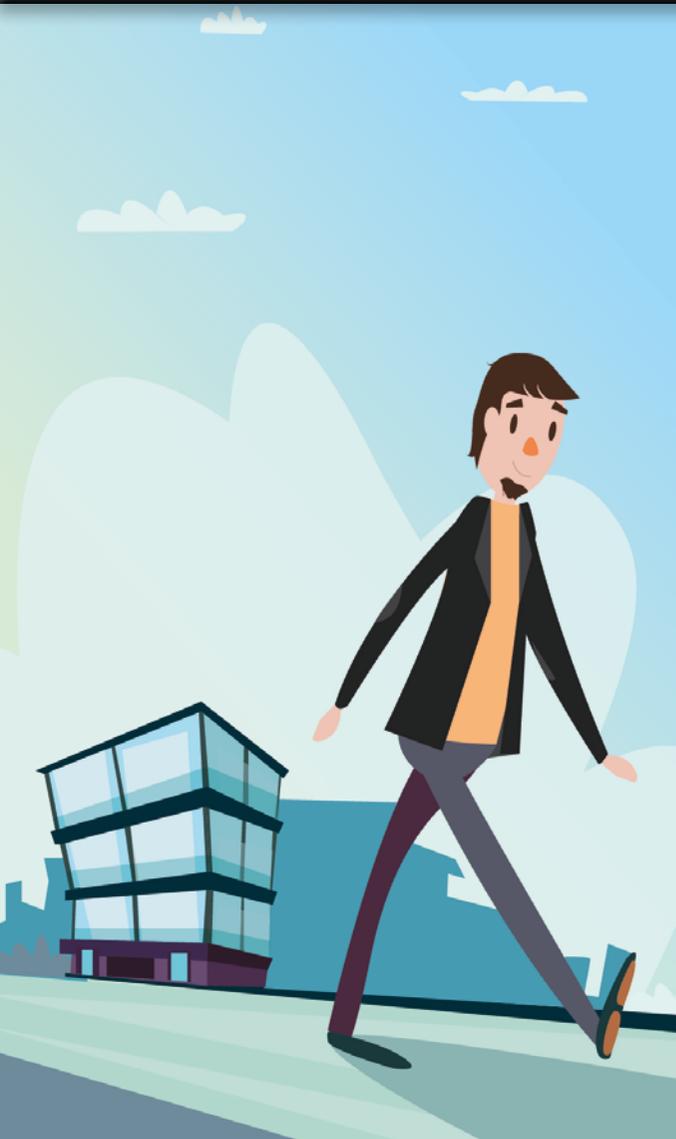


A sua empresa está preparada para oferecer excelência no atendimento ao cliente?



» O QUE IMPORTA PARA O SEU NEGÓCIO NO FIM DO DIA?

Se a sua resposta é a satisfação dos seus clientes, você está no caminho certo! A verdade é que os últimos anos mostraram que o mundo evoluiu muito rápido. Não importa onde você esteja localizado, uma coisa é certa: as expectativas para o **customer experience** têm crescido ao longo dos últimos anos.

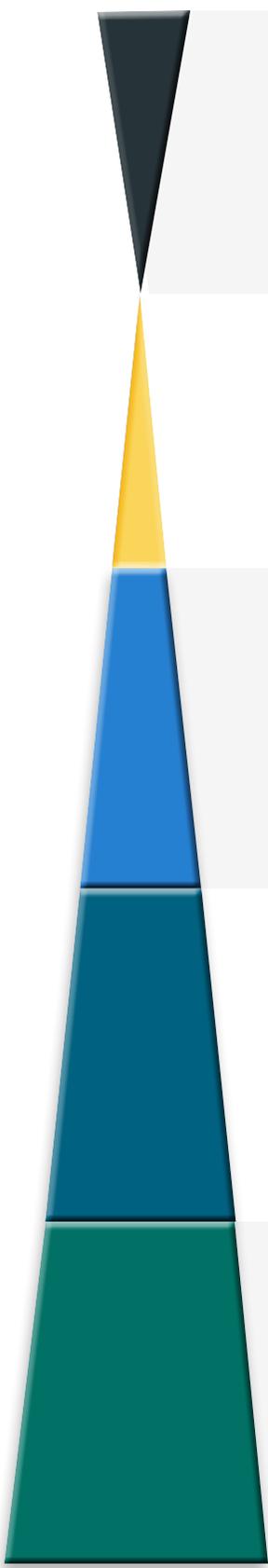
O [relatório da Microsoft State of Global Customer Service de 2016](#) revelou que 61% dos consumidores veem hoje a **excelência no atendimento ao cliente** como “muito importante” na fidelidade com a marca. No Brasil, 83% dos entrevistados têm expectativas mais altas para o serviço ao cliente hoje do que tinham há um ano.

Tudo o que vai importar serão as relações humanas em qualquer campo, incluindo o de negócios. Segundo um [estudo da Walker Information, em 2020 as expectativas estarão ainda mais altas](#): as empresas deverão utilizar informações e dados disponíveis para antecipar as necessidades dos clientes. Não basta atender, é preciso surpreender.

» 5 NÍVEIS DE EXPERIÊNCIA: EM QUE NÍVEL VOCÊ ESTÁ?

No do livro **“A Experiência”** (*The Experience*, em inglês), [Bruce Loeffler](#) e [Brian T. Church](#) mostram que 60% das empresas prestam um serviço médio ou tóxico. Apenas 3% têm um serviço excepcional.

Saiba mais sobre os cinco níveis de experiência ao cliente e entenda em que patamar a sua empresa se encontra.



NÍVEL TÓXICO

Onde os funcionários prestam um serviço apático, indiferente e não engajado. Fornecem uma experiência que é tanto impessoal quanto ofensiva.

NÍVEL MÉDIO

Um serviço no qual os funcionários entregam uma experiência fraca e pouco inspiradora. Embora não seja tão negativo quanto o Tóxico, o nível Médio também é inaceitável.

NÍVEL BOM

Serviço em que os funcionários são constantemente engajados, amigáveis e amáveis. Neste nível os clientes encontram uma experiência positiva, sentem que são importantes e que têm valor para a empresa.

NÍVEL ÓTIMO

Neste patamar as empresas criam uma ótima atmosfera para funcionários e projetam um legado de excelência em tudo o que fazem. Contam com atitudes excelentes, um elevado nível de engajamento e lutam para se destacar da concorrência.

NÍVEL EXCEPCIONAL

Um serviço excepcional é aquele no qual os funcionários estão focados em criar uma experiência única para cada cliente. Os colaboradores criam uma experiência única e memorável e, ao fazê-la, desenvolvem embaixadores que compartilham a marca e a experiência com outros.



COMO IDENTIFICAR QUAL NÍVEL DE SERVIÇO A SUA EMPRESA ESTÁ OFERECENDO?

Em um cenário em que os clientes têm a percepção de que todos os escritórios de contabilidade oferecem os mesmos serviços e da mesma maneira, o diferencial passa a ser a excelência no atendimento ao cliente.

Para identificar qual o nível de experiência o seu escritório contábil está oferecendo atualmente, você precisa fazer:



Pesquisas de satisfação em relação ao atendimento



Questionários relacionados à cobrança e à qualidade do serviço prestado



Comunicação constante e transparente com seus clientes



CONHEÇA O MODELO DE EXCELÊNCIA DE ATENDIMENTO AO CLIENTE - ICARE

O modelo da Experiência do Cliente ICARE: Impressões, Conexões, Atitudes, Respostas e Extraordinários são os princípios não negociáveis da excelência no atendimento ao cliente e do sucesso do negócio. Estes princípios são a base da excelência do atendimento *Disney* ao cliente.

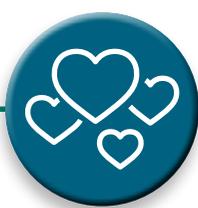
O desenvolvimento dos princípios ICARE mostra como este modelo é aplicável em praticamente todo segmento de mercado. Vamos então analisar cada um dos princípios para entender como a aplicabilidade dos cinco princípios vão levar a sua empresa a entregar um serviço de excelência ao cliente.



IMPRESSÃO



CONEXÃO



ATITUDE



RESPOSTA



EXCEPCIONAIS

I IMPRESSÃO



A *Disney* é considerada há muito tempo o maior exemplo de organização que sabe causar impressões positivas e vive a excelência no atendimento por verdadeiramente encantar os seus clientes. Para gerar encantamento a *Disney* trabalha com ações simples e que exigem atitude e criatividade. Ela prova que o encantamento tem muito mais a ver com o tratamento oferecido ao cliente.

O grupo *Disney* possui um dos maiores e melhores indicadores de satisfação de clientes do mundo. Com isso a empresa fideliza seus clientes, carinhosamente chamados de convidados e consegue gerar neles a vontade de voltar aos parques e estúdios.

C CONEXÃO



Para a *Southwest Airlines*, a excelência no atendimento ao cliente começa com aqueles que a entregam: os seus funcionários. Quando estes estão felizes, os seus clientes também estão. A companhia aérea possui um ambiente que é divertido e inclusivo, com valores fundamentais que relembram seus funcionários para aproveitar seu trabalho. [Este vídeo](#) mostra como a equipe da companhia aérea se conecta com os passageiros e cria momentos muito divertidos.

Ao trabalhar a *Conexão*, a *Southwest Airlines* opera de acordo com a brilhante suposição de você pode criar um ambiente carinhoso e ainda fazer os seus clientes rir durante um momento que pode ser desconfortável, a aterrissagem.

A ATITUDE



A *Coca-Cola*, empresa com mais de 100 anos de história, é um exemplo prático de empresa que trabalha o princípio da Atitude. Simplificando, há dois fatores preponderantes para o sucesso da *Coca-Cola*: o foco em pessoas e em marketing. Há uma busca constante por propiciar engajamento interno. Somente com colaboradores felizes pode-se fazer consumidores felizes.

A empresa não apenas tem o seu propósito desenvolvido, como o coloca em prática diariamente. Para eles o papel da marca vai além de vender uma bebida, ela tem de ser importante para as pessoas. É fundamental criar marcas que possam transformar o mundo! Esse pensamento se traduz em atitudes da empresa.

R

RESPOSTA



A Starbucks, famosa rede de cafeterias, trabalha muito bem é o princípio de Resposta. Ora veja! A empresa envia frequentemente uma pesquisa por e-mail para os seus clientes imediatamente após uma visita à loja.

A pesquisa solicita perguntas de excelência no atendimento ao cliente e pede ao cliente para classificar a amizade dos baristas e a velocidade do serviço. Além desses pontos importantes que fazem da loja um lugar tão convidativo, o zelo e cuidado com o cliente é enorme em tratá-lo pelo nome, preparando o café como gosta e garantindo a satisfação.

Uma curiosidade: Você sabia que 20% dos clientes da Starbucks visita a loja pelo menos 16 vezes por mês. Lealdade ou dependência?

E

EXCEPCIONAIS



A *Apple* é um exemplo prático de serviço excepcional de atendimento ao cliente. O conceito da loja já é um convite ao envolvimento dos clientes, com espaços amplos e equipamentos à disposição.

Atendentes solícitos, e em quantidade sempre suficiente, com atendimento rápido e prático. Além das políticas de troca que perpetuam a relação com os clientes.

Cancelar a assinatura de serviços é sempre uma tarefa exaustiva, certo? Não na *Apple*. Veja [aqui](#) o que aconteceu com um cliente que precisou cancelar a assinatura na sua conta do *iTunes Store*. Um tratamento desses não deixa ninguém indiferente à uma marca.

Engajar, conquistar e fidelizar não é tarefa fácil. Por conta disso, mostrar ao cliente a sua importância e, sempre que puder, surpreendê-lo, é a melhor forma de evoluir o seu atendimento. Uma estratégia de atendimento ao cliente baseada no **customer experience** permite que você dê um passo além e se torne mais próximo do seu cliente.

CONHEÇA O WORKSHOP CUSTOMER EXPERIENCE. ELE VAI TRANSFORMAR OS SEUS CLIENTES E COLABORADORES EM FÃS DA SUA EMPRESA!



RDD

www.robertodiasduarte.com.br

Business advisor for accounting firm market.
Helping you be inspired, innovative and successful.

Conselheiro da [Omiexperience](#), [Fortes Tecnologia](#), [NTW Contabilidade](#) e [Bizdocs](#) (Portugal), evangelista tecnológico, mentor, professor e coordenador de MBA's no IPOG. Autor da série Big Brother Fiscal (o primeiro livro sobre SPED). Acredita que o empreendedorismo pode transformar a realidade das pessoas e do país. Realizou mais de mil palestras e treinamentos no Brasil, USA e Europa. Mantém um [blog](#) com mais de 7 milhões de acessos.