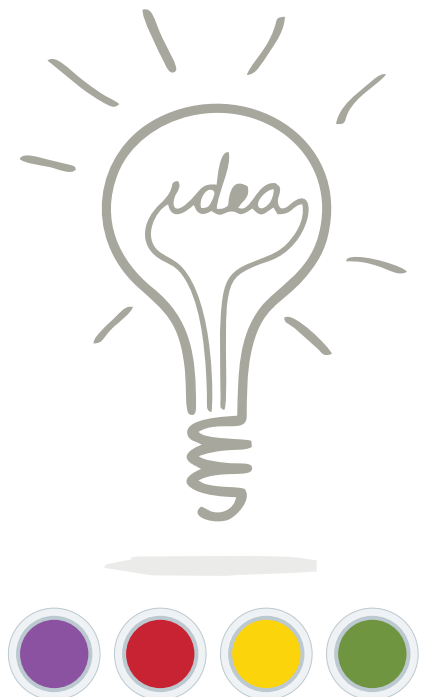
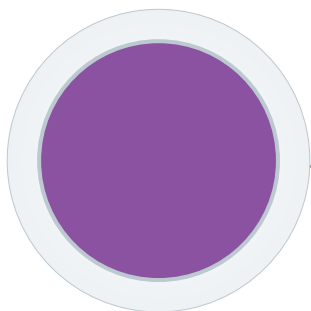


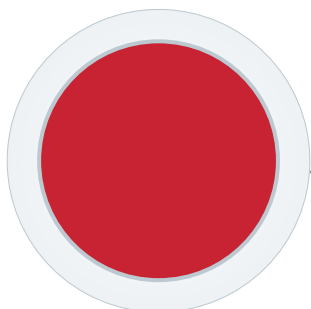
Ideias de lojas com alto Engajamento do Cliente



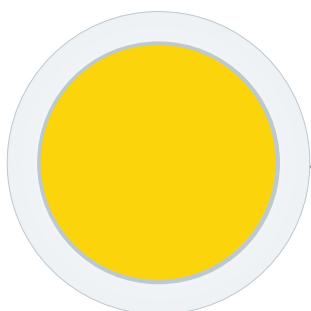
**Este material faz parte do
treinamento sobre Engajamento do
Cliente da Ford**



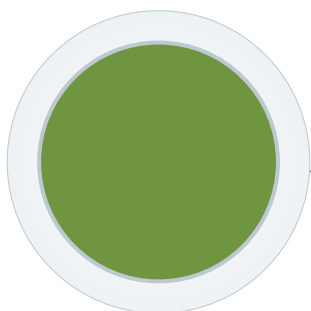
Relacionamento



Respeito

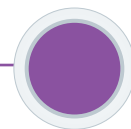


Confiança



Controle

Etapa 1 - Relacionamento



Trate o Cliente como se fosse
um convidado em sua casa.



- Cumprimente o Cliente com um **aperto de mão** assim que chegar em sua loja;
- Assegure-se que sua **linguagem corporal** e **palavras** demonstrem que você está verdadeiramente feliz em vê-lo;
- O **dono** ou **gerentes** devem **ocupar um tempo para conhecer seus Clientes** e conversar brevemente com eles;
- **Agradeça** ao Cliente por vir até sua loja;
- Enquanto recebe o Cliente em sua ala de serviço, **pergunte como ele está**, não somente sobre o carro;
- Mostre que **se lembra do histórico** de serviços de seu carro;
- Todos os empregados da loja devem **cumprimentar** os Clientes sempre que o verem;
- Pergunte se o Cliente **precisa** de alguma coisa;
- Pare para **conversar** por um minuto, se possível.



Conheça cada Cliente como um indivíduo e **permita que ele também te conheça.**



- Use **palavras e sinais** (ex.: sorriso, contato visual) que demonstrem ao Cliente que você é **acessível e amigável**;
- Diga a novos Clientes que gostaria de **saber mais** sobre eles;
- Encontre **itens em comum** antes de iniciar o processo de venda ou serviço:
 - Observe os itens pessoais do Cliente (ex.: decalques no veículo, vestuário) que revelará seus interesses.
 - Faça perguntas sobre sua família, interesses e atividades.
 - Fale sobre sua própria família e interesses.
- **Personalize seu espaço de trabalho** – fotos de família, lembranças e itens que demonstrem seus interesses:
 - Isto dá aos Clientes a chance de aprenderem mais sobre você e pode ajudá-los a começar uma conversa.
- **Humanize sua loja** – fale ao Cliente sobre a filosofia da empresa, sobre como é um ótimo local para trabalhar, ou converse sobre sua história, tradições e empregados;
- **Modifique gentilmente o processo de avaliação de necessidades** focando-se no que tem em comum com seu Cliente, perguntando sobre seu estilo de vida, e descobrindo como utilizará o veículo;
- Faça com que **habilidades de interação pessoal fortes** sejam critério chave para contratações;
- Compartilhe ideias nas reuniões da equipe sobre **formas que construir relacionamentos pessoais com os clientes**;
- Mostre os **nomes de Clientes agendados** no Quadro de Boas Vindas;



- **Identifique cada Cliente quando chegar** (ex.: pela placa do carro) e esteja preparado para recebê-lo;
- Certifique-se que **seja avisado quando seu Cliente chega** para poder cumprimentá-lo;
- Introduza os Clientes de vendas ao **departamento de serviço** e permita que se aproximem de seu Consultor Técnico;
- Marque seu Cliente para trabalhar **diretamente com você** em toda visita;
- Identifique o **ponto de contato designado de cada Cliente**, assim você pode facilmente direcioná-lo à pessoa certa se chegarem sem agendamento;
- Periodicamente **grave as informações de contato do Cliente**, preferências, histórico de vendas/serviço para futura referência;
- Dê aos Clientes seu número direto de telefone.



Demonstre **apreço genuíno.**



- Durante a entrega do novo veículo ou leva-e-traz de serviço, **agradeça seu Cliente pela preferência** e reafirme seu desejo de criar um **relacionamento de longo prazo** com ele;
- **Ligue ou envie uma nota pessoal de agradecimento** – um “Obrigada” pessoal do dono ou gerente geral é extremamente impactante;
- **Agradeça ao Cliente** pela oportunidade de sua preferência comprando ou não o veículo;
- **Presenteie Clientes fiéis** lhes oferecendo incentivos e ofertas especiais, financiamento reduzido, etc.

Mantenha **contato.**



- Passe pela oficina de serviço ou sala de espera para **dizer “oi” quando seu Cliente chegar** – ou preferencialmente, fique e converse;
- Quando visitar seu Cliente durante a manutenção, **mostre que está interessado nele** perguntando sobre familiares pelo nome, e sobre como ele e o carro estão;
- Em algumas lojas, **é melhor para o vendedor ser o principal contato para o Cliente de manutenção**: agendando seu serviço, encontrando-o quando chega, e pessoalmente os levando até a recepção.

Vá além do esperado.

- **Esperare o tempo que seu Cliente precisar** para que ele olhe com mais atenção para cada veículo potencial no lote;
- **Localize veículos de interesse** se não estiverem no inventário de sua loja;
- Monitore ativamente a **disponibilidade de um veículo** que está em alta demanda ou não é tão requisitado.



Trabalhe como um time com seu Cliente.

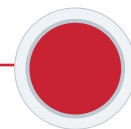
- Comente com o Cliente sobre a **parceria com o time de vendas/manutenção** para cuidar de suas necessidades;
- Trabalhe em conjunto para ajudar Clientes a fazerem a **transição entre vendas e manutenção**;
- **Apresente Clientes a outros empregados envolvidos em sua visita** para que possam “ver” o time:
 - Exemplo: Quando está falando sobre reparos, mencione o técnico pelo nome e explique seu cargo.
 - Comunique ao time as necessidades e pedidos do Cliente para que ele não tenha que se repetir.



- Exemplo: Revise necessidades e preocupações do Cliente com Gerente de Finanças.
- Quando passar Clientes a outros empregados, explique porque isto lhes servirá melhor, para que não pensem que está simplesmente passando-os para outra pessoa.
- Faça um follow-up com empregados de outros departamentos para se **assegurar de que estejam cuidando das necessidades do Cliente**;
- Informe ao Cliente quem ele deve contatar se você não estiver disponível, e explique que deu as informações necessárias à pessoa.



Etapa 2 - Respeito



Trate cada Cliente **como um indivíduo com necessidades únicas.**



- **Permita que Clientes lhe digam quanto eles podem pagar:**
 - Evite prejudicar um Cliente por veículos específicos ou perguntar qual é seu orçamento.
- Perceba que o Cliente **fica ofendido** quando perguntado se pode tomar a decisão sem consultar seu cônjuge;
- Faça **perguntas-chave** e ouça a resposta com atenção;
- **Confirme a perspectiva de seu Cliente:**
 - Em serviço, reconheça que um problema pode existir no veículo mesmo que não possa ser imediatamente detectado, repetido ou diagnosticado.



Respeite o tempo do seu Cliente, **use-o sabiamente e para seu benefício.**



- Deixe seu Cliente ciente das **cortesias da loja e opções para passar o tempo**;
- Se ofereça para trazer **um café** enquanto esperam;
- Pergunte aos Clientes se **gostariam de ser levados até um restaurante, shopping ou loja próximos** enquanto fazem o serviço;
- Aproveite para **lhes mostrar** mais sobre outros modelos de veículos;
- Assegure-se que seu Cliente **sabe como te encontrar** enquanto espera.

Aceite a decisão do seu Cliente, **sem pressão.**



- **Responda todas as perguntas e preocupações completamente**, mesmo que atrase ou evite a venda;
- Não fale ao seu Cliente **que o preço é aquele só naquele dia**;
- Quando mostrar as diferentes opções, inclua uma **opção base** sem produtos ou serviços adicionais;
- Se algum produto ou serviço forem rejeitados, **não insista novamente**;
- **Não dê a entender que o Cliente fez a escolha errada.**
- Mostre ao Cliente **o valor dos itens** que você ofereceu.



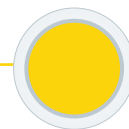
Dê a cada Cliente, **100% de sua exclusividade.**



- Não deixe distrações ou interrupções **atrapalharem sua conversa** com o Cliente.
Exemplo: Não atenda uma ligação enquanto fala com o Cliente.
- **Mantenha contato visual** – não fique olhando para os lados ou para a papelada;
- **Deixe seu Cliente falar primeiro** antes de começar a fazer perguntas;
- Ativamente **incentive um diálogo** para entender a situação e perspectiva do Cliente:
 - Não interrompa enquanto falam.
 - Faça perguntas relevantes e tome notas.
 - Assegure-se que entende claramente o que querem antes de prosseguir.
- Mostre ao Cliente que está ouvindo, **repetindo o que ele disse** em suas próprias palavras;
- **Aperte a mão do Cliente** antes de deixá-lo sob responsabilidade de outra pessoa.



Etapa 3 - Confiança



Seja totalmente **sincero e transparente.**



Na negociação de preço

- Pergunte se seu Cliente quer comparar opções baseado **no preço, formas de pagamento ou ambos;**
- **Seja sincero se não conseguir chegar ao preço do Cliente** – explique por que e diga o que pode fazer.

No financiamento

- **Vá com seu Cliente até o setor de financiamento,** e deixe que passe alguns minutos conversando com o Gerente de Finanças antes de falar de negócios:
- Depois da introdução, **resuma as necessidades do Cliente,** e fale por que ele escolheu determinado veículo.
- **Explique como o processo de financiamento funciona,** e assegure-se de que estejam confortáveis com o processo antes de prosseguir.
- Pergunte se seu Cliente prefere que você **resuma as opções** primeiro ou que **as explique passo a passo.**



Coloque o interesse do seu Cliente em primeiro lugar, **seja como um “herói” para ele.**



- Encontre as melhores **taxas** e **programas** para atingir as necessidades do Cliente;
- Sugira ideias de **como seu Cliente pode economizar dinheiro** e ainda conseguir o que é importante para ele;
- Aconselhe seu Cliente quando ele **não precisar** realizar um serviço.

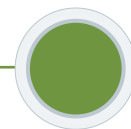
Faça exatamente o que se propôs a fazer.



- Uma vez que um **prazo** é acordado, **faça o possível para cumpri-lo**;
- Quando tiver que encaminhar a dúvida ou problema do Cliente a outro departamento, faça um **follow-up para ter certeza de que o problema foi abordado e atendido**;
- **Evite fazer promessas que não pode cumprir**;
- Quando você não pode fazer exatamente o que é pedido, **fale o que pode fazer**;
- Se um comprometimento de tempo não pode ser cumprido, **diga ao Cliente imediatamente**, peça desculpas, explique o motivo e dê opções.



Etapa 4 - Controle



Deixe o Cliente liderar, dê o direito de escolha e opções.



- Faça uma abordagem mais **informal** e **divertida** com Clientes que estejam tranquilos, seja **direto** com Clientes que sejam mais reservados ou estejam com pressa;
- Ajuste seu **discurso** ou **ritmo** quando achar que ajudará o Cliente a se sentir mais confortável;
- **Confirme o entendimento do Cliente.** Forneça mais detalhes quando seu Cliente fizer perguntas, resuma se estiver ficando impaciente;
- Seja **flexível** ao explicar as coisas de forma que sirva ao estilo do Cliente (ex.: seja mais visual, mostre um exemplo);
- Assegure-se que seu Cliente não se sinta apressado – informe que ele é bem vindo para olhar ou fazer test drive nos veículos quando quiser, que pode fazer quantas perguntas precisar;

Dê opções ao seu Cliente...

Em geral

- Demonstre como sua loja **personalizará** a experiência do Cliente;
- **Faça perguntas que permita a seleção de alternativas:**
 - Com quem gostaria de trabalhar?
 - Como gostaria de ser contatado para notícias e andamento?



- **Confirme o próximo passo** com seu Cliente;
- **Não diga ao Cliente que não pode fazer** – enquadre tudo em termos de o que você pode fazer.

No departamento de vendas

- Diga ao seu Cliente que **ele pode olhar o showroom sozinho** se preferir;
- Permita que o Cliente faça um teste drive em quantos veículos quiser. Deixe-os decidir onde ir e quem os acompanhará;
- Não presuma o que seu Cliente quer saber sobre seu veículo durante o processo de entrega – **pergunte a ele**;
- **Use tecnologia** (como sites interativos) para apresentar escolhas.

-No departamento de manutenção

- Dê ao Cliente a possibilidade de **fazer um agendamento** ou **ir quando quiser**;
- Ofereça-se para **buscar o veículo** do Cliente em casa ou trabalho e **devolve-lo** quando o serviço estiver pronto, se necessário;
- **Ofereça ao Cliente escolhas enquanto o veículo está em manutenção:**
 - Quer esperar?
 - Precisa de uma carona a algum lugar?
 - Quer um veículo emprestado?



Assegure-se que seu Cliente
saiba o que está sempre
acontecendo.



- **Dê ao Cliente de vendas uma ideia geral do passo a passo e tempo que demorará:**
 - Assegure-se que ele **entendeu e está confortável** antes de continuar.
 - Forneça ao Cliente de manutenção **valor e tempo** antes de começar o serviço.
- **Se o tempo de espera ou atraso inesperado não podem ser evitados, informe ao Cliente da razão e dê um horário de término atualizado:**
 - **Ajude-o com qualquer problema** que a mudança tenha causado.
- **Informe ao Cliente assim que possível** sobre alterações inesperadas no tempo, serviço necessário ou possíveis custos;
- Pare na sala de espera frequentemente **para dar aos Clientes uma atualização;**
- No caso de Clientes que precisam retornar para a entrega do veículo ou que vão embora enquanto o serviço é feito, **encontre a melhor maneira de contatá-los para atualizações no andamento do serviço;**
- **Ligue frequentemente** para os Clientes que estão aguardando peças;
- Esteja **atenado e acessível** ao seu Cliente quando visitar a loja.

