



## Atendimento de Excelência

Competências Empresariais - Marketing e Vendas

- **Nível:** Intermédio
  - **Duração:** 14h
- 

### Sobre o curso

No final da ação, os participantes deverão ser capazes de:

- Conhecer o ambiente das necessidades e desejos dos clientes;
  - Compreender a importância de um atendimento por excelência;
  - Aumentar os índices de satisfação (global e parcial por serviços e por clusters de clientes);
  - Focalizar no cliente e ter percepção das suas necessidades e dificuldades;
  - Melhorar a relação com o cliente, a comunicação verbal e a argumentação;
  - Utilizar métodos para o atendimento eficaz presencial, telefónico e utilizando os restantes canais de comunicação no interface com os diferentes clientes dos serviços.
- 

### Destinatários

Pessoas que exerçam, ou que esperem vir a exercer atividades profissionais que careçam de competências ao nível da venda e persuasão, nomeadamente na área comercial ou afins.

---

### Metodologia

O Curso assentará numa metodologia ativa e interativa baseada em oficinas práticas e exercícios. As atividades propostas para a ação incluem:

- Método ativo;
- Formação centrada no formando, promovendo a autoaprendizagem.
- Formação orientada para a prática de situações reais do quotidiano e dia-a-dia profissional utilizando role-plays, debates, e outros materiais que se verifiquem necessários que vão sendo devidamente integradas com breves enquadramentos teóricos sempre que seja necessário.
- Estratégia teórico-prática que conjuga simultaneamente os processos pedagógicos clássicos e

comprovados com as tendências mais recentemente desenvolvidas em formação profissional.

- Aplicação de técnicas ativas de formação, apoiadas por diversos suportes audiovisuais e instrumentos práticos, com vista à dinamização dos participantes e à aquisição do “saber-fazer”.
  - Fornecimento de documentação especializada relativa aos diversos conteúdos do programa.
- 

## Programa

- Enquadramento geral;
- A mudança serviço ao cliente;
- Tipos de clientes: motivações “racionais” e “emocionais”;
- O serviço ao cliente: a componente processual e humana;
- As fases do atendimento;
- As técnicas do atendimento;
- A importância do acolhimento como primeiro elemento de perceção de um atendimento de excelência;
- A comunicação – arquétipos e elementos do sistema;
- Principais barreiras à comunicação;
- A comunicação verbal e não-verbal;
- A informação de retorno: o feedback;
- O poder do comportamento no relacionamento interpessoal;
- Os estilos / atitudes de comunicação;
- Técnicas para o desenvolvimento de comportamentos assertivos;
- A reclamação como oportunidade;
- Regras de ouro na gestão de reclamações.
- Conclusões e encerramento da ação.

### **Enquadramento geral**

- Introdução e objetivos;
- Validação pelo formador das necessidades específicas dos formandos.

### **A mudança serviço ao cliente**

### **Tipos de clientes: motivações “racionais” e “emocionais”**

### **O serviço ao cliente: a componente processual e humana**

### **As fases do atendimento**

- Acolhimento;
- Exploração do pedido;
- Respostas ao pedido;

- Finalização do atendimento.

## **As técnicas do atendimento**

**A importância do acolhimento como primeiro elemento de percepção de um atendimento de excelência**

**A comunicação – arquétipos e elementos do sistema**

**Principais barreiras à comunicação**

**A comunicação verbal e não-verbal**

**A informação de retorno: o feedback**

**O poder do comportamento no relacionamento interpessoal**

**Os estilos / atitudes de comunicação**

**Técnicas para o desenvolvimento de comportamentos assertivos**

**A reclamação como oportunidade**

**Regras de ouro na gestão de reclamações**

**Conclusões e encerramento da ação**