

COM O APOIO:



## TEMA 4

# GESTÃO DE CLIENTES

O que seria de uma oficina de automóveis sem clientes? Já pensou bem nisto? A razão de existir de qualquer oficina é a de ganhar dinheiro. Aliás, é a razão de existir de qualquer empresa e de uma oficina de automóveis não é diferente. Mas para poder ganhar dinheiro tem que ter clientes que paguem pelas reparações e manutenções e mais poderão pagar quanto melhor for a qualidade do serviço e a excelência do atendimento. Como já se dis-

se neste especial "GESTÃO OFICIAL" o negócio oficial é um negócio que vive da confiança que o cliente tem na oficina para poder efetuar com qualidade a reparação e manutenção do seu automóvel, a um preço justo e dentro do prazo acordado. Para captar novos clientes ou para fidelizar os atuais é preciso que a oficina saiba fazer uma correta GESTÃO DE CLIENTES não só quando o cliente traz o carro à oficina, mas também antes desse momento, durante a operação de manutenção e após o cliente

sair da oficina com o seu veículo reparado. Durante todo este processo, que pode levar dias, semanas, meses e anos, o cliente deixa um "rasto" que as oficinas têm que aproveitar ao máximo para não só captar a sua atenção, como para o fidelizar e fazer com que ele volte mais vezes no futuro. As sugestões que lhe vamos deixar, poderão ajudar a trazer mais serviço à oficina e com isso mais dinheiro para a sua organização, que no fundo é aquilo que todos pretendemos. ●



## 1 DEFINA UMA ESTRATÉGIA DE GESTÃO DE CLIENTES

Pode parecer absurdo que uma oficina deva ter uma estratégia de gestão de cliente, mas não é. Nem todos os clientes podem ser clientes da sua oficina, pois algumas das necessidades desses clientes, a oficina pode não ter meios de efetuar determinados serviços. Existem oficinas que definiram os clientes pela tipologia de serviço que efetuam, como é o caso das oficinas de serviços rápidos. Se essas oficinas apenas efetuam serviços rápidos, e o cliente precisa de uma reparação de motor, en-

tão esse cliente não deve ser atraído para vir a essa oficina. Tem-se notado muito no mercado, que algumas oficinas definem os seus clientes alvo pela especialização no serviço apenas a uma marca de automóveis.

## 2 TENHA UMA BASE DE DADOS ATUALIZADA DOS CLIENTES

Diz-se cada vez mais que os “dados” são o ouro do futuro. Ter uma base de dados atualizada dos seus clientes é importantíssimo para se poder relacionar com ele antes, durante e depois de cada intervenção que faça ao carro do seu clientes. E uma base de dados atualizada não deve ter apenas os contatos do cliente e o histórico de intervenções efetuadas no carro, mas sim outro tipo de dados que lhe permitam conhecer melhor o cliente e relacionar com ele no presente e no futuro através de telefone, por email, por whatsapp, vídeo, etc. Nestes dados deve existir informação sobre futuras intervenções que não foram realizadas agora, mas que terão que ser num futuro breve, bastando para isso ver o desgaste dos pneus ou das pastilhas, ou quando o carro terá que ir à inspeção, etc.

## 3 UTILIZE UM BOM SOFTWARE DE GESTÃO DE OFICINA

Não basta a uma oficina ter um software que passe umas faturas. Atualmente um bom software de gestão, que nem é caro, permite-lhe gerir de forma profissional a base de dados dos clientes e daí retirar muita informação que é útil para se relacionar com o cliente antes, durante e depois da operação de manutenção e reparação do automóvel. As ferramentas digitais que estão disponíveis para efetuar a gestão de clientes trazem-lhe imensas possibilidades para garantir que o cliente volte de novo à sua oficina.

## 4 ATENDIMENTO PERSONALIZADO

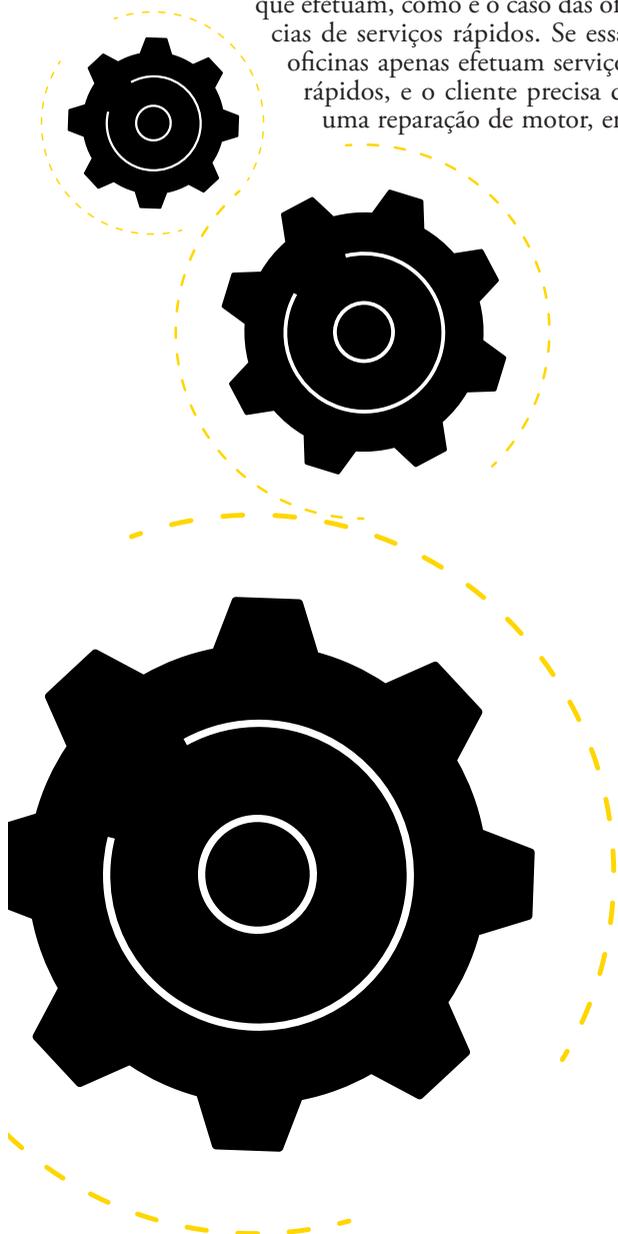
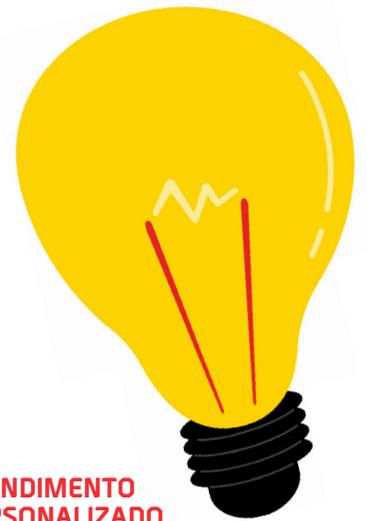
Trabalhar com clientes não é uma ciência oculta. Nem sequer todos os clientes são iguais. Cada cliente é um cliente e deve ser tratado como tal, isto, não existe uma segunda oportunidade para criar uma primeira boa impressão. Por isso, é fundamental, logo desde o primeiro contato com o cliente que ele fique surpreendido pela qualidade do atendimento, ou melhor, pelo profissionalismo do atendimento. A partir desse momento toda a relação com o cliente sairá fortalecida e permitirá gerar maior confiança.

## 5 INVISTA EM FORMAÇÃO DA EQUIPA

Todos os membros da sua equipa devem estar preparados para lidar com os clientes, oferecendo um atendimento de qualidade e soluções eficientes para os problemas. Existem muitos cursos ao nível da formação não técnica que ensinam tudo sobre atendimento ao cliente, quer no momento da receção do veículo, quer durante a operação de manutenção ou reparação, quer no importante momento de entrega do veículo. Contudo, não esqueça que ser simpático é logo meio caminho andado!!!

## 6 CRIE UMA POLÍTICA DE FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES

Tão ou mais importante que conquistar um cliente é fidelizar os atuais. A



COM O APOIO:



melhor ferramenta de fidelização que existe é a real qualidade do serviço. Mas existem muitas outras que deve e pode trabalhar para fazer com que os seus seus cliente regressem mais vezes e, possa também, passar a palavra a outros novos clientes. Algumas dessas políticas de fidelização têm a ver com descontos no serviço ou nas peças, a oferta de um brinde, campanhas de serviço em épocas distintas dirigidas a clientes da oficina, campanhas de produtos, facilidades de pagamento, entre outros. A organização das base de dados, como já foi aqui escrito, são fundamentais para desenvolver uma boa estratégia de fidelização.

## 7 DISPONIBILIZE CANAIS DE ATENDIMENTO VARIADOS

O atendimento presencial na oficina sempre foi uma das formas mais importantes de gerir a relação com o cliente. Com as novas tecnologias, atualmente uma oficina tem ao seu dispor uma série de ferramentas diretas e indiretas para se relacionar com o cliente. Para além do “óbvio” telefone, pode e deve usar os SMS (em campanhas), o messenger, o email, o WhatsApp e mesmo as redes sociais (desde que bem usadas). Estas ferramentas são muito eficazes para manter uma comunicação eficiente com o seu cliente através do envio de lembretes de serviços agendados, mensagens de agradecimento e feedbacks, apresentação de novidades e promoções da oficina.

## 8 MEDIR A SATISFAÇÃO DO CLIENTE

Para uma boa relação com o cliente é muito importante medir o seu grau de satisfação com a oficina ou com o serviço que lhe foi prestado. Ao medir esses dados está também medir a qualidade do seu serviço e até dos seus profissionais. No dia se-

guinte ao cliente sair com o seu carro da oficina deverá ligar-lhe, por telefone, e perguntar-lhe se está tudo conforme a sua expectativa. Isto é mesmo muito importante.

Poderá também enviar-lhe um link, através de email, SMS ou outra forma, pedindo-lhe para ele avaliar (de acordo com um simples questionário) a qualidade do serviço. Por certo que o cliente fica satisfeito, mas também para a oficina é um oportunidade para identificar melhorias na sua prestação de serviço.

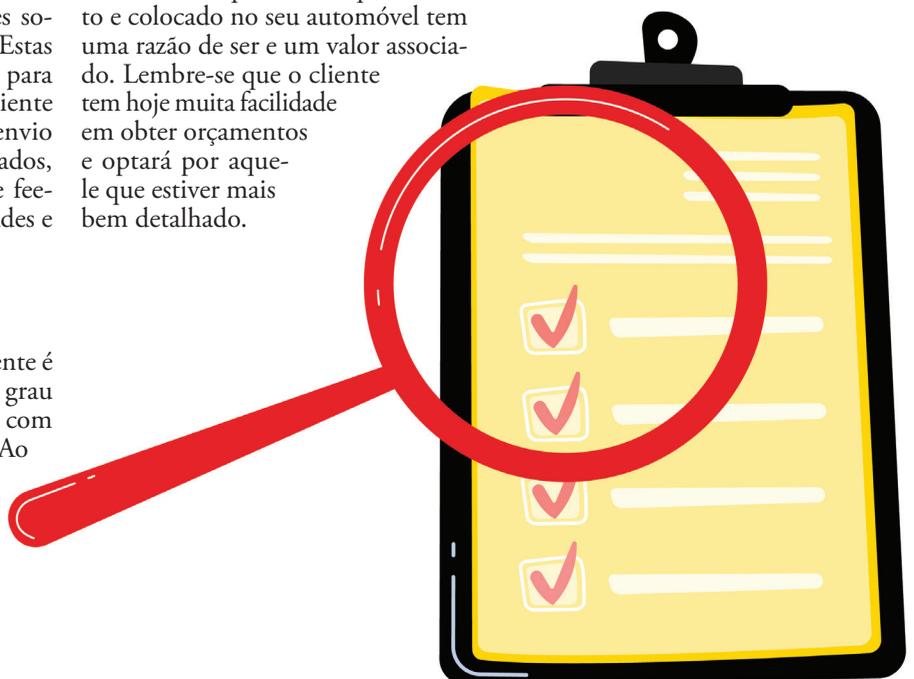
## 9 TRANSPARÊNCIA NA COMUNICAÇÃO DO PREÇO

Evite sempre surpresas desagradáveis para os clientes, mantenha os preços transparentes e explique detalhadamente o valor de cada serviço. Uma das situações que mais pode “minar” a relação com o cliente, não é propriamente o preço, mas sim se ele não tiver a certeza exata daquilo que está de facto a pagar. No momento de pagar e de entregar o carro ao cliente a fatura deve ser muito bem explicada até como forma de garantir ao cliente que tudo o que foi feito e colocado no seu automóvel tem uma razão de ser e um valor associado. Lembre-se que o cliente tem hoje muita facilidade em obter orçamentos e optará por aquele que estiver mais bem detalhado.

## 10 OFEREÇA GARANTIAS

O cliente depois de pagar valoriza muito o facto de saber que parte daquilo que foi feito no seu carro pode ter garantia. Explique sempre ao seu cliente que as peças estão cobertas por uma garantia assim como o serviço. Esta é uma boa forma de aumentar a confiança dos clientes na oficina:

- Ofereça garantias e seguros para os serviços prestados, aumentando a confiança dos clientes na oficina.
- Tenha uma boa relação com fornecedores: mantenha uma boa relação com os fornecedores de peças e equipamentos, garantindo a qualidade e a disponibilidade dos produtos.
- Promova ações de marketing: invista em campanhas de marketing para atrair novos clientes e fidelizar os antigos.
- Tenha um sistema de agendamento eficiente: facilite o processo de agendamento de serviços, oferecendo opções online ou por telefone.



# 25 NOTAS A NÃO ESQUECER NA GESTÃO DO CLIENTE

- 1.** Conheça bem seus clientes, suas necessidades e expectativas;
- 2.** Invista num bom sistema de gestão de clientes;
- 3.** Mantenha uma base de dados atualizada com informações dos clientes;
- 4.** Analise o histórico de serviços e compras dos clientes;
- 5.** Crie programas de fidelização e recompensas para os clientes;
- 6.** Ofereça serviços adicionais;
- 7.** Ofereça um atendimento personalizado e cordial;
- 8.** Treine a sua equipa para lidar com diferentes tipos de clientes;
- 9.** Invista em tecnologia para melhorar a experiência do cliente;
- 10.** Faça a monitorização da satisfação do cliente com frequência;
- 11.** Responda rapidamente às dúvidas e reclamações dos clientes;
- 12.** Esteja aberto a sugestões e feedback dos clientes;
- 13.** Ofereça garantia nos serviços prestados;
- 14.** Tenha uma política clara de preços e formas de pagamento;
- 15.** Disponibilize informações sobre os serviços e produtos oferecidos;
- 16.** Mantenha um canal de comunicação eficiente com os clientes;
- 17.** Use as redes sociais para comunicar com os clientes;
- 18.** Realize pesquisas de satisfação e avaliação dos serviços;
- 19.** Ofereça descontos e promoções exclusivas para os clientes;
- 20.** Mantenha a oficina organizada e limpa;
- 21.** Tenha uma equipa capacitada e bem formada;
- 22.** Ofereça serviços de qualidade e com rapidez.
- 23.** Tenha um espaço confortável para os clientes aguardarem.
- 24.** Ofereça serviços de agendamento online.
- 25.** Esteja sempre em busca de melhorias e inovações.





ENGINEERED  
FOR EXCITEMENT



**PROXES  
Sport 2**

[www.toyotires.pt](http://www.toyotires.pt)

**TOYO TIRES**

**DISPNAL**  
DISTRIBUIÇÃO DE PNEUS



[www.dispnal.pt](http://www.dispnal.pt)

+351 255 617 480

(chamada para a rede fixa nacional)

@callcenter@dispnal.pt