

# Atendimento ao cliente vira conversa de amigos

Transparência, informalidade e comunicação frequente ajudam a fidelizar os consumidores

Ana Clara Veloso  
ana.veloso@extra.net.br

A era da demora no atendimento, da formalidade excessiva e da negação de problemas acabou. O Serviço de Atendimento ao Cliente foi revolucionado e ganhou sobrenomes como 2.0 e 3.0, para definir os serviços prestados por empresas antenadas. Na contramão, aquelas que economizam dedicação perdem seus consumidores.

O SAC 1.0 é o atendimento por voz, que acontecia até 2003. O SAC 2.0 é aquele que está presente em diversos canais, como e-mail, chat online, redes sociais, sites de reclamação, Twitter, Youtube... Estar presente nos canais, na verdade, independe da escolha da empresa, pois as pessoas falam delas lá. Então é bom monitorar sua reputação e dar sempre resposta aos seus consumidores. E o SAC 3.0 vai além, provendo a melhor experiência, acompanhando os pontos de con-

tato com os clientes, sabendo, por exemplo, se um produto chegou. Ele não espera o cliente ligar — diz o CEO da empresa de tecnologia em SAC, NeoAssist, Albert Dewel.

A Lola Cosmetics tem quatro pessoas preocupadas em gerar conteúdos e interagir nas mídias sociais com as Loletes, suas clientes tratadas como amigas, mesmo quando surge uma reclamação.

Uma vez fizemos uma publicação e o primeiro comentário foi grande, falando que o produto era uma porcaria. A gente respondeu de imediato, dizendo que ficávamos tristes com o relato e que não é normal essa queixa, que temos muitas resenhas positivas, mas entendemos as opiniões diferentes. Assim, pedimos para ela contar como usou o produto, que tentariamos ajudar. E como ela foi acolhida pela empresa, o tom mudou. Ela agradeceu a atenção — conta a gerente Renata Antunes.



Renata Antunes conta que a Lola Cosmetics tem uma equipe preocupada em gerar conteúdos e interagir nas mídias sociais

## DICAS PARA MELHORAR O SERVIÇO

### NEOASSIST

A empresa oferece uma plataforma de Atendimento e Relacionamento com o Cliente, com todos os canais integrados. Para conferir preços, acesse o site: [www.neoassist.com](http://www.neoassist.com).

### CONSIDERE A URA

A Unidade de Resposta Auditiva é uma tecnologia usada para automatizar o atendimento por telefone em diversos processos. Segundo estudo da NeoAssist, 92% dos brasileiros já esperam que as empresas disponibilizem a opção de autoatendimento. E existem casos em que a demanda de atendimento humano diminui até 75% com um autoatendimento bem feito.

### SIMPLIFIQUE

Cuidado ao complicar demais o número de informações que você pede para o cliente antes de ele falar com seu atendente. Sim, é importantíssimo automatizar e extrair dados, mas não se esqueça da experiência do cliente, que é sua prioridade. Se ele quer falar com um atendente, libere o caminho!

### ENTENDA OS CLIENTES

Às vezes, você vai receber

uma demanda muito grande de atendimentos e vai começar a se perder sobre quais os motivos. Entenda por quais canais seu cliente gosta de entrar em contato e quais seus motivos.

### UNIFIQUE OS DADOS

Imagine o histórico e as informações do consumidor numa única tela? Isso é o que chamamos de atendimento omnichannel, um dos serviços oferecidos pela NeoAssist. Se você souber o caminho que o consumidor fez antes de atendê-lo, vai poder ser muito mais assertivo na hora de resolver um problema ou esclarecer uma dúvida.

### TREINE FUNCIONÁRIOS

Falamos até agora de muita tecnologia, mas há um elemento que pode ser o verdadeiro diferencial: a capacitação dos operadores ao nível do negócio. Além do básico, das boas práticas de atendimento, o operador precisa conhecer o negócio a fundo, já que o novo consumidor tem acesso às informações que quiser na Internet e vai chegar muito preparado para o atendimento.

## ▶ UM EXEMPLO DA MUDANÇA

1 FACEBOOK

Isabella Marques  
8 de fevereiro

Manas, vocês conhecem a maldição da Imaginarium? Eu e minhas amigas temos uma teoria de que a maioria das pessoas que ganham presente da Imaginarium dos respectivos @s terminam o rolo/namoro pouquíssimo tempo depois. (LJ) Vocês também já passaram por isso?  
@parceliro

curtir comentar

2 INSTAGRAM

Isabella Marques  
9 de fevereiro

Ooi, Bella! Sabe aquela maldição da Imaginarium? a gente tá afim de mostrar que ela não existe! Então passa teu endereço completo, por favor?

3 CORREIOS

Em 19 de fevereiro

"Ei, Bella, tudo ok? Quer dizer então que você faz parte dos 75% do grupo secreto) que acha que nossos produtos têm uma maldição, é? A gente veio aqui dizer que não é bem assim e pra pedir pra dar mais uma chance. Afinal, de tantos casais que se presenteiam com Imaginarium, isso pode acabar acontecendo, né? Sabemos que terminar com o crush pode ser uma barra bem chata que a gente passa algumas vezes na vida, mas, ó, o importante é erguer a cabeça (...). Por isso, resolvemos enviar alguns presentes pra um relacionamento que é o melhor de todos e que nunca vai ter maldição nenhuma envolvida: você com você mesma. (...) É por isso mesmo que a gente tá te enviando um espelho com led (vai lá e arrasa SEMPRE), um amplificador de serela pra não deixar a bad bater nunca (pode usar até no banho, porque é à prova de respingos) e uma carteira diferentona que tá sempre te convidando pra dar uma volta por aí sem precisar de ninguém. Tudo isso juntinho dentro de uma bolsa pra te acompanhar em todos os momentos e não te deixar esquecer que a Imaginarium tá sempre contigo! um beijo, equipe imaginarium"  
bad = depressão

## COM LEVEZA E BOM HUMOR

# 'Todo mundo pode se entender'

▶ Você já ouviu falar na Maldição da Imaginarium? Em um grupo secreto no Facebook, a jovem Isabella Marques, de 21 anos, já angariou mais de 15 mil curtidas e 15 mil comentários em uma publicação sobre o assunto. A tese de que casais costumam terminar seus relacionamentos de-

pois de se presentear com itens da marca chamou a atenção inclusive da rede, que respondeu em um tom leve (veja acima trechos da interação).

— A história da "maldição da Imaginarium" surgiu numa conversa entre eu e alguns amigos, então eu postei aquilo só para saber a opinião da galera do grupo. Quando a loja

me mandou uma mensagem, eu surtei. Me senti uma blogueirinha — conta Isabella, que ganhou diversos "mimos": — Junto com tudo isso, veio uma carta cheia de referências a outros posts que eu havia feito no grupo, uma das coisas que achei sensacional. A Imaginarium trabalha o humor em suas redes sociais

há muito tempo. Alcançou a marca de 1 milhão de seguidores no Facebook, em 2014. Thayse Tsuruyama, respon-

### ACONTECEU

**Jovem publicou tese sobre maldição da Imaginarium e a rede respondeu**

sável pelo branding e coordenadora de conteúdo da rede, avalia a resposta dada:

— A internet é um ambiente que pode se tornar agressivo se você não sabe lidar com opiniões diferentes das suas, e o papel de uma marca como a Imaginarium é mostrar que com bom humor e gentileza todo mundo pode con-

versar e se entender. Por isso, sempre levamos na "esportiva" comentários até mesmo negativos sobre a marca, e em muitos casos revertermos o cenário para algo bem positivo, ou seja, na lente em que acreditamos e queremos que nosso público veja. Como nesse caso com nossa cliente Isabella — explica Thayse. z