



AUGUSTO CÉSAR

ESPECIALISTA EM CERIMONIAL, PROTOCOLO E EVENTOS INSTITUCIONAIS

augusto@augustolima.com.br

(91)9982-8013

www.augustolima.com.br

O que é pior para os negócios e para fidelizar o cliente: COMETER ERROS OU ESCONDER OS MESMOS DO CLIENTE? Na minha vida profissional já vi empresas de eventos cometerem erros de planejamento e esconder do cliente o fato; fornecedores que se comprometeram em entregar determinado produto e entregarem outro; cerimonialistas e assessores de eventos propalando "experiência" e não passando de meros curiosos em eventos. E todos sempre tem uma desculpa e resposta na ponta da língua que nunca condiz com a verdade. Mas o maior erro está aí? Não, o erro está em ESCONDER A VERDADE DO CLIENTE. Entendam que não são os erros que matam e prejudicam os negócios: É A TENTATIVA DE ENCOBRI-LOS. Seus clientes não esperam que você seja perfeito, e você não será. Por isso, quando você fizer algo errado, não tente disfarçar, não negue, não manipule as informações. Se a sua empresa ou seu negócio é legitimamente culpada, admita o erro e faça de tudo para concertá-lo... ÀS SUAS CUSTAS. Se a culpa é compartilhada, converse com o cliente sobre as circunstâncias e sobre a divisão de custos. Na minha experiência, a correção de problemas cria relações de negócios duradouras tão ou mais frequentemente do que um atendimento impecável. Por quê? Porque quando você usa todos os meios possíveis para consertar algo, prova que é tão bom quanto sua MARCA PESSOAL. Aqui vão algumas orientações para você se recuperar de uma crise de atendimento ao seu cliente: - OUÇA E RECONHEÇA A RECLAMAÇÃO – Mostre ao seu cliente que você se importa. Dê validade ao desagrado dele com frases como “Entendo como você se sente” e “Realmente isso não está certo.” Deixe claro que ele está exercendo o seu direito – e ajudando o seu negócio – quando faz uma reclamação. - RESPONSABILIZE-SE PELO PROBLEMA – Você é o capitão do navio, então mesmo se a mancada for dada por um assistente que está com você há apenas três semanas, VOCÊ É O CULPADO. Se a reclamação é válida, assuma a responsabilidade. Admita que houve equívocos. Expresse sua decepção pelo o que aconteceu. - INFORME DE QUE VOCÊ PODE FAZER MELHOR – Explique que o acontecido foi uma exceção, e que não acontecerá mais. E quando falar isso, olhe-o nos olhos e seja realmente verdadeiro e sincero nas palavras. - PERGUNTE O QUE VOCÊ PODE FAZER – Pergunte diretamente, “O que posso fazer para satisfazê-lo?” ou “O que posso fazer para remediar a situação?” É uma pergunta assustadora de se fazer, mas é mandatória. PERDER clientes valiosos é mais assustador. Ouça, dê sua opinião sobre as sugestões que recebeu, e então – antes de encerrar a reunião – entregue ao cliente uma lista específica das medidas que você irá tomar para consertar o erro. - MANTENHA SEU CLIENTE INFORMADO – Relembre o cliente de que você realmente cumprirá a sua palavra. Telefone ou envie um e-mail para dizer algo como: “Estou cuidando da situação pessoalmente, e tudo estará como você pediu amanhã até o fim do dia.” - AGRADEÇA O SEU CLIENTE – O cliente alertou-o sobre um problema que poderia ter-lhe custado caro. Você teve a possibilidade de corrigi-lo, então agradeça o cliente pela preferência e pela oportunidade de mantê-la. Receba bem todas as críticas. Se preocupe com o silêncio do cliente: ele pode LHE IGNORAR e procurar seu concorrente. O verdadeiro desafio do atendimento ao cliente é que ele nunca acaba. Você não pode apenas instituir uma diretriz e a deixar lá. Você deve estar sempre aprendendo, escutando e se adaptando para continuar a dar aos clientes experiências das quais eles possam se vangloriar. Se você criar um caso de amor com seus clientes, você enriquecerá e aproveitará o seu trabalho imensamente.



AUGUSTO CÉSAR

ESPECIALISTA EM CERIMONIAL, PROTOCOLO E EVENTOS INSTITUCIONAIS

augusto@augustolima.com.br

(91)9982-8013

www.augustolima.com.br

RECONHECER UM ERRO OU FALHA, FAZ VOCÊ CRESCER AOS OLHOS DO CLIENTE.
PENSE NISSO!