Soft skills

Orientação para o cliente: ouvir, responder, fidelizar

Um dia para colocar o cliente no centro do trabalho quotidiano, incluindo nas funções que não vendem. Os participantes aprendem a ouvir a necessidade real de um cliente industrial ou de um distribuidor, a responder a um pedido ou a uma reclamação com compromissos cumpridos, a fazer de um incidente uma oportunidade de fidelização e a fazer subir internamente a voz do cliente. Os casos vêm da indústria, da distribuição e do serviço pós-venda.

Duração : 1 dia

Objetivos

1. Explicar o que fideliza um cliente profissional: fiabilidade, reatividade, interlocutor identificado, problemas resolvidos
2. Identificar a necessidade real por trás de um pedido, de uma encomenda ou de uma reclamação
3. Responder a um cliente com um compromisso preciso, realista e acompanhado
4. Tratar uma reclamação ou um cliente descontente de modo a preservar a relação
5. Fazer subir as expectativas e as insatisfações dos clientes para os serviços em causa

Programa

Dia 1 — manhã

• Cliente interno e cliente externo: quem serve quem, da receção da encomenda à entrega e ao serviço pós-venda

• O que faz partir um cliente profissional: promessas não cumpridas, silêncio, remessa de um serviço para outro

• Ouvir: perguntas de descoberta, reformulação, necessidade por trás do pedido

• Exercício: analisar três trocas reais com clientes (e-mails, chamadas, reclamações)

Dia 1 — tarde (oficina)

• Responder e comprometer-se: prazo, solução, interlocutor, confirmação escrita

• Reclamações: acolher, analisar, responder, verificar que a resposta resolveu o problema

• Fidelizar: acompanhamento após a entrega ou a intervenção, informar o cliente antes de ele descobrir um atraso

• Oficina: simulações sobre a reclamação de um cliente industrial e plano de melhoria do serviço

Metodologia

• Análise de trocas reais com os seus clientes, anonimizadas

• Casos de industriais, distribuidores e serviços pós-venda: atraso de entrega a uma cadeia de grande distribuição, lote não conforme, equipamento avariado num cliente

• Jogos de papéis ao telefone e frente a frente com um cliente descontente

• Trabalho interserviços sobre o percurso de uma encomenda ou de uma reclamação

• Plano de melhoria do serviço ao cliente construído pela equipa

Avaliação e documentos

Teste de conhecimentos e simulação de tratamento de uma reclamação, avaliação a quente em D+1. Certificado numerado verificável online para cada participante; relatório de formação e plano de melhoria da oficina entregues à empresa.

Materiais bilingues para cada participante; cada formação presencial inclui o seu gémeo digital no OmniLearn.

Bom saber

Para a negociação comercial propriamente dita, ver «Negociar: método e prática». As empresas certificadas ISO 9001 podem ligar a oficina ao seu processo de tratamento de reclamações e à sua medição da satisfação do cliente.

Informações práticas

Duração	1 dia
Público	Comerciais, administração de vendas, serviço pós-venda, técnicos de intervenção, logística, qualidade e qualquer função em contacto com clientes
Pré-requisitos	Sem pré-requisitos
Número de participantes	Grupos de 6 a 12 participantes, na empresa
Formato	Na empresa, presencial nas suas instalações
Língua	Francês, darija ou inglês; materiais bilingues
Financiamento	Contratos especiais de formação da OFPPT (TFP), GIAC, Maroc PME: preparamos os processos consigo, sem custo adicional.
Personalização do programa	Programa adaptado aos seus procedimentos, aos seus equipamentos e ao seu público

Perguntas frequentes

Esta formação é reservada aos comerciais?
Não. Destina-se também à administração de vendas, à logística, à qualidade, aos técnicos de intervenção e ao serviço pós-venda: são muitas vezes eles que cumprem, ou não, a promessa feita ao cliente.

Pode basear-se nas nossas próprias reclamações?
Sim. Antes da sessão, pedimos algumas reclamações e trocas recentes com clientes, anonimizadas. Servem para os exercícios de análise e para as simulações da tarde.

Qual a diferença para uma formação em negociação?
A negociação incide sobre as condições de um acordo. A orientação para o cliente incide sobre a qualidade da relação no dia a dia: escuta, reatividade, compromissos cumpridos, tratamento de reclamações. As duas completam-se numa equipa comercial.

O dia de orientação para o cliente pode ser financiado?
Pode constar do plano de formação da empresa e enquadrar-se nos contratos especiais de formação geridos pelo OFPPT, nas condições aplicáveis. Montamos o processo consigo.