



Os benefícios de capacitar as equipes de atendimento nos multicanais

Ana Elisa Moreira-Ferreira
Diretora e consultora em Comunicação Humana da Univoz

A forma como nos comunicamos mudou muito e muito rápido nos últimos anos. Celulares, redes sociais, aplicativos... Todos são parte de um ecossistema, em que tudo é interligado e está nos dando alguma informação. Quando se fala da comunicação com o cliente esse quebra-cabeça fica ainda mais desafiador: a jornada da experiência dos clientes com cada empresa passa por vários pontos de contato e as informações não estão num único lugar.

Tornou-se essencial termos profissionais mais capacitados para resolver problemas, reduzir conflitos, vez que as máquinas farão muito dos atendimentos simples. Uma lição que podemos aprender em um curso de comunicação com o cliente é a de que ele, cliente, quer a informação completa e rápida. No entanto, comunicar-se é um trabalho minucioso, cheio de detalhes e observações, por isso para se transmitir uma informação de maneira apropriada é preciso conhecer os elementos que compõem a boa comunicação. Aqui nesse texto, falaremos sobre 3 desses elementos, dentre os vários que abordamos em nossos projetos:

1. Compreenda as necessidades do cliente

A comunicação com o cliente é uma troca. É preciso entender para saber responder e é necessário responder de forma adequada para ser entendido. Mas essa 2ª fase somente atingirá os objetivos do relacionamento com o cliente, se a 1ª, o entender, for muito bem-feita. Para isso é essencial baixar a ansiedade de dar respostas rápidas e dedicar-se para a sondagem coerente, uma confirmação do que o cliente necessita e a busca sobre o que pode ser feito por ele, mas dentro do cenário que foi apresentado. Um dos fatores

de ansiedade (e irritação) dos clientes é justamente essa falta de “encadeamento”, isto é, quando as informações não formam um todo satisfatório, com sentido, e percebe-se apenas um ritual que precisa ser cumprido pelo profissional de atendimento, despejando orientações ou informações prontas. Por este motivo, é fundamental desenvolver a escuta ativa e a escuta empática, a capacidade de entender com os olhos do cliente e compreender toda a jornada de sua experiência com a empresa para oferecer respostas com maior chance de aceitação. O que fará um grande diferencial na equipe de atendimento são treinamentos e cursos de comunicação com cliente em formato de oficinas, práticos e dinâmicos, que propiciam a transformação da comunicação. Outra ferramenta de desenvolvimento importante é monitoria; quando fazemos com foco em comunicação humana e trabalhamos o potencial humano para a habilidade de escuta a qualidade do relacionamento com o cliente se amplia.

2. Clareza nas orientações

A partir do ponto que discorremos anteriormente, entra o papel importante da clareza. Como o próprio nome diz, clareza é habilidade de se comunicar de modo tal que seu interlocutor entenda a mensagem sem dificuldade. Quem fala ou escreve com clareza evita ruídos na comunicação e garante que ela será efetiva, ou seja, que a informação chegará intacta ao seu destinatário. Sempre. Nesse aspecto entram as bases da nossa língua (o uso de vocabulário não técnico, a estrutura bem ordenada das explicações, por exemplo) mas também as atitudes de falar o suficiente e checar entendimento, usar informações simples e aos poucos, entre outros. A boa notícia é que ser claro é uma habilidade e pode ser desenvolvida e aprimorada em um curso de comunicação com o cliente, por monitorias especializadas e feedback de qualidade, ajudando o profissional a elaborar e usar sua linguagem de forma que ajude o cliente a compreendê-la.

3. Entenda o meio

A comunicação é sempre feita entre dois lados. O elemento que liga estes lados é chamado de meio. Atualmente, existe uma variedade deles: redes sociais, aplicativos, chats, sites, o próprio telefone, e usando mensagens de texto, áudio, vídeo e etc. Cada um desses recursos demanda um tipo de operação, um tipo de uso, de modo que cada um deles terá um tipo de mensagem e será compreendido de uma forma distinta. E quem escolhe por qual meio a comunicação com o mercado irá acontecer? O cliente. Por isso hoje é fundamental ser “multicanais”, isto é, ter a habilidade de se comunicar em diferentes meios, desde que o faça bem feito. O que isso quer dizer? Podemos analisar sob vários prismas, mas como estamos aqui falando de comunicação com o cliente, um cuidado essencial é analisar se a linguagem e a persona utilizadas são compatíveis ao canal. Cada um precisa de seu estilo próprio, de uma forma de abordar e de tratar o cliente condizente com esse meio de comunicação. Se houver coerência entre o canal e a linguagem utilizada, haverá maior aderência e retenção no canal por escolha do cliente.

Lembre-se: a comunicação com seu cliente precisa ser efetiva.

Essa é uma daquelas frases clichês, mas que nunca deixará de ser verdade. A comunicação efetiva é aquela em que a informação é transmitida sem ruídos, sem perdas. Ser efetivo na comunicação é saber o que precisa ser dito e dizer de forma clara.

Aproveite bem as orientações desse artigo. Se quiser saber mais, conheça os programas in company de capacitação e de monitoria da qualidade e o curso de comunicação com o cliente da Univoz. Com eles você aprenderá muito mais sobre a forma de se relacionar com seu cliente. Venha conhecer.