Cultura de Orientação para o Cliente

Negócio - Atendimento, Vendas e Negociação

Live Training (também disponível em presencial)

- **Localidade:**
- **Data:** 11 Oct 2027
- **Preço:** 660 € (Os valores apresentados não incluem IVA. Oferta de IVA a particulares e estudantes.)
- **Horário:** Tarde das 14h00 - 17h30
- **Nível:** Intermédio
- **Duração:** 14h

Sobre o curso

Os clientes esperam experiências cada vez mais personalizadas, rápidas e consistentes. Atualmente, não basta ter um bom produto ou serviço — é essencial construir uma cultura organizacional verdadeiramente orientada para o cliente. Essa cultura começa em cada colaborador e reflete-se em todas as interações, internas e externas, que definem a reputação e o sucesso da organização.

Este curso foi concebido para desenvolver atitudes e comportamentos que colocam o cliente no centro da atividade profissional, promovendo uma abordagem proativa, empática e focada em resultados. Ao longo da formação, os participantes irão explorar ferramentas práticas de comunicação, atendimento, gestão emocional e fidelização, aprendendo a surpreender positivamente o cliente e a transformar cada contacto numa oportunidade de criar valor. A cultura de orientação para o cliente começa dentro da organização — e este curso ajuda a consolidá-la de forma sustentável.

Destinatários

Este curso destina-se a profissionais de todas as áreas que interajam com clientes — externos ou internos — e que pretendam reforçar a sua capacidade de prestar um serviço de excelência, promovendo uma cultura colaborativa e orientada para resultados. Em particular, é indicado para:

- Colaboradores de atendimento ao público ou apoio ao cliente;
- Profissionais das áreas comercial, administrativa ou técnica com contacto direto com clientes;
- Equipas de backoffice que prestem suporte a equipas operacionais ou comerciais;
- Líderes de equipa e gestores que pretendam reforçar a orientação para o cliente nas suas unidades de trabalho;
- Qualquer profissional interessado em melhorar a sua comunicação, empatia, colaboração e capacidade de contribuir para uma experiência de cliente diferenciadora.

Objetivos

No final da formação, os participantes serão capazes de:

- **Demonstrar atitudes e comportamentos alinhados com uma cultura centrada no cliente**, promovendo um serviço de qualidade em todas as interações;
- **Prestar um atendimento diferenciado e personalizado**, adaptando a comunicação e o estilo de interação às necessidades específicas de cada cliente;
- **Adotar uma postura proativa e positiva**, antecipando necessidades e respondendo de forma eficaz a potenciais problemas;
- **Aplicar técnicas de escuta ativa, linguagem positiva e comunicação escrita eficaz**, para melhorar a clareza e o impacto da relação com o cliente;
- **Construir relações de confiança e fidelização**, identificando pontos de crescimento e oportunidades para surpreender o cliente;
- **Gerir emoções e adaptar a linguagem e postura em função do contexto**, mantendo uma atitude profissional e assertiva;
- **Reconhecer a importância do cliente interno**, colaborando de forma mais eficaz com colegas e equipas para alcançar os objetivos organizacionais;
- **Contribuir para os resultados da organização**, através de ações individuais orientadas para a satisfação e lealdade do cliente.

Metodologia

O curso assentará numa metodologia ativa e interativa baseada em oficinas práticas e exercícios

---

Programa

- O Cliente
- Relação com o Cliente
- Do Trabalho Individual aos resultados da organização
- Relações duradouras
- A comunicação escrita
- O Cliente Interno

O Cliente

- Compreende a importância do cliente;
- Caraterizar os determinantes da relação com os clientes;
- O papel do cliente no sucesso objetivo da empresa.

Relação com o Cliente

- Fatores que afetam a linguagem e o comportamento;
- Linguagem positiva;
- Posturas corporais assertivas, agressivas e passivas;
- Identificar pontos de crescimento na relação com os clientes;
- Gerir emoções com o cliente;
- Comunicar com o cliente;
- Gerir a venda com valor acrescentado;
- Técnicas de venda personalizada.

Do Trabalho Individual aos resultados da organização

- A identificação das expectativas/necessidades do cliente;
- Escutar e definir os requisitos para assegurar uma resposta de qualidade;
- Conhecer o cliente para o servir melhor.

Relações duradouras

- Surpreender e diferenciar para fidelizar;
- A filosofia fish aplicada à relação com o cliente.

A comunicação escrita

- Os diversos tipos e respetiva importância;
- O que nunca escrever;
- Poder de síntese;
- Coerência sequencial.

O Cliente Interno

- Compreende a importância do cliente interno;
- O papel do cliente interno no sucesso e objetivo da empresa.