

## O serviço Pós Venda como um diferencial

Manter um bom cliente hoje exige muito jogo de cintura. A qualidade e o cumprimento de prazos deixaram de ser os diferenciais de concorrência. A redução da diferenciação entre os produtos fez com que hoje as empresas procurassem uma nova forma de comunicar sua marca e seu produto. É aceitar ou estar fora do mercado - e pior, fora da preferência do consumidor.

Como fazer então para se manter competitiva com tanta empresa boa como sua concorrente?

Uma das armas de diferenciação mais fortes hoje do mercado é o pós-venda, que deve ser encarado com seriedade porque, cada vez mais, o serviço é um elemento de fidelização dos clientes e certamente os impede de comparar seu serviço ao de outra empresa.

**“Nunca foi tão importante manter um bom relacionamento com os clientes como agora”**

### **A chave do negócio.**

Manter um bom relacionamento com os clientes (atuais e prospects) é, hoje em dia, um fundamento básico no mundo dos negócios. É através da manutenção de uma carteira de clientes fiéis que uma empresa pode minimizar a dependência de tentar conquistar continuamente novos clientes, numa frenética luta com um número gigantesco de concorrentes, e cada vez mais capacitados.

Esta acirrada perseguição a novos clientes tem aumentado dramaticamente os custos de marketing e, por esta razão, seguidamente ouvimos falar que manter os clientes conquistados sai mais barato do que atrair clientes novos. Fazer ações estratégicas de marketing direto ou retenção para quem realmente tem interesse e faz parte de seu mercado já atendido é muito mais rentável para as empresas do que buscar clientes aleatórios através de propaganda em massa.

### **O que o cliente busca?**

O cliente hoje não busca mais aquela empresa que faz o melhor trabalho da região, ela busca a empresa que entrega junto ao serviço solicitado um brinde chamado satisfação. Dessa forma, os clientes esperam que o serviço pós-venda seja um atributo do produto tanto quanto a qualidade, o design, seu rendimento e o preço.

A satisfação que um produto proporciona não é relacionada apenas ao produto em si, mas também ao pacote de serviços que o acompanha. A função do pós-venda é garantir esta satisfação, ajudando a fidelizar o cliente e divulgar a boa reputação da empresa, também para outros possíveis compradores. Essa é a alma da boa venda, do bom atendimento.

## **Como realizar o pós-venda?**

Diversas formas de pós-venda podem ser adotadas dependendo da necessidade de seu cliente e do produto/serviço oferecido pela sua empresa. Grandes empresas que comercializam seus produtos em nível nacional utilizam-se de diversas formas de atendimento ao cliente, mas a principal ferramenta é a terceirização de centrais de telemarketing. Neste serviço, o cliente entra em contato através de um número de discagem gratuita (0800) e o atendimento presta as informações solicitadas.

Portais de auto-atendimento no próprio site da empresa na internet também são boas ferramentas de relacionamento com o cliente e não está restrita às empresas de grande ou pequeno porte. A vantagem é o baixo custo e a eficácia. Quando a venda é realizada através de representantes o contato pessoal é fundamental, nesse caso o pós-venda pode ser realizado a cada nova visita, ou mesmo com o envio de material promocional e mala-direta, o que sempre enaltece o cliente.

## **Dicas para encantar seu cliente com ações de pós-venda**

Para se diferenciar de seus concorrentes, a empresa pode fazer uma série de ações para melhorar o relacionamento com seu cliente. Em alguns casos, para empresas de grande porte, sugere-se a criação de um departamento exclusivo para acompanhamento de clientes no período pós-venda.

Confira algumas dicas de como fazer com que seu cliente sinta cada vez mais segurança de ter comprado de sua empresa e que sempre solicite seus serviços.

\* Ofereça a maior vantagem possível em relação a custo x benefício. Os clientes, cada vez mais, querem fazer valer o dinheiro que empregaram. Criar valor para o cliente significa garantir sua satisfação, e garantir a satisfação do cliente é o mesmo que evitar problemas e conquistar um cliente fiel.

A disponibilização de profissionais para o pós-venda é essencial. Realize treinamentos constantes tanto com a equipe de vendas quanto com o atendimento aos clientes.

Ofereça sempre o melhor apoio pós-venda para seus clientes. Isso impede que eles comparem o serviço prestado pela sua empresa com o da concorrência. Em muitos casos, uma má assistência pós-venda frente a uma boa propaganda da concorrência acaba fazendo o cliente optar por trocar de fornecedor;

Mantenha o cadastro de clientes sempre atualizado. Quando a empresa toma a iniciativa de entrar em contato com o cliente, ele se sente especial e aumenta o nível de satisfação com a empresa e o serviço. Costuma-se enviar catálogos de ofertas e malas-diretas neste caso.

# Como fazer um pós-venda eficiente?

Pergunta ambiciosa para respondermos, não? É importante contextualizar que, dependendo do porte de sua empresa, o pós-venda pode ser executado tanto pela equipe de vendas que fechou o negócio, quanto por uma estrutura separada, uma equipe especializada em atender o novo cliente.

Nesse contexto, fica clara a importância da comunicação em ambos os casos:

No primeiro caso, um vendedor que continua prospectando, visitando clientes, fazendo telefonemas, preparando propostas e apresentações precisa ter todos os dados dos clientes bem organizados, históricos atualizados, visão do funil de vendas e outras informações à mão, para conseguir realizar essas duas tarefas sem se complicar.

Portanto, não haverá como fazer um pós-venda eficiente sem contar com um sistema de dados estruturado e completo, uma ferramenta de gestão comercial que ajude, inclusive, a manter o follow-up em dia.

No segundo, como se tratam de equipes separadas, uma focada em ações de pós-venda e a outra em vendas, é fundamental que os dois times se comuniquem de forma ágil, trocando informações atualizadas e em tempo real, algo que um bom sistema de CRM pode proporcionar.

Dessa forma, preparamos uma lista com dicas de como fazer um pós-venda eficiente, levando em conta um bom acesso à informação.

## 10 ações de pós-venda que funcionam:

1. Cumpra com o que prometeu
2. O cliente merece o melhor
3. Não passe o problema para frente
4. Se interesse pelo seu cliente
5. Esteja sempre um passo à frente
6. O cliente nem sempre tem razão
7. O cliente merece o melhor (de novo)
8. Nunca esteja ocupado demais para seu cliente
9. Nem sempre o cliente está errado
10. Funcionários também são clientes