




# A ALMA DO NEGÓCIO

Serviço de SAC eficiente é o que todos os clientes esperam e é no que todas as empresas deveriam investir. Especialistas afirmam: essa deve ser uma preocupação principalmente das micro e pequenas empresas.



**O** pesadelo de muitos consumidores hoje é: o que fazer se por ventura a minha compra em uma loja der errado? Isso porque todos sabemos que na hora da compra é tudo mágico. Os vendedores são nossos melhores amigos, mas na hora da troca ou de uma reclamação, nada é resolvido. Um empurra para o outro, às vezes leva dias e até mesmo semanas para ter um retorno, e isso quando não se vive um perrengue para encontrar um canal de contato com a loja. Problemas que poderiam ser resolvidos facilmente se todas as empresas investissem em um Serviço de Atendimento ao Cliente (SAC) bem treinado, educado, ou seja, eficiente.

Segundo a sócia da WV\_Todoz - agência detentora do aplicativo Fácilme – Cynthia Akao, um serviço de SAC é totalmente essencial em todas as empresas, independentemente do porte (micro, pequena, média ou grande), pois é através dele que o cliente consegue tirar as dúvidas, falar sobre sua experiência na loja (sugestão/reclamação), além de gerar uma confiança maior em relação à empresa – loja. "Faz parte da necessidade humana 'desabafar' nessa hora, e uma pessoa bem treinada do outro lado da linha consegue reverter a imagem negativa que se forma quando o produto ou serviço comprado não funcionou", explica ainda o gerente de projetos da Fundação Nacional da Qualidade (FNQ), Luiz Malta.



**"Empresa séria não discute, resolve o problema. Esse é um lema que todos deveriam seguir"**

LUÍZ MALTA, DA FNQ

### VOCÊ TAMBÉM CONSEGUE

De acordo com Cynthia, muito ao contrário do que as micro e pequenas empresas pensam, hoje em dia qualquer negócio consegue implantar um serviço de SAC. "Atualmente contamos com alguns sistemas específicos para este serviço com um custo baixo. Não sendo necessário grandes investimentos com estrutura e tecnologia", afirma.

Malta mostra que a compra de uma linha de telefone 0800 ou 0300, por exemplo, é muito fácil, mas é necessário gerenciar os atendimentos, um *software* específico pode ajudar nessa tarefa. "O custo médio de investimento é de R\$850

a R\$ 1.000 por mês. Existe a possibilidade de atendimento *on-line*, mas aí é necessário ter uma estrutura de *internet* e alguns custos extras", pondera.

No Facileme, por exemplo, Cynthia diz que quando a pessoa adquire a plataforma de *social commerce*, automaticamente ela pode habilitar o sistema de *chat*, *help desk*, para estreitar o relacionamento com o cliente e assim promover uma maior credibilidade e segurança junto aos seus consumidores. "Também contamos com um aplicativo de formulário de contato, onde o consumidor pode enviar mensagens para o lojista com dúvidas, sugestões e reclamações".

O maior benefício ao instalar um SAC na sua empresa é a oportunidade de construir uma imagem positiva da mesma. "Esse seria um grande diferencial competitivo, pois as MPE's têm uma agilidade que as ajuda a acertar o rumo rapidamente, algo que as grandes empresas não conseguem fazer. E o cliente valoriza quando é bem atendido e suas demandas são reconhecidas", aponta Luiz Malta.

Outro motivo é que um serviço de atendimento eficiente pode evitar futuras demandas judiciais e/ou no Procon, que custam dinheiro, tempo e comprometem a imagem da empresa. "Empresa séria não discute, resolve o problema. Esse é um lema que todos deveriam seguir", reforça o gerente da FNQ.

Cynthia Akao lembra ainda que atualmente com a velocidade da tecnologia e das redes sociais, quanto mais ágil for a sua resposta junto ao cliente, mais satisfeito ele ficará e, conseqüentemente, mais vendas ocorrerá. Por isso, um SAC é imprescindível no negócio. "Se o cliente vir que ele tem diversas formas de entrar em contato com o lojista e a solução é de forma rápida, a chance de ele sair satisfeito, voltar futuramente e indicar para outras pessoas é praticamente certa".

### SEM AMADORISMO

É bom lembrar ao leitor, contudo, que quando falamos de um serviço de SAC, estamos falando daquele dedicado exclusivamente ao atendimento aos clientes, no qual a pessoa que vai atender, inclusive, recebe treinamento e trabalha diretamente nesta frente da empresa. Algumas micro e pequenas, às vezes, implantam esse tipo de serviço mas não deixam uma pessoa dedicada apenas a isso, ou seja, todos os colaboradores ficam encarregados a também atender ao cliente, e que Luiz Malta da FNQ chama atenção para esse erro. Segundo ele, é importante ter foco nas atuações, senão cairemos na armadilha na qual todos fazem tudo, mas ninguém faz nada. "Nas MPEs é comum ter o dono à frente do atendimento, por exemplo, mas deve-se evitar o acúmulo de função. Isso significa que é importante ter uma pessoa bem preparada à frente do atendimento. Ela precisa ter uma visão sistêmica da empresa, conhecer os processos e produtos e ter poder de decisão", argumenta.

Outro principal erro das micro e pequenas empresas, acontece quando os colaboradores direcionados para fazer o atendimento através do SAC, não recebem um treinamento adequado. Com isso, podem passar informações que não condizem com a realidade e com a verdade, ou até não saberem a resposta. "A pior coisa que ainda pode acontecer é não atender o cliente de forma correta, ou seja, cordial, paciente e atencioso, o que deixa uma marca ruim da empresa. Podendo perder o cliente e se 'queimar' no mercado", alerta Cynthia da WV\_Todo.

## VAI IMPLANTAR? ENTÃO PREPARE-SE!

Se uma micro ou pequena está disposta a implantar um serviço de SAC, existem alguns caminhos básicos para fazer da melhor forma e tornar esse canal realmente eficaz ao consumidor. "As condições básicas para se ter um SAC é preparar uma equipe de atendimento, pois treinar é fundamental. Deve-se, ainda, ter uma infraestrutura adequada, com telefone, *e-mail*, um *software* de gerenciamento e, principalmente, estar preparado para ouvir críticas e aceitá-las, além de estar pronto para alterar seus processos e procedimentos", aconselha Luiz Malta.



Para uma loja física, sempre é possível ao cliente ir até o estabelecimento e lá resolver sua situação, portanto, o SAC que a essa empresa for instalar, também precisa considerar a presença física do cliente. Já para uma loja virtual, é muito mais crítico. "É comum os clientes se sentirem abandonados por lojas *on-line*. Mandam *e-mail* e não recebem respostas; quando conseguem falar com alguém, não se sentem seguros que seu problema será atendido. Sendo assim, para lojas virtuais é um fator-chave de sucesso ter uma resposta rápida. Enquanto o problema está sendo resolvido, deve-se manter o cliente informado de todos os passos adotados, até a resolução final", indica o gerente da FNQ.

Além do mais, ele diz que o SAC pode ser ativo. Ou seja, não é necessário esperar alguém reclamar. "Pode-se fazer pesquisas de satisfação com os clientes e medir, dessa forma, se algum problema está ou não ocorrendo", completa.

Algumas empresas ainda utilizam as redes sociais como ferramenta de SAC, como o *Twitter*, *Facebook*, entre outras. Mas Malta diz que para isso funcionar é necessário que haja um monitoramento. "E essas não devem ser as únicas fontes para receber as dúvidas e problemas de seus clientes. Além disso, nunca tente enrolar o cliente, pois o problema pode tomar uma dimensão inesperada. E nas redes sociais o problema cresce de forma exponencial", reflete e completa ainda que o perfil do funcionário de uma SAC por telefone é diferente do perfil de um profissional de SAC das redes sociais, portanto, não adianta pedir para a mesma pessoa fazer tudo. Novamente é ne-

cessário ter foco na atuação e treinamento específico.

Por fim, ele diz que a vantagem de se ter um SAC nas redes sociais é a agilidade com que você toma conhecimento dos problemas, mas lembre-se: o internauta também vai querer agilidade na solução. Então, esteja pronto. Não se aventure nas redes sociais se não tiver certeza do que está fazendo, senão a exposição da marca de sua empresa será muito ruim.

## DE OLHO NO ATENDIMENTO

Há pouco mais de seis meses no mercado, os sócios fundadores da Brother&Brother, Gustavo Freire e Carlos Freire, já iniciaram sabendo a importância do SAC para um negócio. Carlos acredita que todos os canais de comunicação podem ser usados como SAC, dependendo, é claro, da cultura da mesma. "Certamente se um dos objetivos da empresa é atender o cliente com excelência, usar redes sociais como SAC pode ser uma excelente estratégia de *marketing*, já que o serviço/contato com o cliente estará disponível e visível a todos", afirma.

Ele diz que a empresa possui atualmente SAC via telefone, que funciona das 9h às 17h30, redes sociais (*Twitter*, *Instagram*, *Youtube*, *Google+* e *Facebook*) e *e-mail*, que funcionam 24h por dia. "Temos contato direto com esses clientes, uma vez que eles acompanham todas as nossas publicações. Neste caso, nós, sócios da empresa, atendemos diretamente esse público", revela.

Gustavo afirma que esse canal aberto aos clientes é de extrema importância para a Brother&Brother, e eles aprenderam que quando o cliente liga, é porque

**"Se o cliente vir que ele tem diversas formas de entrar em contato com o lojista e a solução é de forma rápida, a chance de ele sair satisfeito, voltar futuramente e indicar para outras pessoas é praticamente certa"**

CYNTHIA AKAO, DA WV\_TODOZ



existe algum interesse ou dúvida. "Estar próximo do cliente é essencial. Além disso, pelas redes sociais, conseguimos compartilhar informações e entender melhor o estilo do nosso público, criando uma proximidade que vai além da captação de clientes, venda e pós-venda. Nos dias de hoje, com tanta informação disponível a todos e com tanta concorrência em todos os setores, toda empresa deve ter pelo menos um canal de comunicação/SAC para atender a demanda de seus clientes e esclarecer dúvidas", indica.

Outra empresa que já se lançou no mercado devidamente preparada com o seu canal de SAC para atender os clientes foi o portal Dona da Cama, inaugurado em julho de 2014. "O portal já foi inaugurado com vários canais de SAC. O serviço sempre esteve em nosso planejamento. O custo de ter essa ferramenta foi baixíssima e a conversão dos atendimentos é próxima a 100%", afirma a sócia do portal, Cristiane Arnaud Chamun.

O atendimento ao cliente do Dona da Cama é feito pela *internet* (*e-mail*, *Facebook* e *WhatsApp* - 24h) e telefone (fixo e celular). "Como a empresa é pequena, não existe um setor dedicado apenas a isso, e os atendimentos são feitos por mim. Mas cada cliente é tratado de forma personalizada", expõe

Segundo Cristiane, o sistema tem funcionado bem. O retorno tem sido positivo e fundamental para a imagem da empresa. "Lógico que um SAC de uma grande empresa necessita de uma estrutura maior e um alto investimento. O que não acontece para a micro e pequena empresa, é um investimento baixo. Basta ter um telefone, *internet*, conhecimento do produto e da área comercial", acredita.

### SOLUÇÕES PARA O MERCADO

Procura uma solução de SAC para a sua micro ou pequena? Algumas empresas no mercado hoje lançaram ferramentas que visam, especialmente, resolver os problemas desse público.

A Me Atende, por exemplo, desenvolveu um app para tirar aquele usuário que ficava horas e horas tentando falar com o atendimento de uma empresa para resol-



Carlos Freire e Gustavo Freire, da Brother&Brother

ver o seu problema. "Passamos a fornecer aos nossos clientes um serviço que, integrado ao sistema de atendimento atual, permite ao usuário resolver uma parte das solicitações sem o auxílio de um agente humano", explica o diretor executivo da Me Atende, Leduar Staniscia.

Segundo ele, o consumidor entra no app, seleciona a empresa com que deseja falar e solicita um contato, informando o motivo. Feito isto, basta fechar o app e esperar. Quando o problema for passível de uma resposta sem a intervenção de um agente da empresa, como consulta de saldo, informações sobre troca de produtos, localização de filiais, entre outros, imediatamente o app informa ao usuário o resultado de sua busca. "No entanto quando o contato com um agente humano for indispensável, notificamos a empresa e quando alguém apto a resolver o problema estiver disponível, o sistema automaticamente coloca a empresa e o consumidor em contato".

Entre os custos-benefícios da ferramenta, Staniscia diz que a empresa profissionaliza o relacionamento com o cliente. Além disso, atendimento telefônico é um canal caro, pois exige que um operador esteja disponível no momento em que o consumidor ligar, envolvendo custos de telefonia na recepção das ligações via 4004 ou 0800. "O Me Atende permite que parte deste atendimento

**"Certamente se um dos objetivos da empresa é atender o cliente com excelência, usar redes sociais como SAC pode ser uma excelente estratégia de marketing, já que o serviço / contato com o cliente estará disponível e visível a todos"**

seja feito de maneira automatizada, trazendo redução de custos e melhorando a experiência do usuário. Mesmo quando, eventualmente, o consumidor solicitar uma chamada, o recurso de ligar de volta para o usuário permite que a empresa consiga atender às solicitações com um número menor de atendentes", afirma. Para adquirir a ferramenta, eles possuem planos a partir de R\$750 reais/mês.

Para facilitar o relacionamento entre empresas e consumidores, através

# 6 DICAS PARA MONTAR UM SAC EFICIENTE NA SUA PEQUENA EMPRESA

O SAC será responsável por ouvir e atender seus clientes junto à sua empresa e é um bom caminho para fortalecer a marca da sua empresa no mercado. Mas a montagem de um Serviço de Atendimento ao Cliente deve ser criteriosa. Comece pequeno, mas fique atento a algumas dicas:

1. **ESTEJA** preparado para receber as ligações de seus clientes e pronto para mudar
2. **UTILIZE** o SAC como uma ferramenta para monitorar seu mercado
3. **ESCOLHA** pessoas com perfil adequado para trabalhar no seu SAC
4. **INVISTA** em infraestrutura e equipamentos
5. **TESTE** seu próprio SAC.
6. **NÃO DEIXE** para depois as mudanças necessárias.

FONTE: LUIZ MALTA, DA FNO

de soluções tecnológicas e inovadoras, a NeoAssist também traz soluções em atendimento, que são autoatendimento, *e-mail*, *Chat*, *Workflow*, Telefonia, Redes Sociais, Registro Manual, atendimento *mobile* e *WhatsApp*. "Oferecemos um serviço personalizado, que pode ser utilizado desde micro empresas até grandes varejos. Nossas soluções são vendidas por módulos, de acordo com o número de atendentes de cada empresa. Além da plataforma de atendimento, contamos com uma equipe dedicada a acompanhar os resultados e auxiliar os micro e pequenos empreendedores a otimizar os resultados do SAC", conta o diretor de vendas da empresa, Albert Deweik.

Um dos exemplos é o atendimento inteligente. Essa solução da NeoAssist, segundo ele, permite que os consumidores solucionem as principais dúvidas 24h por dia, 7 dias por semana, sem intervenção humana. "Com o autoatendimento, é possível reduzir os custos com outras soluções de atendimento, como *chat* e *e-mail*. Nossos clientes registram uma redução média de 60% dos contatos com o SAC ao implantar esta solução", motiva.



**"Como a empresa é pequena, não existe um setor dedicado apenas a isso, e os atendimentos são feitos por mim. Mas cada cliente é tratado de forma personalizada"**

**CRISTIANE ARNAUD CHAMUN, DO DONA DA CAMA**

Ele diz ainda que todos os recursos da empresa podem tanto complementar as soluções já utilizadas como atuar como uma plataforma de atendimento multicanal completa. Por ser um sistema *in cloud*, é possível acessá-lo de qualquer local que disponibilize *internet*, o que possibilita o *home office* e reduz os custos com infraestrutura e transporte. "Oferecemos ainda facilidade na implantação, redução de custos, equipe de pós venda dedicada a acompanhar os resultados e auxiliar na melhoria do SAC, equipe de suporte disponível para tirar dúvidas, entre outras vantagens", conclui.