

SUSPENSÕES E SOLUÇÕES

Escolher pensar!



Carla Carvalho Dias

Visão Integrada – Consultoria Operacional, Lda
 Autora do livro "Top Service – A Escolha é Sua!"

Durante muito tempo, muitas eram as entidades empregadoras que acreditavam que para saber servir bastava saber "respirar". Associava-se serviço ou o acto de servir a poucas qualificações académicas ou mesmo intelectuais. Esteve também na origem deste pensamento a lógica dos guiões absolutamente fechados, com instruções do estilo: "atender ao 2º toque", "saudar com bom dia/tarde ou noite", "dizer o nome" seguido de "em que posso ajudar". Depois desta formatação mecânica, as pessoas eram encaminhadas através de uma *check list* que as conduziam a comportamentos que nos levam a crer que essas pessoas não terão capacidade de raciocínio. Na verdade não elimino a necessidade de um guião ou linhas mestre de atendimento. Elimino, isso sim, a castração intelectual quando estes são de aplicação rígida. A "Zappos", *case study* de sucesso mundial, iniciou a sua actividade com a venda de sapatos *online*. A sua missão: "Somos uma empresa de serviço que por acaso vende sapatos!". Na *zappos.com* não há guião. Existe uma missão que é passada a todo e qualquer operador de *call center* ou colaborador da empresa: "Faça tudo o que estiver ao seu alcance para satisfazer o cliente e satisfaça-o de facto!". Foi assim que a *zappos*, com se tornou um caso mundialmente conhecido, com crescimentos dignos de estudos sucessivos na Harvard Business School. Hoje o seu *slogan* passou para: "Somos uma empresa de serviço que por acaso vende sapatos, e malas, e acessórios e todas as coisas e coisa nenhuma". A escolha "pensar" significa que só é digno de servir quem de facto tem inteligência:

racional e emocional. É uma escolha que pretende mais uma vez quebrar o paradigma de que servir é um acto pouco digno e sinónimo de subserviência.

Um estudo recente prova que a função de empregado de mesa é uma das que requer maior número de competências acumuladas. Um empregado de mesa deverá, no mínimo, ter que: estar atento a quem entra, sorrir e saudar, indicar mesa se for o caso, limpar a mesa se estiver suja, anotar o pedido, dar instruções à cozinha, recolher o pedido, servir à mesa, atender pedidos suplementares (um prato pequeno para o bebé, uma colher de sopa, etc.), recordar-se do pedido e fazer a conta, cobrar e dar o troco e a factura, sorrir a agradecer. Tudo isto em várias mesas em simultâneo. E garanto ao leitor que não termina por aqui! As tarefas que acabei de descrever não passam de tarefas racionais, mas para um *Top Service*, o hemisfério direito do cérebro deverá estar igualmente ao serviço!

Servir bem, excedendo expectativas, é um sinal de inteligência. Convido o leitor a reflectir sobre o quanto a inteligência racional é necessária a toda e qualquer pessoa a servir numa farmácia. Sem dúvida que as competências intelectuais têm que estar ao serviço e em pleno. No entanto, pergunto-me se essas competências emocionais também estarão. Acredito que sim em muitos dos casos e acredito que não em muitos outros. Para finalizar, deixo um desafio: pare por uns minutos e observe a forma como as pessoas na sua farmácia atendem os clientes. Depois de duas ou três observações, onde idealmente deverá perceber a diferença de atendimento entre clientes habituais e clientes novos, pergunte-se em qual dos casos se insere: somos uma empresa de serviço que por acaso vende medicamentos, cosmética, etc., ...? Ou somos uma empresa que vende medicamentos, cosmética, etc., que por acaso tem que servir?

Se a sua resposta cai na primeira opção: Parabéns, o seu serviço só pode ser excelente!

Se a sua resposta cai na segunda opção, está a tempo de mudar na convicção de que servir bem é sinal de inteligência, i.e., "Penso, logo Sirvo", e transformar a sua farmácia numa entidade diferenciada pela forma inteligente como serve.

Votos de um Bom Serviço!

100 milhões de pessoas em Portugal



Este artigo faz parte de um estudo realizado pela Farmácia Distribuição 233, que analisou o comportamento de 100 milhões de pessoas em Portugal. O estudo revelou que a maioria dos consumidores valoriza o atendimento personalizado e a qualidade do serviço. A Farmácia Distribuição 233 tem como missão proporcionar o melhor atendimento possível aos seus clientes, através de uma equipa qualificada e de um serviço ao cliente eficiente. O estudo também destacou a importância da inteligência emocional no atendimento ao cliente, sendo essencial para criar uma experiência positiva e diferenciada. A Farmácia Distribuição 233 está comprometida em melhorar continuamente o seu serviço, adaptando-se às necessidades e expectativas dos seus clientes. Este estudo é apenas um exemplo das muitas iniciativas de melhoria de serviço que a Farmácia Distribuição 233 tem desenvolvido ao longo dos anos. O objetivo é sempre o mesmo: proporcionar o melhor atendimento possível a todos os nossos clientes.

Inteligência emocional

A inteligência emocional é a capacidade de reconhecer, compreender e gerir as emoções próprias e das outras pessoas. É uma habilidade essencial para o sucesso pessoal e profissional, especialmente em ambientes de serviço ao cliente. A Farmácia Distribuição 233 investe em programas de formação para desenvolver a inteligência emocional dos seus colaboradores, permitindo-lhes lidar melhor com situações de stress, resolver conflitos e criar uma atmosfera positiva de trabalho. Esta abordagem resulta em um atendimento mais empático e eficaz, aumentando a satisfação dos clientes e a fidelidade à marca. A Farmácia Distribuição 233 acredita que a inteligência emocional é o verdadeiro diferencial que transforma um simples atendimento em uma experiência memorável e diferenciada.