Atendimento e Gestão de Reclamações

Negócio - Atendimento, Vendas e Negociação

Live Training (também disponível em presencial)

- **Localidade:**
- **Data:** 23 Mar 2027
- **Preço:** 670 € (Os valores apresentados não incluem IVA. Oferta de IVA a particulares e estudantes.)
- **Horário:** Tarde das 14h00 às 17h30
- **Nível:** Intermédio
- **Duração:** 14h

Sobre o curso

Num mercado competitivo, onde os produtos e serviços são facilmente replicáveis, a qualidade do atendimento ao cliente é um elemento diferenciador. A forma como uma empresa comunica, acolhe e responde às necessidades dos seus clientes tem um impacto direto na sua reputação, fidelização e resultados. Por outro lado, uma reclamação mal gerida pode comprometer anos de construção de marca – mas, se bem trabalhada, pode transformar um cliente insatisfeito num embaixador da marca.

Este curso foi desenhado para todos os profissionais que desejam prestar um atendimento de excelência, desenvolvendo uma postura proativa, empática e orientada para soluções. Para além de melhorar as competências de comunicação, os participantes irão aprender a transformar situações difíceis em oportunidades de melhoria e fidelização.

Destinatários

Profissionais que desempenham, ou pretendem vir a desempenhar, funções que envolvam contacto direto com clientes, nomeadamente em contextos de atendimento, venda ou negociação — especialmente nas áreas comercial, de serviços ou similares — e que queiram desenvolver competências para um relacionamento mais eficaz, empático e orientado para a satisfação do cliente.

Objetivos

No final da formação, os participantes serão capazes de:

- **Trabalhar no sentido de prestar um atendimento de excelência**, representando positivamente a imagem da organização em cada interação com o cliente;

- **Aplicar técnicas de comunicação positiva, assertiva e empática**, ajustando a abordagem às necessidades e expectativas do cliente;
- **Identificar sinais de insatisfação e responder de forma eficaz a reclamações**, transformando situações difíceis em oportunidades de fidelização;
- **Melhorar os níveis de satisfação do cliente**, tanto a nível global como por serviço ou segmento de clientes;
- **Analisar e interpretar comportamentos e necessidades dos clientes**, adaptando o discurso comercial e de apoio ao cliente;
- **Desenvolver competências de argumentação e relacionamento**, promovendo uma ligação mais sólida e duradoura com o cliente;

Metodologia

A formação terá uma abordagem participativa, promovendo a interação entre os participantes e a aplicação prática dos conceitos discutidos.

A metodologia combinará brainstorming com algumas dinâmicas/roleplays.

Programa

- Desenvolver uma proposta de valor através do atendimento;
- Comunicação com o cliente;
- Relação de alta qualidade com o cliente;
- Gestão de Reclamações;
- Plano de Melhoria Individual;

Desenvolver uma proposta de valor através do atendimento

- Conceito de atendimento e os diversos tipos de atendimento;
- Atendimento diferenciado, alinhado com a estratégia e imagem da empresa;
- Principais componentes da inteligência emocional para um atendimento eficaz (autoconsciência, consciência social, relacionamentos interpessoais, autocontrolo);
- Efeito das emoções nos pensamentos e comportamentos;
- Gestão eficiente do tempo de atendimento;
- Atendimento omnicanal;

Comunicação com o cliente

- A comunicação como um fator competitivo e diferenciador no atendimento;
- Atendimento inclusivo, envolvente e claro;
- Comunicação verbal e não verbal;
- A escuta ativa, compreendida e participativa;
- Atendimento personalizado tendo em conta as necessidades e perfil do cliente;
- A importância das perguntas eficazes;

Relação de alta qualidade com o cliente

- Porque é que as pessoas compram.
  Tipos de compradores;
- Construção de confiança; identificação das necessidades;apresentação de soluções; confirmação e obtenção de compromisso;
- Objeções;
- Antecipar o contacto e atendimento pós-venda;

Gestão de Reclamações

- Tendências atuais e desafios futuros;
- Causas de insatisfação e de reclamação;
- O impacto das reclamações no valor de marca;
- Da reclamação à fidelização – o tratamento das reclamações;
- Ferramentas para lidar com conflitos e reclamações;
- Análise preditiva na prevenção de reclamações;

Plano de Melhoria Individual