



QUALIDADE NO ATENTIMENTO

Marina Gabrieli Kseniuk¹

Nádia Gabriele Vezaro²

Professora Orientadora: Ma. Hermine Luiza Schreiner³

Modalidade de Apresentação: Comunicação oral

INTRODUÇÃO

O atendimento ao cliente com excelência é fundamental para as organizações, é o primeiro contato que os clientes terão com a empresa, portanto, é muito importante que a organização proporcione um atendimento de qualidade para que conquiste e fidelize esse cliente já no primeiro contato. O tema que norteou esta pesquisa foi qualidade no atendimento, tendo, como objetivo geral, propor e implantar melhorias no atendimento ao cliente. Os objetivos específicos foram observar, destacar e implantar oportunidades de melhorias no atendimento aos clientes, implantando nova técnica de agenda eletrônica, padronização no atendimento ao público e no atendimento telefônico, desenvolvimento e implantação de planilhas de controles e, por fim, desenvolver visão e valores com foco no atendimento ao cliente. A qualidade não possui apenas um conceito, nem se pode considerar que conceitos estejam certos ou errados, pois cada empresa define a sua conduta com base em seus produtos e serviços. Porém, alguns autores citam exemplos de qualidade, como: a qualidade transcendental, a qualidade baseada em produtos, baseada no usuário, baseada na fabricação e baseada no valor. Já a qualidade no atendimento possui seu conceito que vai muito além de atender gentilmente alguém. É satisfazer e superar as expectativas de seus clientes, mostrando a eles a agilidade, o esforço e a preocupação que a empresa tem em mantê-los satisfeitos, demonstrando o real valor que possuem para a organização. Mas, para que a empresa possa implantar essa qualidade no atendimento, ela precisa dar alguns passos, como: reconhecer que o cliente é a razão de a empresa existir; repassar esse pensamento aos colaboradores; investir nos recursos humanos da empresa para que os colaboradores estejam emocionalmente bem para atender com qualidade; criar inovações dentro da empresa; delegar e distribuir tarefas para que ninguém fique sobrecarregado e, por fim, garantir a eficácia da implementação de todos os passos anteriores. Os tipos de atendimento em que serão aplicadas as técnicas de qualidade depende de cada empresa, no entanto, os mais comuns são: atendimento ao público, que consiste em recepcionar as pessoas, procurando ouvi-las com atenção, resolver seus problemas evitando deixar-se levar pelas emoções, saber resolver os conflitos de forma racional e sem respostas curtas como “não sei” e “não posso”. Este atendimento é o teste final para fidelizar os clientes, pois a forma como ele for recebido definirá esse ponto. Já o atendimento telefônico, normalmente, é o

¹ Acadêmica do 8º semestre do Curso de Secretariado Executivo da UNIUV. E-mail: se.marina.kseniuk@uniuv.edu.br

² Acadêmica do 8º semestre do Curso de Secretariado Executivo da UNIUV. E-mail: se.nadia.vezaro@uniuv.edu.br

³ Professora da UNIUV e pesquisadora na área de Formação de Profissionais. E-mail: prof.hermine@uniuv.edu.br



primeiro contato com a empresa, portanto, a maneira como for atendido ficará marcada. Nesse caso, é preciso atenção redobrada, cuidar com os ruídos que esse meio possa apresentar, cuidar do tom da voz, pois pode acabar parecendo rude, sempre anotar recados com nome e telefone corretamente, retornar assim que possível, quando necessário e, ainda, atender nos primeiros toques, sempre procurar agir de maneira que a primeira impressão que a pessoa tenha ao telefone seja a melhor possível, lembrando que um funcionário que atenda mal acaba por construir uma imagem negativa para da empresa toda. Também existe o atendimento por e-mail, que pode ser usado por diversos motivos, pode ser por não conseguir localizar o cliente pelo telefone, por precisar criar um documento que registra passo a passo os atendimentos ou as negociações anteriores, por precisarem de informações adicionais ou por necessitarem de uma confirmação por escrito do cliente. O e-mail é uma ótima opção, pois esse meio tem a possibilidade de registro das informações, mas ultimamente vem sendo substituído pelas redes sociais que têm uma resposta quase que imediata.

METODOLOGIA

Para este trabalho, utilizou-se da abordagem de pesquisa qualitativa, pois visa entender e expor informações relacionadas ao tema escolhido, concentrando-se na explicação e compreensão dos dados coletados durante a pesquisa, produzindo, de forma aprofundada e confiável, informações que possam ser úteis e demonstrando a importância da pesquisa nesta área de atuação para o público interessado. Quanto aos procedimentos técnicos que foram aplicados para formulação da pesquisa, são bibliográficos, por serem utilizados materiais já publicados, como livros e artigos para a elaboração do estudo, coleta de dados e informações.

REFERENCIAL TEÓRICO, RESULTADOS E CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se que, por meio desta pesquisa, pode-se afirmar que, independente do canal de atendimento que seja utilizado, um atendimento de qualidade deve superar as expectativas do cliente, fazendo com que ele se sinta especial e que também se sinta como parte da organização. O atendimento com qualidade significa agregar valor, customizar, segmentar, prestando ao cliente serviços que, na sua percepção, atendam e superem suas expectativas. Um cliente satisfeito, conseqüentemente, se tornará um cliente fiel.

REFERÊNCIAS

- BEE, F.; BEE, R. **Fidelizar o cliente**. São Paulo: Nobel, 2000
- BERG, E. A. **Manual de atendimento ao cliente: tudo o que você precisa saber para conquistar e manter clientes**. Curitiba: Juruá, 2013.
- BOND, M. T.; OLIVEIRA, M. **Manual do Profissional de Secretariado: conhecendo as técnicas secretarias**. Curitiba: Ibpe, 2008.
- KOTLER, P. **Marketing 4.0: do tradicional ao digital**. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.
- MAIA, F. L. OLIVEIRA, V. S. **Secretariado em Pauta: técnicas de assessoria e métodos de organização**. Curitiba: Inter Saberes, 2015.
- MEDEIROS, J. B.; HERNANDES, S. **Manual da secretária**. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2010.



MOREY, D. **O Poder do Telefone:** aumente sua eficiência quando estiver ao telefone. São Paulo: Amadio, 2002.

NEVES, A. R. **Qualidade no atendimento:** a chave para o seu sucesso pessoal e empresarial. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2006.

PORTELA, K. C. A.; SCHUMACHER, A. J. **Ferramentas do secretário executivo.** São Paulo: Viena, 2006.

SHIOZAWA, R. S. C. **Qualidade no atendimento e tecnologia de informação.** São Paulo: Atlas, 1993.