



Atendimento de Excelência

Competências Empresariais - Marketing e Vendas

- **Nível:** Intermédio
 - **Duração:** 12h
-

Sobre o curso

No final da ação, os participantes deverão ser capazes de:

- Conhecer o ambiente das necessidades e desejos dos clientes;
 - Compreender a importância de um atendimento por excelência;
 - Aumentar os índices de satisfação (global e parcial – por serviços e por clusters de clientes);
 - Focalizar no cliente e ter percepção das suas necessidades e dificuldades;
 - Melhorar a relação com o cliente, a comunicação verbal e a argumentação;
 - Utilizar métodos para o atendimento eficaz presencial, telefónico e utilizando os restantes canais de comunicação no interface com os diferentes clientes dos serviços.
-

Destinatários

Pessoas que exerçam, ou que esperem vir a exercer atividades profissionais que careçam de competências ao nível da venda e persuasão, nomeadamente na área comercial ou afins.

Metodologia

O Curso assentará numa metodologia ativa e interativa baseada em oficinas práticas e exercícios. As atividades propostas para a ação incluem:

- Método ativo;
- Formação centrada no formando, promovendo a autoaprendizagem.

- Formação orientada para a prática de situações reais do quotidiano e dia-a-dia profissional utilizando role-plays, debates, e outros materiais que se verifiquem necessários que vão sendo devidamente integradas com breves enquadramentos teóricos sempre que seja necessário.
 - Estratégia teórico-prática que conjuga simultaneamente os processos pedagógicos clássicos e comprovados com as tendências mais recentemente desenvolvidas em formação profissional.
 - Aplicação de técnicas ativas de formação, apoiadas por diversos suportes audiovisuais e instrumentos práticos, com vista à dinamização dos participantes e à aquisição do “saber-fazer”.
 - Fornecimento de documentação especializada relativa aos diversos conteúdos do programa.
-

Programa

- Enquadramento geral;
- A mudança serviço ao cliente;
- Tipos de clientes: motivações “racionais” e “emocionais”;
- O serviço ao cliente: a componente processual e humana;
- As fases do atendimento;
- As técnicas do atendimento;
- A importância do acolhimento como primeiro elemento de perceção de um atendimento de excelência;
- A comunicação – arquétipos e elementos do sistema;
- Principais barreiras à comunicação;
- A comunicação verbal e não-verbal;
- A informação de retorno: o feedback;
- O poder do comportamento no relacionamento interpessoal;
- Os estilos / atitudes de comunicação;
- Técnicas para o desenvolvimento de comportamentos assertivos;
- A reclamação como oportunidade;
- Regras de ouro na gestão de reclamações.
- Conclusões e encerramento da ação.

Enquadramento geral

- Introdução e objetivos;
- Validação pelo formador das necessidades específicas dos formandos.

A mudança serviço ao cliente

Tipos de clientes: motivações “racionais” e “emocionais”

O serviço ao cliente: a componente processual e humana

As fases do atendimento

- Acolhimento;
- Exploração do pedido;
- Respostas ao pedido;
- Finalização do atendimento.

As técnicas do atendimento

A importância do acolhimento como primeiro elemento de percepção de um atendimento de excelência

A comunicação – arquétipos e elementos do sistema

Principais barreiras à comunicação

A comunicação verbal e não-verbal

A informação de retorno: o feedback

O poder do comportamento no relacionamento interpessoal

Os estilos / atitudes de comunicação

Técnicas para o desenvolvimento de comportamentos assertivos

A reclamação como oportunidade

Regras de ouro na gestão de reclamações

Conclusões e encerramento da ação