

Atendimento e Vendas

Objetivos Gerais

Este Curso pretende dotar os participantes de comportamentos de excelência na função serviço ao cliente.

Objetivos Específicos

No final deste Curso os participantes deverão estar aptos a:

- Melhorar o processo relacional na situação de atendimento;
- Gerir o processo de comunicação estabelecendo relações *win-win*;
- Aplicar procedimentos e comportamentos adequados aos diferentes tipos de clientes.

Destinatários

Este Curso destina-se a todo o tipo de Equipas Comerciais.

Carga Horária

12 Horas

Conteúdo Programático

Módulo I – Cliente mistério

Assessment: Informação fornecida pelo cliente na sua totalidade, que inclui: manual com perguntas a serem efetuadas pelo cliente mistério e respetivas respostas e/ou um guião, com mensagens chave que os funcionários precisam de saber para determinada solução, marca e produto, enquadrado num determinado contexto.

Método: Chamadas telefónicas com uma duração total de 4 horas, a decorrerem em diferentes horários durante uma semana.

Avaliação: Será construído uma matriz de apoio à avaliação onde será diagnosticado e avaliado as *skills* do colaborador.

Matriz de Avaliação de Competências:

- Adequação do tom de voz
- Clareza da linguagem
- Formulação de perguntas ao cliente
- Perceção do discurso do cliente

- Capacidade de escuta ativa
- Diagnóstico do problema do cliente
- Conhecimento dos produtos e serviços
- Capacidade de influenciar o cliente
- Tratamento de objeções à venda
- Nível de simpatia
- Nível de empatia
- Introdução de credibilidade da empresa junto do cliente

Módulo II – *On Job Training*

- Acompanhamento em modelo *On Job Training* de forma a avaliar a resposta do colaborador e a forma como este gere o atendimento.
- Este acompanhamento será avaliado tendo em conta uma matriz de observação composta pelos seguintes procedimentos:
 - Adequação do tom de voz
 - Clareza da linguagem
 - Formulação de perguntas ao cliente
 - Perceção do discurso do cliente
 - Capacidade de escuta ativa
 - Diagnóstico do problema do cliente
 - Conhecimento dos produtos e serviços
 - Capacidade de influenciar o cliente
 - Tratamento de objeções à venda
 - Nível de simpatia
 - Nível de empatia
 - Introdução de credibilidade da empresa junto do cliente

Módulo III – *Follow-Up* em sala

É efetuado uma reunião individual com cada um dos elementos. Este *follow-up* contará com 3 momentos.

- Auto-avaliação

Um primeiro momento de auto-avaliação do colaborador às suas competências, baseado na matriz utilizada na sua avaliação.

- Comparação das Avaliações

Uma segunda fase de comparação da auto-avaliação do formando com a avaliação do formador.

- Compromissos e objetivos

Nesta terceira fase ficarão definidos os objetivos e os compromissos do colaborador de forma a aumentar os seus resultados.

Posteriormente será enviado um report individual com a avaliação dos pontos fortes e fracos do colaborador, e identificado onde poderá melhorar e aumentar a sua performance de forma a atingir os objetivos definidos pela empresa.