

RECLAMAÇÕES

Porque é que o cliente não fica satisfeito?

A maioria das reclamações, as que indicam factos concretos e quantificáveis, referem-se a queixas generalizadas de:

- Falta de cortesia,
- Trato displicente;
- Desconhecimento do seu hotel;
- Desconhecimento das suas funções;
- Falta de informação;
- Esperas impertinentes;
- Lentidão na facturação;

Em fim, é todo um conjunto de atitudes, reveladores de falta de assertividade ou conduta inadequada no atendimento ao público, evidenciando.

A **IMAGEM DA EMPRESA**, é valorizada cada vez mais pela qualidade do serviço prestado, é um factor decisivo e, quanto mais se conseguir diferencia-la positivamente de outras imagens competitivas, melhores serão os resultados. Por essa razão, cada dia se dá maior importância às atitudes correctas no trato com as pessoas fundamentalmente no que se refere a:

- Acolhimento e tratamento aos clientes ou potenciais clientes – Aspectos humanos;
- Ambiente, decoração, limpeza, restauração, conforto;
- Qualidade na prestação dos próprios serviços – Aspectos administrativos, comerciais ou técnicos.

Tudo isto tem uma enorme importância na configuração da **IMAGEM DA EMPRESA** que, num sentido ou noutro, se formará no mundo do Cliente.

Saber prestar um serviço de qualidade, requer um esforço contínuo que permita adequar o nosso desempenho ao bem estar do cliente e para isso é necessário:

Personalizar o serviço com

Entusiasmos e Simpatia

Sorrir e ser Cortês

COMO TRATAR UM CLIENTE QUE RECLAMA

A RECLAMAÇÃO deve ser vista como uma OPORTUNIDADE e não como um PROBLEMA. Pois um cliente está a comunicar a sua insatisfação e é necessário agarrar essa oportunidade para o satisfazer.

Um cliente que reclama está chateado, por isso é necessário ter em conta diversos procedimentos para que a situação se acalme e o final seja positivo para ambas as partes., que são:

- ✓ Escutar atentamente os factos que ele lhe conta;
- ✓ Não procurar justificar-se de imediato;
- ✓ Deixar o cliente desabafar todo o seu desentendimento;
- ✓ Colocar-se no lugar do cliente para ver as coisas do ponto de vista dele e não do se próprio;
- ✓ Repetir o que foi dito para se certificar da ocorrência, por palavras suas;
- ✓ Analisar os factos de forma objectiva, colocando-se no lugar dele e ver o problema no ponto de vista dele e não o seu;
- ✓ Apresentar desculpas, adoptando uma linguagem de acção e não uma linguagem “piedosa”;
- ✓ Ajudar o cliente dentro das possibilidades de cada um, mas é necessário ter cuidado na forma de como se explica o procedimento a seguir;
- ✓ Dirija o cliente para outro serviço se for o caso, mas é necessário indicar o nome e a função da pessoa que o vai ajudar;
- ✓ Caso prometa alguma informação para o cliente, é necessário criar critérios de controlo para poder dar *feedback* ao cliente;

- ✓ Dar seguimento ao assunto, informando o seu cliente verbalmente, por meio de uma carta ou de um telefonema, do desenvolvimento do assunto. Não há nada pior que o silêncio, pois pode incutir no cliente a sensação de desprezo pelo seu problema;

Se a empresa errou, apresente as suas desculpas e refira o que esteve na origem do problema. Se for possível efectuar a reparação do erro cometido, execute-o imediatamente. Se não, demonstre a sua boa vontade iniciando o processo de correcção ainda debaixo dos seus olhares.

Se tiver sido o cliente que se enganou, apresente as suas desculpas. Não o iniba de apresentar as reclamações que ele entender. Nas suas respostas, acrescente um toque pessoal. **Nunca se sai vencedor de uma discussão com um cliente.**

Poderá sempre suscitar simpatia ao seu cliente se considerar cada reclamação como uma oportunidade de o conservar como cliente, de melhorar o serviço prestado e ... de fazer um novo amigo.

ENFRENTAR RECLAMAÇÕES

Saber escutar exige uma disciplina constante. Sempre que um cliente fala, sem o saber ele está a enviar-lhe sinais de alarme, por isso deixe-o falar sem o interromper.

Assim, que ele tiver dito tudo, pode-se começar a tentar ajudá-lo. Trata-se, nesta altura, de tomar parte na conversa de modo a favorecer e canalizar o fluxo de palavras. Pode-se intervir usando frases do género:

- ✓ Tente desviar o cliente do balcão da Recepção par outra área pública e convide-o a sentar-se, pois assim há menos probabilidade de ele gritar;
- ✓ Ouça dando amostras de que o está a ouvir: “Não tenho bem a certeza de o ter compreendido. Importa-se de explicar novamente?”
- ✓ Vejo que é um assunto importante.
- ✓ Poder-me ia dar um exemplo?
- ✓ Agora parece que já compreendi aquilo que me queria dizer.
- ✓ Analisemos, em conjunto, as possibilidades de resolução.

Deste modo, há mais hipóteses de sermos considerados um aliado do Cliente e fazer com que ele sinta, que será mais positivo ele cooperar do que entrar em discussão. Esta abordagem, baseada no apoio e aceitação mútuas, dá bons resultados em matéria de relacionamento com as pessoas.

Não é inundando o cliente de raciocínios lógicos, palavras ou argumentos que o persuadimos. Os comentários, ou os sinais de concordância são mais susceptíveis de orientar a discussão para uma solução construtiva que será vantajosa para todos.

Aprovar o cliente, empregar gestos positivos para o reconfortar e recompensar é o melhor meio de focalizar a sua atenção sobre os modos de resolver o conflito em vez de o focar sobre os pormenores aborrecidos.

O QUE NUNCA SE DEVE FAZER QUANDO SE LIDA COM UMA RECLAMAÇÃO.

- ✓ Pedir desculpas, sem saber se o hotel tem culpa;
- ✓ Discutir sobre quem tem ou não razão;
- ✓ Levar a reclamação para o campo pessoal;
- ✓ Fazer juízos sociais

OS PASSOS A SEGUIR DEPOIS DE ESCUTAR O CLIENTE

1. Não incrimine ninguém e não assine a culpa;
2. Deixe que os colaboradores encontrem a solução;
3. Os vários departamentos do hotel têm de trabalhar em equipa e interligados para chegarem a uma conclusão;

As pesquisas revelam que cada cliente descontente conta a umas onze a treze pessoas aquilo que sente, enquanto que o cliente satisfeito só diz a três pessoas.

Um cliente silencioso nunca mais volta

TOMAR UMA POSIÇÃO PERANTE O RESULTADO DA INVESTIGAÇÃO

1. O cliente é simpático e tem razão

Então deve apresentar as suas desculpas e dê-lhe uma indemnização superior à que seria justa.

Ofereça-lhe um presente e certifique-se que aceitou as desculpas e vai voltar novamente.

2. O cliente é simpático mas não tem razão

Pense que todos se podem enganar e explique-lhe pacientemente que é preciso provar a sua boa fé.

Tente conquistá-lo.

3. O cliente é antipático mas tem razão

Dê-lhe tudo o que tem direito, mas nada mais que isso.

Só tem de provar a sua integridade

4. O cliente é antipático mas não tem razão

Convide-o a sair, pois é um cliente que não interessa e possivelmente irá incentivar outros clientes a reclamar. Não tenha pena de o perder.