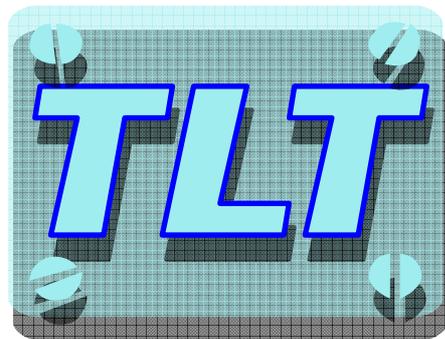




TREINAMENTO NO LOCAL DE TRABALHO

ABORDAGEM ATIVA DO ATENDENTE



**FICHA TÉCNICA**

ASSUNTO	ÁREA	CARGA HORÁRIA
ABORDAGEM ATIVA DO ATENDENTE	NEGÓCIOS	50 MIN

OBJETIVO DE APRENDIZAGEM

Ao final do treinamento os participantes deverão conhecer o que é abordagem ativa, as técnicas que facilitam a abordagem ativa e saber quando aplicá-las.

CONTEÚDO

Atendente: principal meio de comunicação com o cliente;
 Definição de Abordagem;
 Definição de Abordagem Ativa
 Técnicas para Abordagem Ativa;
 Fidelização do cliente;
 Padrão de atendimento da ECT.

PUBLICO-ALVO

Todos os empregados envolvidos no atendimento

RECURSOS INSTRUCIONAIS

Roteiro de TLT.

BIBLIOGRAFIA

MANCAT – Módulo 17.

Elaboração: Fevereiro/2014

Responsável: UNICORREIOS

Validado pelo: DEVEN

Publicado em: 31/03/2014

Atualização: ___/___/___

Responsável: () DR/___ ou () UNICORREIOS

Validado pelo _____ - ___/___/___

Publicado em: ___/___/___

-  Receba bem os participantes para a sessão de TLT.
-  Leia para o grupo o objetivo de aprendizagem deste TLT.

Ao final do treinamento os participantes deverão conhecer o que é abordagem ativa, as técnicas que facilitam a abordagem ativa e saber quando aplicá-las.



-  Converse com o grupo, explicando que:

Os clientes nos procuram com o objetivo de suprir uma necessidade específica. É comum oferecermos serviços adicionais no intuito de melhor atender a essa necessidade. Contudo, oferecer produtos e serviços adicionais ou mais elaborados, por si só, não necessariamente alavanca as vendas. É necessário aprimorar as técnicas de abordagem e conhecer as reais necessidades dos clientes.

-  Justifique falando que a realização da sessão de ensino é imprescindível para que todos possam aprimorar as técnicas de abordagem ao cliente, identificando nele oportunidades de negócios.

-  Prossiga perguntando:

Qual o procedimento adequado para iniciar o atendimento?

 Aguarde as respostas e complemente:

- Chame o cliente, utilizando o SGEA (ou sistema similar), quando houver sistema de filas, ou algo semelhante disponível na unidade;
- Chame o cliente, com expressões que denotem respeito. Ex: “Por gentileza, Senhor(a)”, “Por favor, Senhor(a)”;
- Cumprimente o cliente assim que este chegar ao guichê, para que se sinta acolhido.
- Cuide da sua postura: Atributos que são importantes:
 - Cabeça erguida
 - Coluna ereta
 - Gestos suaves
 - Fisionomia tranqüila
- Identifique o nome, no caso do cliente expressar não se sentir à vontade com o tratamento Senhor(a), e passe a tratá-lo dessa forma.
- Ouça com atenção as necessidades do cliente, e procure identificá-las.
- Faça perguntas abertas, por exemplo: Como? Quando? Qual?
- Evite o prejulgamento. Jamais deduza o que o cliente quer baseando-se em seus próprios valores e referenciais.
- Evite interrupções enquanto estiver atendendo um cliente, dedique-se a esse atendimento sem se envolver em qualquer outra atividade.
- Demonstre segurança e conhecimento das informações prestadas sobre os produtos e serviços, de forma objetiva e clara.

 Prossiga perguntando:

Como a maior parte dos clientes toma conhecimento de nossos produtos e serviços?

 Aguarde as respostas e complemente:

Apesar da divulgação por meio dos mais variados canais de comunicação, a maior parte de nossos clientes ainda toma conhecimento de nossos serviços e produtos através do contato direto com o atendente. Por essa razão, a abordagem correta do cliente é de fundamental importância.

 Prossiga perguntando:

O que é uma abordagem?

 Aguarde as respostas, valide-as e dê a definição de abordagem a seguir:

Abordagem é a maneira como o profissional da área de vendas aproxima-se do cliente para oferecer-lhe determinado produto ou serviço. É a forma de despertar no cliente o interesse pelo produto ou serviço.

 Pergunte aos participantes:

O que é uma abordagem ativa?

 Aguarde as respostas e complemente:

Abordagem ativa é a capacidade do atendente de aproximar-se do cliente e oferecer a solução Correios adequada à sua necessidade.

 Justifique falando que o atendente pratica a abordagem ativa ao perceber uma oportunidade de negócio no cliente que usa os serviços das agências, identificando suas necessidades e oferecendo as soluções Correios que melhor o atendam.

 Pergunte aos participantes:

De que forma é possível realizar uma abordagem ativa?

 Analise as respostas e complemente dizendo que:

Não basta oferecer um produto ou serviço a um cliente. É necessário despertar nele o interesse. Se o cliente tem a sensação de que a ideia de incluir um serviço adicional partiu dele mesmo, a venda fica bem mais fácil de realizar. Desse modo, perguntas como: “Gostaria de adicionar um aviso de recebimento?” ou “O senhor quer usar o serviço de Sedex?” são menos valiosas que “É importante saber quem recebeu o objeto?” ou “Existe urgência na entrega do objeto?” Esse tipo de pergunta indireta desperta a curiosidade do cliente sobre os serviços que resolveriam aquela necessidade e, conseqüentemente, aumenta sua vontade de conhecer as vantagens que ele terá caso os adquira.

 Peça aos participantes para citarem perguntas indiretas que possam despertar a atenção do cliente para as soluções Correios.

 Valide os exemplos dados e acrescente os listados abaixo:

- Para prospectar novos negócios com produtos personalizados: “O senhor sabia que hoje é possível colocar fotos de pessoas, logomarcas e brasões em selos?” ou “Já pensou em homenagear alguém especial?” ou “Já pensou em divulgar a foto de seu produto ou empresa através de um selo?”;
- Para prospectar novos negócios com telegramas pré-datados: “O senhor costuma parabenizar pessoas queridas em datas importantes?” ;
- Para prospectar novos negócios com a venda de empréstimos aos clientes do Banco Postal: “O senhor já utilizou o crédito pré-aprovado do Banco Postal? Que tal fazermos uma simulação?”.

 Pergunte aos participantes:

De que outras formas é possível aplicar a abordagem ativa no desempenho de nossas tarefas diárias?

 Aguarde as respostas e em seguida informe que:

Às vezes nos deparamos com clientes que utilizam o mesmo serviço com muita frequência, gastando valores iguais ou maiores que a cota mínima exigida em contrato. Neste caso o atendente pode encaminhar o cliente à gerência para a celebração de um contrato.

Exemplo de uma abordagem ativa adequada: “Muitos dos nossos serviços possuem descontos se adquiridos via contrato. Além desse benefício, o senhor terá um prazo maior para pagamento, concentrando suas postagens em fatura única. São muitas as vantagens para sua empresa. Precisamos apenas de algumas informações:

- Nome do Cliente e da Empresa;
- Nome do representante da empresa que decide as contratações (ex.: gerente, diretor ou proprietário);
- Endereço, telefone e e-mail;
- Principais produtos e serviços utilizados.
- Valor médio gasto em postagens no mês.

 Faça as considerações necessárias e pergunte:

Quais as vantagens de encaminhar o cliente para a celebração de um contrato?

 Aguarde as respostas e informe que:

Em um contrato, o cliente consegue obter alguns descontos em suas postagens e ainda tem a vantagem de postar sem precisar pagar à vista, faturando todas as postagens do mês em uma única data.

Para os Correios também há vantagens com a celebração de contratos: o cliente fica fidelizado, garantindo a receita mensal referente à cota mínima firmada com ele no momento da contratação, além de possibilitar que o cliente utilize mais o seu contrato.

 Ressalte aos participantes que, não sendo possível encaminhar o cliente ao gerente para a celebração de um contrato no momento do atendimento, ele deverá anotar os dados daquele cliente e repassa-los ao gerente para um contato posterior.

O Atendente deverá coletar, principalmente, os seguintes dados:

- Nome do Cliente e da Empresa;
- Nome do representante da empresa que decide as contratações (ex.: gerente, diretor ou proprietário);
- Endereço, telefone e e-mail;
- Principais produtos e serviços utilizados.
- Valor médio gasto em postagens no mês.

 Faça as seguintes recomendações:

Convém ainda lembrar os passos de uma abordagem para prospecção de contrato:

- Recepcionar o cliente de acordo com os padrões da ECT;
- Verificar se o cliente possui relação contratual com os Correios;
- Pesquisar a necessidade do cliente e identificar as soluções dos Correios que melhor o atenda, incluindo produtos/serviços complementares, como embalagens, e adicionais, como aviso de recebimento e valor declarado;
- Demonstrar os benefícios das soluções apresentadas pelos Correios e, se necessário, reforçá-los para superar eventuais objeções;
- Pesquisar a frequência com que o cliente utiliza as soluções dos Correios e o valor médio mensal gasto;
- Verificar se o valor médio gasto com os Correios pelo cliente é igual ou maior que 90% da cota mínima exigida em contrato; se a resposta for positiva, registrar os dados do cliente, para encaminhamento posterior ao gestor;
- Ao finalizar o atendimento, agradeça ao cliente com uma saudação de despedida que expresse simpatia:
 - “Obrigado(a)”,
 - “Até breve”,
 - “Até a próxima”,
 - “Espero vê-lo de novo aqui ou atendê-lo novamente”.

 Conclua que:

Praticar uma abordagem ativa é de fundamental importância para trazer a atenção do cliente às soluções ofertadas pelos Correios, vencendo assim suas resistências iniciais. Não basta realizar o oferecimento, é necessário fazer com que o cliente perceba que a solução ofertada é a mais adequada à sua necessidade.

	ABORDAGEM ATIVA DO ATENDENTE	ROTEIRO DE TLT Nº 1	
		10/10	

 Esclareça as dúvidas que surgirem.

 Peça aos participantes para especificarem o desempenho definido no objetivo de aprendizagem no início da sessão de ensino e que, também, consta na Ficha Técnica.

Objetivo de Aprendizagem

Ao final do treinamento os participantes deverão conhecer o que é abordagem ativa, as técnicas que facilitam a abordagem ativa e saber quando aplicá-las.

 Encerre a sessão de ensino agradecendo a presença e solicitando o apoio de todos para aplicar diariamente as dicas contidas nesse TLT.