

Cinco maneiras de lidar com clientes mal-humorados no atendimento

As profissões relacionadas ao atendimento se tornam cada vez mais fundamentais em diferentes segmentos da economia e dos negócios

Robson Costa (*)

Porém quem lida diariamente nessa área sabe que “nem tudo são flores” e tem muitas histórias para contar, tanto de situações cômicas como de momentos estressantes e desagradáveis. É necessário realmente ter muito “jogo de cintura” para enfrentar situações imprevisíveis e inusitadas.

Uma das circunstâncias mais difíceis de lidar é quando os clientes mal-humorados se estressam ao telefone e ainda, mesmo quando estão errados, permanecem irredutíveis em suas posições. Isso é muito comum, pois vivemos num mundo de ansiedade e pressa, onde as pessoas querem tudo “para ontem”, numa afobação egoísta que nem sempre leva em conta o real tempo de as coisas acontecerem e o limite do interlocutor, que por mais que se esforce não pode quebrar regras e acelerar processos.

Mesmo com tudo isso, as companhias não podem abrir mão desses consumidores e correr o risco de perdê-los para os concorrentes. Por isso cabe ao profissional de atendimento usar de muita sabedoria e paciência para tentar contornar a situação da melhor maneira possível. Para sair dessa “saia justa” há algumas maneiras de facilitar a negociação com os mal-humorados:

1) **Aperfeiçoe a comunicação** - A boa comunicação é sempre a principal arma em qualquer tipo de situação constrangedora. Mas, diferentemente do que a maioria das pessoas



Divulgação

pensa, em momentos de estresse é necessário saber escutar — ainda que o discurso seja irrelevante — e só intervir quando houver oportunidade. Procure não demonstrar irritação na tonalidade da voz, seja empático e busque se colocar no lugar do cliente. Procure contornar a situação, tirando as dúvidas e apresentando soluções, sem, porém, falar demais.

2) **Não leve para o lado pessoal** - Os profissionais de atendimento não devem ser sensíveis demais e achar o tempo todo que o interlocutor está lidando com ele de forma pessoal, rejeitando, menosprezando ou sendo preconceituoso. Na realidade, ele nem sabe quem você é e se fosse outra pessoa a atendê-lo, agiria da mesma forma! Para lidar com o público é fundamental ter a capacidade de administrar

situações onde as pessoas estão mal-humoradas e estressadas.

Se colocar no lugar do outro é um bom exercício, pois o outro pode estar num dia difícil e cheio de problemas e inseguranças. Afinal, quem às vezes não passa por isso?! Tente criar uma sintonia, encontrar afinidades e somente então parta para o cumprimento do atendimento.

3) **Linguagem corporal** - O corpo e o tom de voz falam por si só, e ser um bom observador pode ajudar a antecipar-se aos problemas. Quando a pessoa já demonstra pressa ou impaciência no início da comunicação, isso é um sinal de que deverá ter mais tato no atendimento. Se perceber que ele está apressado, seja mais objetivo e direto.

4) **Demonstre real interesse** - Infelizmente, vi-

vemos numa época onde a maioria das pessoas estão mais frias (talvez por causa da pressa ou por se comunicarem mais de forma on-line ou por mensagens de texto) — muitos mal olham no rosto de pessoas desconhecidas —, por isso é fundamental demonstrar cordialidade e interesse no que o outro está falando. Evidenciar compreensão e desejo real de ajudar são bons sinais de que está atento à necessidade do consumidor.

5) **Equilíbrio emocional** - Quem exercita o equilíbrio emocional não disputa com o interlocutor falando mais alto ou usando de aspereza. Se o cliente está irritado e nervoso, o atendente deve se diferenciar e demonstrar calma e serenidade. É inteligente não se deixar contaminar.

Situações incômodas fazem parte da vida e podem ser a oportunidade para colocar em prática criatividade e inteligência para gerenciar crises, ainda que momentâneas.

Além disso, educação e paciência são as atitudes certas para que as situações de estresse não piorem ainda mais. Ao lidar com essas situações com maturidade e equilíbrio emocional, também evita repetir o mesmo papel desequilibrado da outra pessoa.

(*) - É CEO da Encanto Design de Experiências (<http://boracant.com.br>).

Caminhos para suprir as reais necessidades dos clientes

Jose Zuhlke (*)

Quase todo mundo já teve uma dor de garganta que demorou para melhorar

Nesses casos, normalmente, a única solução é procurar um médico, ouvir seu diagnóstico e, por fim, seguir à risca a prescrição do remédio certo. Para as empresas que buscam inovação tecnológica, o cenário é semelhante. Não adianta usar soluções caseiras ou de empresas sem histórico.

É preciso primeiro entender as demandas de negócios e partir para uma análise assertiva com apoio de uma empresa especializada em tecnologia, que ofereça soluções eficazes e capazes de solucionar demandas e/ou problemas internos. Quem vende soluções de TI tem uma enorme responsabilidade no processo de inovação das estruturas corporativas.

Afinal, vender ao cliente o que ele não precisa é o mesmo que indicar o remédio errado — o que pode significar muito mais do que apenas gastos desnecessários. Nesse cenário, é papel dos parceiros de TI ajudar a construir um ambiente de inovação assertivo, entregando atendimento consultivo e oportunidades orientadas à geração de valor às organizações atendidas.

No novo ambiente digital, para oferecer o que os clientes precisam é necessário seguir algumas etapas e fazer as lições de casa. Um ponto essencial, por exemplo, é estudar bem os negócios e os mercados de atuação. Somente a partir de um sólido e abrangente conhecimento sobre as demandas e expectativas das companhias é possível planejar e implementar sistemas diferenciados.

Notamos que o suporte exigido pelas companhias tem demandado uma visão corporativa mais robusta, com capacidade de identificar e resolver as necessidades dos clientes. Segundo dados do Gartner, 67% dos líderes corporativos consideram que a transformação digital de seus negócios é uma questão urgente e 77% dos executivos avaliam que o sucesso de suas novas iniciativas depende das áreas de TI.

Isso significa que as companhias estão em busca de parceiros que as ajudem a dar passos seguros na jornada digital e, ao mesmo tempo, obter qualidade com os novos projetos desenvolvidos. A vantagem competitiva de contar com o apoio de parceiros estratégicos em TI é justamente a capacidade de apresentar projetos robustos, com planos que, além da parte técnica, também contemplem temas como redução de cus-

tos, melhora operacional e segurança.

Fornecedores de serviços de TI especializados podem ajudar as organizações a descobrir os melhores caminhos a serem seguidos, mostrando como gerar melhores resultados com os negócios digitais.

Essa atuação centrada nas prioridades dos clientes é o modelo que permitirá o apoio real às estratégias de transformação digital das companhias, oferecendo não apenas um remédio paliativo e perecível, mas também o tratamento completo, com tecnologias que ampliem o sucesso e a qualidade das empresas consumidoras.

As empresas apoiadas por fornecedores com tradição em TI têm notado uma evolução interessante em seus resultados, ainda mais quem possui um trabalho de longo prazo, prevenindo desenvolvimento constante de novas aplicações, sempre em sintonia com as necessidades dos clientes que, como todos sabem, mudam com o passar do tempo.

A visão multidisciplinar é o maior desafio dos líderes de TI, que precisam entregar soluções para vários departamentos e criar sistemas que reúnam as informações em uma única estrutura digital. A abordagem atual já está prevenindo equipes com profissionais com experiências complementares, capazes de entender de tecnologia e também de vendas e negócios, além de estarem aptos para escutar, analisar e propor soluções sob medida, considerando prazos e orçamentos cada vez mais desafiadores.

Para ganhar a confiança dos clientes, é necessário investir em processos que permitam o levantamento das informações (Assessment), a revisão constante das estratégias de negócio (Design Thinking), a criação de provas de conceito (POCs) para as áreas de negócios, a comparação de práticas (Benchmarks) e a aplicação de projetos-piloto que testem os benefícios e o retorno dos investimentos (ROI).

Ao entregar esse pacote completo, as áreas de TI terão um papel cada vez mais estratégico junto ao alto comando das companhias.

Fazendo uma metáfora, a dor de garganta não volta se for tratada por especialistas e, muito menos, evolui para um caso de cirurgia, se bem diagnosticada.

Precisamos tirar as empresas brasileiras desse estado constante de gripe e torná-las mais fortes e saudáveis em 2019, incluindo a tecnologia na agenda estratégica de crescimento.

(*) - É Diretor Executivo da Resource.

Prefeituras precisam incentivar reuso da água

Ao contrário do que muita gente aprendeu, a água é um bem finito e a escassez desse recurso pode provocar grandes prejuízos para a humanidade nas próximas décadas. As alternativas para reduzir o consumo de água e ampliar seu reuso já fazem parte do cotidiano de muita gente ao redor do planeta. Essas soluções vêm sendo aplicadas em residências, condomínios, prédios e shopping centers.

“Nos próximos anos, essa tendência deverá crescer e as prefeituras precisam utilizar incentivos para garantir a aplicação de novas tecnologias que contribuam para a redução do consumo dos recursos hídricos”, afirma o engenheiro Luiz Pladevall, presidente da Apecc (Associação Paulista de Empresas de Consultoria e Serviços em Saneamento e Meio Ambiente) e vice-presidente da Abes/SP (Associação Brasileira de Engenharia Sanitária e Ambiental).

Políticas públicas para incentivar o uso de novas tecnologias podem reduzir perdas e consumo, além de favorecer o reuso da água. Segundo o dirigente, as experiências internacionais no enfrentamento da falta de água ajudam a balizar futuras ações no país. Ele conta que o estado da Califórnia, nos EUA, passou por uma grande seca e adotou mudanças profundas na gestão dos recursos hídricos. “Nas residências, eles criaram um sistema segregado de água de reuso para sanitários, regar jardins, lavar

Reprodução



carros, entre outras aplicações menos nobres”, explica Pladevall.

Para o dirigente, as prefeituras podem incentivar o uso de tecnologia oferecendo, por exemplo, redução do IPTU para as construções com tecnologias sustentáveis. “Outra forma é oferecer desconto na conta de água para edifícios com tecnologia para redução do consumo de recursos hídricos e soluções de reuso. Por outro lado, aplicações de multa para o desperdício devem ser vistas como forma de contribuir para o melhor uso dos recursos hídricos”, avalia Pladevall (Fonte: Apecc).

Suplentes de três senadores assumem mandatos até 2023

Na primeira semana de janeiro, três suplentes de senadores assumiram mandatos no Senado. Jean-Paul Prates (PT-RN), primeiro suplente de Fátima Bezerra (PT-RN), eleita governadora do Rio Grande do Norte; senadora Mailza Gomes (PP-AC), primeira suplente de Gladson Cameli (PP-AC), eleito governador do Acre; e Luiz Carlos do Carmo (MDB-GO), suplente de Ronaldo Caiado (DEM-GO), eleito governador de Goiás. Os senadores empossados terão mandato até 2023.

Gladson venceu a disputa pelo estado ainda no primeiro turno das eleições com quase 224 mil votos, que representam 54% dos votos válidos no Acre. Também no primeiro turno, Caiado alcançou 59,72% dos votos válidos. Fátima, a única governadora do país, obteve 748 mil votos — 46% dos votos válidos no Rio Grande do Norte. Em sua trajetória política, Mailza Gomes ocupou as Secretarias de Articulação Institucional e de Assistência Social em Senador Guiomard (AC).

O advogado e economista Jean-Paul Prates tem formação e experiência profissional na área de energias renováveis. Ele disse que vai dar continuidade às ações, causas e bandeiras desenvolvidas por Fátima Bezerra. A reforma tributária e a geração de empregos serão as prioridades do senador Luiz Carlos do Carmo. Empresário, ele é ligado à igreja Assembleia de Deus e foi deputado estadual entre 2006 e 2014 (ABR).

Perspectivas para o mercado imobiliário em 2019

Gustavo Milaré (*)

O próximo ano deve ser o ano da retomada do mercado imobiliário no Brasil. Recentes levantamentos do setor indicam um viés de alta nos últimos meses de 2018. A esperança é que a nova equipe econômica do Governo Federal consiga ajustar as contas públicas, gerar mais empregos, melhorar a renda do trabalhador e manter a tendência de queda dos juros aplicados nos financiamentos de imóveis.

O mercado imobiliário possui um ciclo composto por quatro fases: expansão, excesso, recessão e recuperação. Após a crise que assolou o mercado imobiliário no começo desta década, entramos na fase da recuperação no segundo semestre de 2017. Desde então, o setor passou a demonstrar melhoras gradativas e substanciais, em especial nas vendas, que cresceram cerca de 10% neste ano.

Devido a diversos fatos, entre os quais se pode destacar a queda da inflação, a diminuição da taxa de juros e de financiamento, o crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) nacional, a iminente regula-



Reprodução

ção do distrato e ainda as definições políticas nos cenários estaduais e federal, o mercado imobiliário tem notado um significativo aumento no índice de confiança de empresários e consumidores.

Prova disso é que houve um aumento de 52% no número de unidades comercializadas na cidade de São Paulo de janeiro a junho de 2018, em comparação com o mesmo período de 2017, melhor resultado desde o início da crise em 2013. Outro exemplo que demonstra a reação do mercado imobiliário é que o lançamento de novos projetos cresceu 30% no terceiro trimestre deste ano e, segundo corretores e investidores, a movimentação cresceu ainda mais depois das eleições.

Esse ambiente tem criado expectativas bastante positivas para o setor em 2019. Segundo dados, sinais, indicadores e sobretudo especialistas, deveremos entrar em um período de normalidade econômica. Com isso, a tendência é de crescimento para o próximo ano, ainda mais considerando que temos a entrada em vigor de algumas novidades, como o aumento do teto para a compra de imóvel com FGTS para R\$ 1,5 milhão e a ampliação do Programa Minha Casa Minha Vida.

Ao que tudo indica, 2019 deve ser um bom ano para quem quer vender ou comprar um imóvel e também para quem quer investir no mercado, seja no setor residencial, cuja tendência são imóveis compactos com infraestrutura e a locação por temporada, seja no setor comercial, no qual as empresas têm apostado em um conceito mais colaborativo, com espaços mais amplos e menos divididos, seja ainda em fundos imobiliários, que voltam a ser uma boa opção de investimento.

(*) - É advogado, mestre e doutor em Direito Processual Civil e sócio do escritório Meirelles Milaré Advogados.



www.netjen.com.br

Para veiculação de seus Balanços, Atas, Editais e Leilões neste jornal, consulte sua agência de confiança, ou ligue para

TEL: 3106-4171