



Como anda o SAC (Serviço de Atendimento ao Cliente) da sua empresa?

Este canal é o primeiro de contato que os consumidores têm com as empresas. Neste teste, propomos que você avalie como este atendimento pode ser feito e se é possível melhorá-lo.

O SAC (Serviço de Atendimento ao Consumidor) é conhecido por diversos nomes. Já foi nomeado como Serviço de Atendimento aos Clientes, ou Central de Relacionamento com os Clientes, ou Setor de Relacionamento com os Clientes, ou Central de *Call Center* e assim por diante. Não importa como ele é denominado, o que é mesmo relevante é saber como os clientes de sua empresa estão sendo atendidos.

Este é o setor da economia que mais investe em tecnologia. Isto porque, os consumidores estão mais exigentes e têm acesso às mais diversas ferramentas de contato com as empresas, seja via si-

te, chat, e-mail, whatsapp, messenger, telefone, redes sociais e pessoalmente em departamentos específicos designados para esta função.

Sendo assim, este segmento vem contribuindo de forma bem expressiva para a nossa economia. Para se ter uma ideia, em 2013, segundo a **E-consulting**, o setor de relacionamento com os clientes movimentou cerca de R\$40,72 bilhões e deve crescer um pouco mais de 6% ainda este ano. Para a Associação Brasileira de Telesserviços (ABT) é também o segmento que mais emprega pessoas no Brasil, mais de 500 mil empregos diretos e indiretos. O perfil dos atendentes já é conhecido no mercado consumidor: são jovens

entre 18 e 25 anos, com segundo grau completo ou até mesmo de nível universitário, antenados com as novas tecnologias e que enxergam neste segmento a oportunidade de ingressar no mercado de trabalho.

Com esses números, as empresas especializadas nessas ferramentas oferecem ao mercado soluções que visam aproximar ainda mais clientes de empresas. Para o gerente de Recursos Humanos da Vector Contact Center – empresa especializada neste setor –, Daniel Tavares, o SAC precisa receber investimentos. “Não dá para deixar os clientes na mão. A credibilidade e o nome da empresa é o que estão em jogo aqui. Por isso, valorizar não só as ferramentas, como também a prestadora de serviço e os colaboradores que farão este atendimento são fatores que fazem a diferença na satisfação do cliente final e, consequentemente, na imagem que as empresas querem consolidar no mercado consumidor”, diz.

A seguir, o executivo levanta 13 questões que buscam avaliar se sua empresa está preparada para construir um SAC eficiente. Vamos a elas:

1. Como você define o que é SAC?

- A. Setor estratégico responsável pelo atendimento e satisfação dos clientes;
- B. Departamento de atendimento aos clientes aliado à área de tecnologia;
- C. Serviço de atendimento aos clientes focado em ações de *marketing*.

2. Qual a importância do SAC dentro de sua organização?

- A. Muito importante, pois é o primeiro setor que tem contato direto com nossos clientes;
- B. Moderado. O SAC ainda está muito ligado a áreas sem este foco, como financeira e tecnologia;
- C. Nada importante. O SAC é visto apenas como complemento ao departamento de *marketing*.

3. Quando tem problemas com os clientes, para qual departamento você direciona as reclamações?

- A. Para o Setor de Atendimento ao Cliente;
- B. Para a diretoria geral;
- C. Para a área financeira ou de *marketing*.

4. Já pensou em instalar um SAC dentro de sua empresa? Se a resposta for SIM, assinale a alternativa que mais pesa em sua decisão.

- A. Investir em empresas especializadas;
- B. Montar uma estrutura interna;
- C. Focar na implementação de tecnologias móveis.

5. Você mede a satisfação dos seus clientes através de:

- A. Pesquisa de satisfação realizada após o atendimento via SAC;
- B. Volume de reclamações na Ouvidoria e *site*;
- C. Variações nas vendas.

6. Ao contratar uma empresa especializada na implementação do SAC, o que mais pesa para você em ordem de relevância?

- A. Custo-benefício, pessoas, infraestrutura de atendimento e tecnologia;
- B. Tecnologia, custo-benefício, pessoas e infraestrutura de atendimento;
- C. Infraestrutura de atendimento, custo-benefício, tecnologia e pessoas.

7. No quesito custo-benefício, o que deve estar aliado ao serviço oferecido pela empresa especializada?

- A. Tecnologia de ponta com pessoas treinadas;
- B. Aliança entre infraestrutura e pessoas;
- C. Custo baixo e pessoas treinadas.

8. No quesito pessoas, o atendente deve:

- A. Ser claro no fornecimento das informações, treinado sobre as funcionalidades do produto do cliente e prestativo;
- B. Ter boa dicção, comprometimento e ser treinado;
- C. Ser comunicativo, experiente e cumprir com prazos.

9. No quesito infraestrutura, o que deve ser levado em conta ao contratar uma empresa especializada:

- A. Ter boas instalações de rede, telefonia e estações de trabalho;
- B. Oferecer conforto aos atendentes;
- C. Ter localidade estratégica.

10. No quesito tecnologia, a empresa especializada deve oferecer:

- A. Tecnologia multicanais, sem custos adicionais;
- B. Bons programas de gravação de voz;
- C. Telefonia gratuita.

11. Como deve ser o Atendimento ao Cliente da sua empresa?

- A. Eficiente;
- B. Pontual;
- C. Cumprir as metas.

12. Qual ferramenta deve ser mais utilizada por um SAC:

- A. Multicanais *mobile* (redes sociais, *e-mail*, *chat* e mensagens instantâneas);
- B. 0800;
- C. Gravação automática.

13. Um SAC eficiente é aquele que:

- A. Visa a satisfação de seu cliente;
- B. Orienta bem o consumidor;
- C. Cumpre rigorosamente com as metas impostas pelos clientes.

RESULTADO

LETRA A

Se você assinalou mais as primeiras alternativas, sua avaliação é ALTA. E PARABÉNS! Você sabe exatamente o que quer e valoriza o Setor de Atendimento ao seu cliente.

LETRA B

Se você assinalou mais as segundas alternativas, sua avaliação é INTERMEDIÁRIA. Você está no caminho certo, sabe que o SAC é importante e é o primeiro setor de contato com seu cliente.

LETRA C

Se você assinalou mais as terceiras alternativas, sua avaliação é BAIXA. Você precisa consultar uma empresa especializada e rever alguns conceitos sobre o Setor de Atendimento ao Cliente.