

O cliente reclamou? ainda bem!

escrito por Ana Miranda | 30 de janeiro de 2015



Quase ninguém gosta de ouvir reclamação. Mesmo quando a crítica é construtiva, é difícil encará-la como algo proveitoso e positivo. No mundo corporativo, quando se fala em atendimento ao cliente e prestação de serviços, ouvir reclamações é algo relativamente comum, mas a forma de receber e dar tratamento às queixas é que pode fazer toda a diferença para a organização.

Pense bem: o que você tem a ganhar enfrentando um cliente insatisfeito ou sendo indiferente à sua queixa? Há pelo menos três aspectos altamente benéficos em uma reclamação:

1) Quando um cliente diz para a empresa com a qual mantém uma relação comercial que está insatisfeito com um determinado produto ou serviço prestado, significa simplesmente que ele deseja fazer alguns ajustes nesse relacionamento. É como um casamento: quando um reclama do outro é porque existe sentimento suficiente para se resgatar e manter a relação.

Muito pior seria se o cliente tratasse a empresa com indiferença. Quando um cliente está incomodado, mas não fala nada, no momento em que menos se espera ele migra, espontaneamente e quietinho, para a concorrência. Ainda

fazendo analogia ao casamento, uma reclamação é um sinal de alerta importante para ambos repensarem o relacionamento. Portanto, na maioria das vezes, não há motivo para se ofender com uma crítica. Ela pode ser um instrumento excelente para aperfeiçoamento pessoal e profissional.

2) Outro aspecto positivo é que a reclamação de um cliente pode servir como consultoria, ainda que involuntária, para a empresa. Na maioria das vezes, ele mostra, de maneira inequívoca, sincera e gratuita, uma série de erros que ela vem cometendo, sem ao menos se dar conta. Uma consultoria, aliás, cobra caro para dar os mesmos conselhos que o cliente pode dar.

3) Caso a empresa não possa atender ao pedido do cliente, que pelo menos lhe dê atenção, garantindo que ele seja ouvido. Tanto quanto obter soluções, as pessoas desejam ser ouvidas e seus pontos de vista respeitados. Saber ouvir é algo que não implica custo financeiro para a organização, mas ainda assim é uma qualidade muito desejada num profissional, independentemente do setor em que atua.

Portanto, ao ouvir uma crítica, procure todos os aspectos positivos que ela pode trazer. Se você conseguir focar apenas neles, evitando a tendência natural de confrontar o cliente ou esquivar-se do problema, todos saem ganhando – o cliente é ouvido, a empresa consegue retê-lo e o profissional aprende que, com flexibilidade e jogo de cintura, pode transformar um problema em aprendizado, fidelização e melhores resultados.

Muito longe de ser um inimigo, um cliente insatisfeito pode ser fonte de informações valiosas para a melhoria no atendimento e na gestão da empresa.

Fonte: Sbcc