

# **Exercícios Complementares**

## **Técnicas de Atendimento Onde Está o Atendimento?**

Walter Medeiros



**editora  
VIENA**

2ª Edição  
Bauru/SP  
Editora Viena  
2008

---

---

## Capítulo 1

---

1. Cite alguns cuidados que devem ser tomados para um bom atendimento em um estabelecimento?

- \* É inadmissível deixar de efetuar uma venda por falta de troco.
- \* Os recepcionistas devem ser agradáveis e bem preparados.
- \* Sempre ser hospitaleiro, e dar boas-vindas aos clientes.

2. Qual o erro mais comum em estabelecimentos comerciais com relação aos descontos?

Geralmente os estabelecimentos oferecem propagandas com relação aos descontos oferecidos, contudo, quando o cliente realiza o pagamento, muitas vezes o desconto não é abatido do preço final do produto.

---

---

## Capítulo 2

---

1. Ao chegar o fim do expediente, como devem ser as atitudes tomadas com relação aos seus clientes?

Os clientes devem sempre ser tratados com cortesia, mesmo a loja estando prestes a fechar, nunca devem ser adotadas práticas como cear a porta do estabelecimento, diminuir a iluminação ou realizar serviços de limpeza. Tais atitudes podem constranger os clientes, que podem não mais voltar.

2. Com relação às políticas de preços, um vendedor deve?

O vendedor deve sempre saber o preço do produto, saber quais são as políticas de descontos oferecidas pelo estabelecimento, se não possuir essas informações em mãos, elas devem ser acessadas o mais rápido possível, mediante consulta rápida.

3. Cite pequenas lições que devem ser anotadas para realizar um bom atendimento:

- \* Enquanto não chegar a hora marcada para o fim do expediente e fechamento do ponto, nunca devemos demonstrar para o cliente a ansiedade pelo encerramento dos serviços.
- \* A falta de comunicação dos dados importantes e indispensáveis para o serviço ao funcionário responsável pelo atendimento é certeza de prejuízo.
- \* A atenção para os itens que interessam ao cliente é uma questão de preparo e postura do vendedor. Com o cliente dentro da loja, é hora de vender.

- \* No serviço público devem ser escalados para atendimento servidores qualificados e com senso de profissionalismo e humanismo.
- \* Equipes multidisciplinares enxergam melhor os problemas, complementando-se e encontrando soluções de forma mais imediata.
- \* Nos dias em que vivemos, com as mudanças sociais e tecnológicas consolidando-se a cada momento, a gestão de Recursos Humanos exige muita atenção aos detalhes, mais ainda àqueles que acontecem à vista do cliente. Eles podem ser determinantes para a sobrevivência de qualquer empresa, seja qual for o seu porte.

---



---

## Capítulo 3

---

1. Na compra de um equipamento tecnológico como um computador, por exemplo, quais os cuidados a serem tomados pelos vendedores?

Os vendedores devem conhecer todas as características do produto, bem como as marcas que os fabricam, devem pesquisar e conhecer com maior profundidade seus fabricantes, a fim de esclarecer as dúvidas dos clientes na hora da compra.

- 2.. No caso exposto pelo autor, na compra de um computador, ficou evidente sintomas de ciúmes da equipe para com a vendedora que realizou o atendimento. Cite três percepções do autor nesse caso:

- \* A informação de que a promoção havia acabado e somente a vendedora não tinha sido avisada.
- \* Uma vendedora num box vizinho, agindo de forma grosseira, irascível e mal-educada, perguntou em alto e bom som quem teria apagado um texto que deixara na tela do micro e não salvara. Ficava clara a insinuação de que a companheira poderia ser a autora.
- \* A vendedora pediu a uma funcionária que fosse servido um cafezinho. Essa alegou que estava de “saída lá para dentro”. Consegui outra – nem um pouco simpática – que trouxe um café morno e muito doce. Não é o fim do mundo, pois encontra-se muito cafezinho frio por aí.

---

---

## Capítulo 4

---

1. Quais são as reações encontradas pelo autor ao realizar críticas em algumas empresas?

As reações encontradas ao fazer alguma crítica a empresas em que verificaram-se falhas, principalmente no atendimento ao cliente, são as mais diversas que se pode imaginar. Num dos extremos, está o esbravejar de empresários que procuram defender o que não tem defesa; voltam-se contra a crítica, em vez de procurar corrigir o erro que alguém na sua empresa cometeu. No extremo oposto, encontram-se os indiferentes, que preferem ignorar a situação, sem perceber o risco ao qual expõem seus negócios.

2. O autor recebeu uma carta de um lojista da empresa de venda de micros, e a partir dela ficaram boas impressões, cite algumas delas:

- \* Um lojista que procura corrigir os erros da sua organização, recebendo a crítica como “presente”.
- \* O empresário, atrás da sua mesa, pode acreditar que trabalha acertadamente, enquanto sua equipe faz coisas erradas.
- \* Para trabalhar bem, os empregados precisam sentir-se parte da empresa, receber treinamento com a marca da empresa e enxergar o ambiente de trabalho como uma família.
- \* É possível mudar para melhor o clima na organização.

---

---

## Capítulo 5

---

1. Qual a relação de interferência de ações judiciais em planos de saúde?

As decisões judiciais, legislativas e governamentais vêm aos poucos assegurando avanços nos direitos dos usuários dos Planos de Saúde. Poderíamos considerar tal situação como um gradativo estabelecimento da justiça, se os Planos de Saúde não insistissem em burlar as leis e os contratos, quando se trata de autorizar certos tratamentos aos clientes ou em fazer exigências que não mais se coadunam com a era da informática.

2. O que o autor relata em relação à burocracia nos planos de saúde?

As energias gastas, a burocracia, os “atendimentos” e “autorizações” parece significar uma estrutura completamente desnecessária nos dias atuais, pois só encarece o serviço e aborrece os clientes. Acredita-se que bastaria programar a base tecnológica instalada para responder on-line o que hoje muitos Planos exigem a presença do cliente. Esta exigência só o faz lembrar aquelas cadernetas de poupança da década de 70, que era levada para que o funcionário anotasse do próprio punho os depósitos e juros de cada operação.

---



---

## Capítulo 6

---

1. Com relação à loja de materiais de construção, houve problemas na hora do pagamento, o que houve? E qual a percepção do autor sobre o ocorrido?

De acordo com o autor alí começava mais perda de tempo. O caixa não acatava o cheque, porque tinha de estar acompanhado de um comprovante de residência; nenhum outro documento valia – inclusive o cartão do banco. É inadmissível nos dias de hoje, uma loja daquele tamanho, com centenas de funcionários, milhares de metros quadrados de área coberta, intitulado supermercado, não dispor de outra forma de acatar um cheque. Trata-se de uma maneira antipática de forçar o cliente a pagar com cartão ou em dinheiro.

2. Quando o clima organizacional não está legal em um estabelecimento, muitas coisas ficam perceptíveis, o autor dá uma dica para realizar um estudo acerca disso, qual é essa dica?

O autor sugere que o proprietário do estabelecimento mande algum amigo ou auditor, incógnito, circular na loja para sentir o clima. É possível que encontre algo para mudar.

---

---

## Capítulo 7

---

1. Nesse capítulo, o autor cita a entrega de uma pizza, o que houve na entrega e o que deveria ser feito para minimizar riscos?

A pizza chegou após o tempo determinado pela pizzaria, e para a surpresa de todos, chegou toda amassada em apenas um lado da caixa. Nesse caso, os proprietários deveriam ter calculado o tempo correto para a entrega, em seguida, o responsável pela entrega deveria ter atenção no armazenamento e transporte do produto.

2. Com relação a um restaurante, quais pontos são importantes para consideração:

- \* A variedade é indispensável para atender plenamente aos clientes.
- \* A preocupação com os detalhes nunca deve ser negligenciada.
- \* Comida fria em self-service é falha grave.
- \* Manter um aceitável padrão de qualidade para evitar comparações com um passado melhor.
- \* Preparar os funcionários para servir e atender da melhor forma à clientela.
- \* Lembrar que a clientela procura sempre o melhor e não volta para onde não gosta.

---

---

## Capítulo 8

---

1. No que diz respeito ao atendimento, um funcionário pode atender um cliente com intimidade?

Não, o melhor sempre é que o funcionário trate o cliente com respeito, mas não com intimidade, pois tratam-se de assuntos gerados entre profissional e cliente, não entre amigos.

2. Porquê ocorrem situações como essas dentro de empresas?

Fatos desta natureza ocorrem em empresas que não investem na organização e treinamento de pessoal, na maioria dos casos ambientes cuidados pelos proprietários, que se acham capazes de conduzir os negócios sob todos os aspectos.

Daí é necessário ficar atento a alguns detalhes, como:

- \* Uma empresa não pode burocratizar, emperrar ou dificultar o recebimento de pagamentos.
- \* O cliente não deve ser abordado com gestos e termos que insinuem intimidade por qualquer funcionário, pois essa atitude torna a relação desagradável e desprovida do necessário profissionalismo.
- \* A empresa deve esgotar todos os seus meios de controle, a fim de evitar essas situações.

---

---

## Capítulo 9

---

1. Qual norma do Governo Federal trata da qualidade do atendimento nos serviços públicos?

O Decreto Nº 3.507, de 13 de junho de 2000, que “Dispõe sobre o estabelecimento de padrões de qualidade do atendimento prestado aos cidadãos pelos órgãos e pelas entidades da Administração Pública Federal direta, indireta e fundacional, e dá outras providências”.

2. Quais os principais temas tratados no decreto para se estabelecer um serviço público de qualidade?

A atenção, o respeito e a cortesia no tratamento a ser dispensado aos usuários; as prioridades a serem consideradas no atendimento; o tempo de espera para o atendimento; os prazos para o cumprimento dos serviços; os mecanismos de comunicação com os usuários; os procedimentos para atender a reclamações; as formas de identificação dos servidores; o sistema de sinalização visual; e as condições de limpeza e conforto de suas dependências formam o elenco a ser observado pelos órgãos e entidades públicas federais no estabelecimento dos padrões de qualidade no atendimento.

---

---

## Capítulo 10

---

1. Nesse capítulo podemos ler que o autor passou por uma situação muito constrangedora com uma empresa de software o que ocorreu?

A empresa negligenciou completamente o cliente ao não lhe oferecer a atualização de uma licença de software que ele já havia adquirido comprado e atualizado por três anos consecutivos.

2. A negligência pode comprometer os resultados de uma empresa?

Com certeza, se a empresa deixou de oferecer determinada licença, aquela receita não entrou no seu orçamento, conseqüentemente comprometendo seu resultado futuro.

---

---

## Capítulo 11

---

1. Qual a visão do autor em relação ao Serviço de Atendimento ao Consumidor via telefone?

É hora de prestar atenção nos detalhes e reumanizar o serviço, para evitar maior queda na qualidade de vida do cliente. Sabemos que existem empresas que primam pelo tratamento personalizado e humanizado, mas ainda são saudáveis exceções na grande teia empresarial em que vivemos.

2. Uma empresa que presta esse tipo de serviço via telefone deve prestar atenção em quais itens?

- \* Deixar claro o objetivo de cada linha de serviço que for anunciada aos clientes.
- \* Avaliar a demanda para evitar o stress da linha seguidamente ocupada.
- \* Estabelecer seqüências lógicas para o atendimento, evitando perda de tempo.



---

---

## Capítulo 12

---

1. Nesse capítulo é citada uma reunião em um conselho de um órgão administrador, o que houve de errado em tal reunião?

A reunião já começou errada por ser realizada no horário de atendimento aos clientes. Depois estendeu-se por longas horas o que certamente gerou impaciência e transtornos a todos os clientes.

2. Outro problema ocorrido foi que o órgão tinha mudado de endereço, assinale:
  - a) **Ao mudar de endereço o órgão deve avisar seus clientes mediante qualquer tipo de informação impressa, via telefone ou e-mail.**
  - b) Sabemos que o interesse é sempre do cliente, então ele deve pesquisar onde o prédio está instalado.
  - c) Uma simples mudança de endereço não altera as atividades do prestador de serviços.
  - d) É errado mudar de endereço, um estabelecimento deve se manter sempre no mesmo endereço.

---

---

## Capítulo 13

---

1. Uma empresa que decide veicular suas informações em um site da Web deve tomar alguns cuidados, quais são eles?

A pessoa, física ou jurídica, que decide veicular um site ou home page na Internet precisa estar atenta a vários aspectos que podem refletir na sua qualidade. Esta atenção pode resultar em benefício a si próprio ou ao produto que promove ou, a falta dela, em pontos negativos, caso deixe de observar certos detalhes.

Da mesma forma que sempre foi realçada a necessidade de se aprimorar a apresentação de impressos em papel – jornais, revistas, boletins, livros – espere-se qualidade nos sites. Com certeza ninguém retorna a um site com apresentação desagradável. Aqui, desagradável refere-se tanto à falta de recursos técnicos, banners, movimento e cores, como à ausência de preocupação com a correção do que estiver escrito.

2. Quando um site possui interatividade, ela precisa ser verdadeira?
- a) Sim, contudo isso dependerá da atividade empresarial da empresa.
  - b) Sim, independente da atividade, se possuir interatividade, essa deverá ser verdadeira.**
  - c) Não, a interatividade não precisa ser verdadeira, ela apenas serve para impressionar à primeira vista.
  - d) Não, a interatividade não precisa ser verdadeira, pois custa mais dinheiro, o que prejudica a empresa.

---

---

## Capítulo 14

---

1. Esse capítulo é bastante alusivo, e descreve uma situação sobre o nascimento de uma flor, o que realmente quer dizer a parábola desse nascimento?

Essa passagem refere-se ao simples fato de que as coisas mais simples devem ser observadas e às coisas boas é merecido dar o verdadeiro destaque.

2. Nesse capítulo também observamos por meio de situações vividas pelos familiares do autor que a concorrência entre empresas é?
- a) Péssima para o cliente.
  - b) Ótima para o cliente.**
  - c) Não faz diferença para o cliente.
  - d) Nenhuma das respostas anteriores está correta.

---

---

## Capítulo 15

---

1. Mesmo que o conserto de um determinado produto proporcione uma remuneração irrisória, uma loja desse tipo deve realizar tal ação?

Sim, pois mesmo que a remuneração seja baixa, o cliente poderá voltar e se tornar um cliente fiel, gerando lucro posterior à loja.

2. Nesse capítulo, fica clara a evidência de que muitas pessoas possuem apreço por objetos de estimação, é preciso tomar cuidado especial com esses clientes e seus objetos, cite maneiras corretas de atendê-los:
- \* Precisamos entender e respeitar o carinho que as pessoas têm pelos seus objetos de estimação.
  - \* Todos precisam se preocupar com a qualidade dos serviços que prestam ou oferecem.
  - \* Atender bem sempre, não apenas uma vez ou outra, pois a decepção afasta o cliente.
  - \* Lembrar que o cliente não é ignorante; ele tem noção do que é possível, mesmo que não saiba fazer, pois não é seu papel.
  - \* Rejeitar serviço por causa do pequeno ganho pode significar a perda de grandes encomendas.
  - \* Nunca é demais esforçar-se para cativar o cliente, com boa vontade, consideração e competência, tal como solucionar o problema prontamente e deixar o cliente satisfeito.

---

## Capítulo 16

---

1. Esse capítulo trata diretamente da apresentação dos preços do produto, então é correto afirmar que:
- a) **Uma empresa deve sempre disponibilizar o preço de seus produtos, bem como as condições de pagamento.**
  - b) A empresa não é obrigada a disponibilizar seu preço, pois isso acarreta em espionagem industrial.
  - c) A empresa deve disponibilizar seus preços somente na loja física, nunca pelo telefone ou Internet.
  - d) A empresa deve apenas divulgar os preços, mas nunca as condições de pagamento.
2. Nesse capítulo o autor se depara com uma pessoa perguntando o preço de um pneu para seu veículo, nesse caso, o vendedor realizou um tratamento extremamente correto, qual foi?

O vendedor perguntou qual o modelo do veículo, pois há variação no preço, depois se prontificou a visitar o veículo do cliente no pátio da loja, antecipando as ações e tomando-as de forma correta.

---

---

## Capítulo 17

---

1. Esse capítulo trata da concorrência e a manutenção do cliente, cite causas que levaram o supermercado citado pelo autor à falência:
  - \* O supermercado não manteve a sua estrutura de preços promocionais.
  - \* Começou a apresentar problemas trabalhistas com seus funcionários, o que afetou sua reputação.
  - \* A direção da empresa menosprezou a capacidade de disserviço dos clientes com relação às mudanças.
2. Nesse capítulo é possível tomar algumas lições, quais são elas?
  - \* É imprescindível manter a identidade que conquistou a clientela.
  - \* Evitar que desapareçam as vantagens que fazem o diferencial.
  - \* Atos injustos com empregados prejudicam a imagem da empresa.
  - \* Nunca esquecer a concorrência.
  - \* Procurar atender cada dia com a disposição que sentia na inauguração.
  - \* Lembrar que os cidadãos estão mais exigentes em todos os sentidos.

---

---

## Capítulo 18

---

1. Nesse capítulo o autor faz uma reclamação bem recorrente com relação aos taxistas, qual é essa reclamação?

A reclamação trata-se basicamente da compostura do taxista.

2. Quais fatores levaram o autor a realizar tal reclamação?

Os fatores foram inúmeros, entre eles podemos citar a falta de treinamento do motorista com o equipamento, sua falta de treinamento no tratamento adequado ao cliente, o esquecimento das conversas nas quais o autor tentou iniciar, as muitas reclamações realizadas pelo profissional durante o trajeto.

---

---

## Capítulo 19

---

1. Qual o diferencial de um verdadeiro corretor de seguros para aqueles que trabalham com essa profissão somente para ganhar dinheiro?

O diferencial de quem nasceu para ser corretor e os que querem ter na atividade um simples meio de ganhar dinheiro é o que sustenta o profissional. O verdadeiro corretor sabe que ao vender a apólice está assumindo um contrato tácito de sobreaviso para qualquer sinistro relativo aos seus termos. Quando o seguro é de veículos, a possibilidade de convocação é muito maior, pois é raro encontrarmos pessoas que não têm sequer um arranhãozinho para contar.

2. Cite boas práticas que funcionam nesse ramo de atividade.

- \* Um bom corretor de seguros pode resolver muitos problemas do cliente.
- \* A fórmula que dá certo está diretamente relacionada com a qualidade do serviço.
- \* O trabalho do corretor não se resume à aplicação das técnicas de venda; ele é o responsável pela manutenção dos contratos.
- \* O cliente ao envolver-se em qualquer sinistro com seu carro normalmente fica se sentindo impotente.
- \* A renovação dos contratos muitas vezes é uma retribuição do apoio técnico e moral oferecido exatamente naquele momento em que mais se precisava.

---

---

## Capítulo 20

---

1. O que a compra de um determinado produto ou serviço significa para um cliente?

Sob o ponto de vista do cliente, comprar pode ser considerado um prazer, momentos de auto-exaltação, possibilidade de exibir status e poder de compra, resolução de uma necessidade e a perspectiva de escolha do produto desejado.

2. Nesse capítulo o autor cita a mudança de clima quando clientes pedem a nota fiscal de um determinado produto pós-compra, o que fica claro nesses situações?

Fica claro que:

- \* A cara feia do funcionário quando o cliente pede a nota fiscal pode ser o fim do relacionamento entre a loja e o cliente.
- \* O cliente não é bobo; sabe quando o comerciante tenta criar o clima para sonegar.
- \* O comerciante que sonega jamais poderá afirmar que é honesto.

---

---

## Capítulo 21

---

1. Explique quais as principais alterações nas escolas de ensino particular nas últimas décadas?

Os estabelecimentos de ensino privado formaram nas últimas décadas um setor de grande repercussão social e necessitou profissionalizar sua administração, para galgar todos os estágios que aos poucos foram sendo delineados pela legislação específica. Até entidade sindical foi formada e capacitada para defender os seus interesses, bem como organizar estratégias de atuação capazes de tornar tanto quanto possível duradoura as relações com a clientela.

2. Nesse capítulo o autor indaga a direção da escola sobre uma apostila bastante mal formulada para o aprendizado de uma criança de apenas oito anos. Quais são as lições tiradas após tais indagações?

- \* Precisamos ficar atentos aos conceitos transmitidos aos nossos filhos pelas escolas, pois alí também podem ocorrer desvios.
- \* Os estabelecimentos de ensino precisam dar exemplo de atendimento aos alunos e seus pais.
- \* Uma correção no trabalho merece elogios, pois demonstra a boa intenção dos que prestam o serviço.
- \* O ambiente escolar precisa ser visto como uma comunidade, onde os pais também participam e opinam sobre a educação.

---

---

## Capítulo 22

---

1. Qual o grande desafio do ramo de hotelaria atualmente?

A manutenção da clientela é o grande desafio dos hotéis, que travam verdadeiras batalhas junto a agências de turismo, nos órgãos públicos de promoção turística e na mídia. Mas apesar da consciência desta necessidade, ocorrem muitas negligências que provocam uma movimentação constante para todos os lados, em vistada qualidade dos serviços oferecidos.

2. Após ler esse capítulo, escreva sobre as principais lições aprendidas nele.

- \* A manutenção da clientela é o grande desafio dos hotéis e agentes de viagem.
- \* A negligência provoca rotatividade anormal, em prejuízo dos próprios estabelecimentos e agências.
- \* É preciso estabelecer o mínimo padrão de comportamento e postura para os funcionários.
- \* No trabalho os funcionários precisam exercitar profissionalmente tudo que aprenderam nos treinamentos.
- \* O cliente não permanece em um hotel malcuidado.

---

---

## Capítulo 23

---

1. Nesse capítulo fica observado o problema com o preço de produtos vendidos em uma peixaria, qual era a diferença entre o preço demonstrado na tabela e o preço cobrado pelo dono do estabelecimento?

- a) 10%
- b) 80%
- c) **40%**
- d) 30%

2. Nesse capítulo o autor a família do autor foi convidada a realizar compras em um ambiente altamente convidativo, o que não ocorreu de forma alguma no momento da compra. Quais cuidados devemos tomar ao indicar estabelecimentos para outras pessoas?

Não devemos por as mãos no fogo por certos estabelecimentos e também não acreditar que somos próximos de seus proprietários.

---

---

## Capítulo 24

---

1. Ao ler esse capítulo deparamos com uma situação onde um senhor atende o seus clientes da melhor maneira possível, mesmo trabalhando em um local menor e que oferece menos recursos que concorrentes, devido a simpatia do profissional podemos concluir que:
  - a) Não é necessário ser simpático com seus clientes.
  - b) A simpatia para com um cliente pode se tornar em uma boa renda.**
  - c) Seja simpático de acordo com o cliente, se ele lhe tratar mal, trate-o da mesma forma.
  - d) A melhor forma de tratar um cliente é deixá-lo tomar todas as iniciativas.
  
2. Nesse mesmo capítulo podemos tomar algumas lições, quais são elas?
  - \* É importante prestar atenção para não deixar o cliente desprotegido.
  - \* Normalmente, ao escolher o prestador de serviços, o cliente observa preços e atendimento e, não satisfeito, muda.
  - \* Cliente cativo só se consegue com bom serviço.

---

---

## Capítulo 25

---

1. O que podemos associar na relação entre a tecnologia e a medicina, relacionando com o atendimento aos pacientes?

A absorção da tecnologia de forma aleatória trouxe vantagens e desvantagens para a relação entre os médicos e os clientes, conforme podemos observar cotidianamente. Basta um pouco de atenção aos catálogos, aos consultórios dos referidos profissionais e ao seu comportamento na hora em que estão frente à frente com o cliente.

Um grande percentual das consultas modernas resultam sempre na realização de exames complementares, que são necessários em muitos casos, porém, seriam dispensáveis em outros, conforme a própria imprensa já denunciou inúmeras vezes. Tudo é resultado da incorporação da tecnologia à assistência médica.



2. No final desse capítulo o autor cita a humanização da medicina, o que seria a humanização nesse contexto?

Significa a busca do equilíbrio entre o uso da tecnologia e a atenção direta. Entre profissionais de saúde e pacientes, ambos seres humanos.

---



---

## Capítulo 26

---

1. Ao final da leitura desse capítulo, podemos concluir que:
- É preciso manter a concentração sempre, pois caso contrário, você poderá ser surpreendido.**
  - Distrair-se durante a realização de suas tarefas é totalmente humano e normal.
  - As pequenas distrações não afetam sua produtividade.
  - Para um atendimento perfeito você deve indagar o cliente muitas vezes, mesmo se ele já foi abordado sobre determinados assuntos.
2. Outro ponto importante nesse capítulo é o teste do produto, ao testar o produto sem identificar o cliente o demonstrador pode correr qual risco?

O demonstrador corre o risco do cliente dizer que seu produto não funciona, pois já houve um teste anteriormente.

---



---

## Capítulo 27

---

1. Esse capítulo trata do ambiente bancário, de forma mais clara, do seu atendimento, diante das palavras do autor podemos notar duas formas de atendimento, quais são elas?

A primeira forma trata-se de uma funcionária totalmente capacitada e empenhada em realizar suas ações, a segunda se trata de uma funcionária mal treinada e com pouquíssima vontade de resolver o problema de seus clientes.

2. Após ler esse capítulos, podemos fazer quais observações?

\* É inexplicável como as falhas, a falta de atenção, as grosserias e a incompetência estão presentes nos estabelecimentos.

- \* Não custa ser amável.
- \* Que pressa tem uma funcionária para se livrar dos clientes, se ela está ali, para atendê-los?

---

---

## Capítulo 28

---

1. Como deve ser realizado um serviço de cobrança?

O serviço de cobrança deve ser realizado com equilíbrio, respeito e sensatez, pois muitas vezes podemos lidar com pessoas totalmente perdidas em dívidas, cujo a única solução é o confronto jurídico.

2. As empresas que oferecem serviços de cobrança necessitam de:
- a) **Profissionais treinados e equilibrados, que tratem o cliente com respeito até o desfecho da cobrança.**
  - b) Tecnologia de ponta para cobrar todos os inadimplentes, sempre com auxílio de um sistema.
  - c) Pessoas que trabalhem em favor da empresa, que recebam dos inadimplentes, não importando o tipo de tratamento.
  - d) Nenhuma das respostas anteriores.

---

---

## Capítulo 29

---

1. De acordo com o observado nesse capítulo podemos ponderar que é possível e plausível a aceitação de propostas realizadas pelos clientes?

Sim, é totalmente possível e plausível, tendo em vista que devemos tratar os clientes como seres humanos e não apenas como meios de lucratividade. Uma proposta que no início pode lhe trazer uma menor renda, pode posteriormente cativar um cliente e dar bons frutos.

2. Em relação ao atendimento “frio” de empresas para com seus clientes, o autor afirma que:
- a) Não possui relação com a lucratividade do negócio.
  - b) Não faz diferença na venda de produtos e serviços.
  - c) **É altamente perigoso e pode levar uma organização à falência.**
  - d) É um motivo muito pequeno para reclamação de clientes.

---

---

## Capítulo 30

---

1. De acordo com as informações lidas nesse capítulo, como deve ser o comportamento de funcionários que prestam serviços a operadoras responsáveis pelo corte de serviços como água e fornecimento de energia elétrica?

A ordem é observar, entender e respeitar a reação do cliente, considerando que se ele está fora da sua razão, o reforço terá de vir através da força policial ou judicial e não no confronto entre os funcionários e o cliente.

2. Ao final deste capítulo podemos chegar a algumas considerações, quais são elas?
  - \* É preciso estar atento para assegurar os direitos das empresas e de seus clientes.
  - \* Atenção para o contato com o cliente, antes de cortar o fornecimento, pois ele pode estar em dia e ter havido desencontro de informações.
  - \* As privatizações criaram uma certa orfandade entre os clientes, que tiveram reduzidos os canais de contato com algumas empresas.

---

---

## Capítulo 31

---

1. Porquê deixar de atender uma mesa em uma festa é um erro fatal?

Pois os convidados que ocupam as mesas sem o serviço têm as mesmas expectativas dos demais presentes e merecem ser tratados com toda cortesia, presteza e qualidade.

2. Nesse capítulo, o que o autor afirma sobre a terceirização?
  - a) **Aterceirização precisa ser confiada a firma ou empresa que se preocupe com a qualidade.**
  - b) A terceirização serve para baratear o serviço, então é óbvio que a qualidade será sempre menor.
  - c) Uma menor qualidade de terceiros não afetam sua empresa, pois todos sabem que ela é de primeira qualidade.
  - d) É admissível contratar empresas que prestam serviços sem qualidade.

---

---

## Capítulo 32

---

1. Com relação às lojas do mesmo ramo e nicho de mercado o autor afirma que:
  - a) Essas lojas são sempre padronizadas, mantendo um bom nível de atendimento.
  - b) Essas lojas são sempre padronizadas, mantendo um péssimo nível de atendimento.
  - c) **É possível encontrarmos diferenças quilométricas entre lojas vizinhas e do mesmo ramo.**
  - d) As lojas não são padronizadas, mas o atendimento geralmente é ótimo.
  
2. Para um atendimento dar certo ele deve ser:
  - a) **Agradável, humano e profissional.**
  - b) Satisfatório, padronizado e rápido.
  - c) Consistente, despadronizado e lento.
  - d) Ético, eficiente e caro.

---

---

## Capítulo 33

---

1. É correto inserir locais ou sinalizações de “Atendimento ao clientes” nas lojas?

Não, pois por se tratar de um estabelecimento comercial, toda e qualquer área ou funcionário deve ser destinado a atender o cliente, da melhor forma possível.

2. Nesse capítulo, o que foi prejudicial ao atendimento?

Vários fatores foram prejudiciais como: o não cumprimento às indagações do cliente, o clima frio estabelecido entre funcionário e cliente, o desinteresse do atendente, entre outros aspectos.

---

---

## Capítulo 34

---

1. Ao patrocinar um evento, o patrocinador deve cumprir um requisito básico, qual é esse requisito?

Quando alguém se dispõe a patrocinar uma demonstração, em eventos, deve oferecer condições para servir a todos os que se interessarem.

2. Nesse capítulo ficam anotadas algumas advertências do autor, quais são elas?

- \* A promotora de eventos não pode surpreender negativamente.
- \* É preciso dimensionar a demanda para servir qualquer tipo de produto.
- \* Uma torrefação que não consegue servir seu produto num intervalo de meia hora faz propaganda negativa.
- \* Uma demonstração num evento precisa satisfazer a todos.

---

---

## Capítulo 35

---

1. Esse capítulo se trata de uma de uma situação corriqueira, na qual um cliente deixa de ser atendido, se um estabelecimento diz atender 24 horas por dia, qual é sua obrigação?

- a) **Atender realmente 24 horas e não dificultar a vida dos clientes.**
- b) Atender os clientes mais importantes, ou seja, aqueles que compram mais.
- c) Não é necessário atender as 24 horas, pois trata-se apenas de uma estratégia de marketing.
- d) Ninguém é obrigado atender pessoas durante 24 horas e todos os dias.

2. Do que se trata o efeito boca-a-boca?

O efeito boca-a-boca, trata-se da reação dos clientes mal atendidos que sabem que a decadência ronda o estabelecimento que não se enquadra às exigências da clientela.

---

---

## Capítulo 36

---

1. Uma espécie de aviso desnecessário chama a atenção na leitura desse capítulo, qual aviso é esse?

Trata-se de um aviso fixado em uma loja de artesanato com os seguintes dizeres: “quebrou, pagou”.

2. Esse capítulo, de certa forma, trata-se do turismo, onde pequenos pontos podem fazer toda a diferença ao atendimento, cite alguns desses pontos:
  - \* O atendimento agradável nos restaurantes.
  - \* O atendimento agradável em locais de artesanato, apesar do espaço restrito.
  - \* Avisos desagradáveis que podem comprometer a satisfação do cliente em relação ao estabelecimento.

---

---

## Capítulo 37

---

1. Nessa ocasião um vendedor indagou o autor em relação ao plano de assinatura de determinada revista, qual foi a desvantagem citada pelo autor?

Naquela ocasião, se o autor comprasse a revista por 12 meses em qualquer banca, o seu preço seria menor que o preço da assinatura oferecida pelo vendedor.

2. Neste capítulo o autor realiza diversas observações, quais são elas?
  - \* É preciso evitar esse tipo de atendimento ao cliente que irrita aos mais tolerantes.
  - \* Há ocasiões em que o cliente não aguenta mais e reage, em defesa da sua dignidade.
  - \* Os vendedores precisam entender que ninguém pode, precisa ou deve ser feito de besta.
  - \* Pega mal arrebatrar uma revista com a qual havia brindado o cliente.
  - \* É um grande erro oferecer supostas vantagens que podem ser desmentidas na mesma hora. Brinde é brinde; ou oferece ou não faz promoção.

---

---

## Capítulo 38

---

1. A qualidade no atendimento é benéfica ao empreendedor?

O fato é que a qualidade no atendimento é sempre benéfica para o empreendedor, enquanto a sua falta pode redundar em prejuízos de toda monta, e pior, irrecuperáveis.

2. Ao final desse capítulo o autor realiza uma afirmação sobre o atendimento por telefone, qual é essa afirmação?
  - a) **Funcionário ao telefone reflete o padrão da empresa que representa.**
  - b) Você sempre será mal atendido via telefonemas.
  - c) Você sempre será bem atendido via telefonemas.
  - d) O atendimento via telefone é imprescindível para que uma empresa alcance o topo de vendas.

---

---

## Capítulo 39

---

1. Quais motivações envolvem o processo de vendas?

O processo de vendas envolve inúmeras motivações. Entre as mais importantes, podemos destacar o compromisso com o negócio, vocação, empreendedorismo, necessidade, oportunidade, entre outras.

2. Qual o espírito necessário aos vendedores, principalmente aqueles que trabalham em locais como Shopping Centers?

Ao se dirigir ao trabalho, principalmente num ambiente proporcionado pelos shoppings, que envolve passeio, diversão, laser, entretenimento, férias e ócio da clientela, os vendedores precisam ter um espírito em consonância com o local em que trabalham. Não que precisem transformar-se em compradores, mas que estejam preparados para dialogar com a clientela em estado de alegria, descontração e até felicidade. No mínimo, transmitir simpatia e alguma fineza.

---

---

## Capítulo 40

---

1. Nesse capítulo, é citada a passagem de uma cliente em uma sapataria, ela estava desistindo de realizar uma compra quando o gerente do estabelecimento tomou uma decisão que garantiu a venda, cite os acertos do cliente:

O gerente agiu de forma rápida, informando à cliente que mandaria buscar outro calçado em uma de suas filiais, o que deixou a cliente muito satisfeita e sentindo-se acolhida pelo estabelecimento. Essa atitude garantiu a venda e uma cliente totalmente satisfeita.

2. Algumas lições são citadas pelo autor ao final desse capítulo, cite três delas:
  - \* O atendimento precisa ser o mais agradável e profissional possível.
  - \* Qualquer negligência do pessoal de vendas pode significar queda nos negócios.
  - \* Empenhar-se ao máximo para que o cliente não saia da loja sem comprar o que deseja.

---

---

## Capítulo 41

---

1. O que é necessário para que um evento ocorra com sucesso?

Existem vários requisitos indispensáveis para o sucesso de um evento, desde o processo de concepção e planejamento até sua execução, que deve levar em conta os mínimos detalhes. Os participantes estarão atentos, e da análise do projeto sairá a decisão de contratar ou não a empresa promotora. Eles buscam resultados positivos e sabem que o sucesso de uma promoção dessa natureza pode vir a ser ilusório, na empolgação do momento, nas emoções que sempre afloram e que parecem capazes de superar falhas.

2. Quais cuidados devemos tomar ao realizar eventos?

Primeiramente é necessário treinar o pessoal que irá participar do evento, evitar que o evento comece com atraso, preparar o pessoal para o uso de equipamentos de alta tecnologia, preparar o pessoal para que tenham sensibilidade aos acontecimentos, entre outros cuidados.



---

---

## Capítulo 42

---

1. Logo no início deste capítulo são citadas duas situações realizadas de forma incorreta por um caixa, cite quais são elas?

O caixa lançou o pedido do cliente no sistema sem o abatimento do desconto, pois o cliente era portador de um plano de saúde; depois de resolvido esse problema, o caixa cometeu outro erro, lançou o pagamento no cartão de crédito do cliente em sua totalidade, ou seja, uma compra que poderia ser paga em parcelas.

2. Nesse caso, o que faltou ao funcionário que realizou o atendimento?
  - a) Idoneidade.
  - b) Qualificação.**
  - c) Curso superior.
  - d) Leitura de manuais.

---

---

## Capítulo 43

---

1. Esse capítulo deixa uma lição muito valiosa, qual é?

- a) Para manter a clientela, um estabelecimento deve manter sua qualidade.**
- b) Um cliente insatisfeito volta ao estabelecimento para verificar se houve melhora no atendimento.
- c) Pequenos detalhes passam despercebidos aos olhos dos clientes.
- d) Nenhuma das respostas anteriores.

2. Quais as principais lições deixadas nesse capítulo?

- \* A qualidade encontrada no começo precisa reaparecer.
- \* O cliente observa detalhes que representam descaso e desrespeito a ele.
- \* A comida precisa ser mantida em temperatura adequada.
- \* Uma semana sem gelo no restaurante é imperdoável.
- \* É difícil manter uma clientela onde os detalhes essenciais são negligenciados.
- \* A clientela vai em busca do conforto e da qualidade que merece.
- \* Há um ponto onde a recuperação pode deixar de ser possível.
- \* O preço a ser pago pelo descaso no trato com o negócio é alto.
- \* A localização, a marca, a tradição, não perpetuam o sucesso de um empreendimento.

---

---

## Capítulo 44

---

1. Lendo esse capítulo, podemos afirmar que:

- a) Simples gestos de marketing não são peribidos pelos clientes.
- b) O diferencial sempre está no preço do produto.
- c) O cliente não se preocupa se o produto está acima da média do preço praticado.
- d) **Simples gestos de cortesia são essenciais e cativam os clientes.**

2. O autor relata que poucos clientes citam o marketing positivo realizado pelas lojas, porém, muitos citam o marketing negativo, qual lição podemos tirar dessa situação?

É sempre bom realizar marketing positivo, é ainda melhor que poucos citem nossos pontos fortes do que muitos citando algo errado em nosso atendimento, o que afeta a qualidade e diminui a clientela.

---

---

## Capítulo 45

---

1. Nesse capítulo que se trata especificamente da qualidade de estabelecimentos laboratoriais ficou evidente que não houve a qualidade pretendida pelo cliente. Cite os erros cometidos pelo laboratório.

A funcionária que realizou o atendimento deixou de explicar parte da dieta que deveria ser realizada para fazer o exame, os exames demomaram para ficar prontos e a surpresa total, o exame mais importante não tinha sido feito. O cliente teve que refazer o exame, que foi explicado com uma dieta diferente da dieta anterior. Esses foram os principais erros cometidos pelo laboratório.

2. Ao se tratar da saúde, a qualidade nos exames deve ser primordial?

- a) Sim, mas somente para elucidar os médicos, pois os pacientes não sabem ler um exame.
- b) **Sim, todo o processo de qualidade deve ser primordial, elucidando as questões com pacientes e com profissionais da saúde.**
- c) Não totalmente, pois como se diz há muito tempo, errar é humano.
- d) A qualidade deve ser estudada de acordo com a gravidade do quadro, quadros mais simples não necessitam de qualidade.

---

---

## Capítulo 46

---

### 1. Escreva sobre qualidade de atendimento na saúde.

A qualidade no atendimento em saúde – que consideramos um dos três pilares da humanização hospitalar (Os outros dois seriam qualidade de vida no trabalho e condições de atendimento) – pode ser percebida a cada momento em que se precisa comparecer a qualquer unidade, seja na condição de paciente, acompanhante ou profissional. Da mesma forma que a falta de qualidade normalmente até se destaca mais, visto que parece ser mais difícil elogiar que criticar.

### 2. Depois de ler o capítulo ficamos com algumas lições expostas pelo autor, quais são elas?

- \* A qualidade no atendimento é percebida já na preparação para os exames.
- \* É absolutamente indispensável preocupar-se em sanar a dor do paciente.
- \* É necessário muita atenção, já que esses profissionais lidam com pessoas enfermas.
- \* O cliente bem atendido fica profundamente grato.

---

---

## Capítulo 47

---

### 1. Sobre a humanização no atendimento da saúde, podemos destacar que:

- a) A humanização não é algo primordial, haja vista que a qualidade dos resultados deve ser superior.
- b) A humanização é essencial, contudo não é controlada pelos clientes e nem por órgãos fiscalizadores.
- c) A humanização não se trata de algo permanente.
- d) **A humanização na saúde tende a se tornar algo completo e permanente, em todos os setores que prestam esse tipo de serviço.**

2. Cite qual deve ser o nível de sintonia entre clínicas de saúde e profissionais médicos.

Estes setores precisam estar sintonizados perfeitamente com os profissionais médicos que vão atender a clientela, para evitar desencontros, desmarcações e problemas mais sérios para os clientes. Pois quem procura um consultório médico normalmente está com problema de saúde e sempre tem pressa para se tratar.

---

---

## Capítulo 48

---

1. Podemos dizer que a tecnologia teve relação de melhoria na saúde?

É sabido que a tecnologia obteve avanços imprevisíveis e inimagináveis, criando equipamentos capazes de mudar e assegurar impressionante melhoria da qualidade de vida para os que dela se beneficiam. Estes avanços podem ser percebidos nitidamente na área de saúde, em que é constante e cada vez mais expressivo o trabalho na busca de prevenção e cura das doenças, bem como da longevidade.

2. O avanço da tecnologia também trouxe malefícios, que gerou um tratamento frio e quase maquinário aos pacientes, contudo, isso foi rapidamente percebido e algumas ações são tomadas para evitar esse tipo de tratamento. O que e quais são essas ações?

Hoje, atividades multidisciplinares, interdisciplinares e transdisciplinares são realizadas no dia-a-dia em busca da qualidade do serviço, incorporando, entretanto, um elemento aparentemente paradoxal: a humanização. É nesse aspecto que surge a nova realidade, na qual é necessário estabelecer uma nova cultura no atendimento hospitalar exercitando a interdisciplinaridade no atendimento. Diz respeito fortemente a aspectos emocionais do profissional de saúde – o cuidador – e do usuário no hospital, às condições e qualidade no atendimento.

A compreensão da Qualidade e Humanização do Atendimento em Saúde envolve questões determinantes da nova estrutura de qualidade e humanização, entre elas aspectos do trabalho do médico, do enfermeiro, do assistente social, do psicólogo, do assessor jurídico, enfim de todas as categorias. São temas que estarão presente em todos os momentos da vida de cada profissional. A realidade que vivemos aponta para a necessidade de um engajamento nesta luta, que é justa, e para a qual a maior contribuição parte do senso de justiça que temos dentro de nós.

---

---

## Capítulo 49

---

1. O que o autor sugere para melhorar o atendimento hospitalar?

O atendimento ao usuário está em todos os cantos e recantos do hospital. Do porteiro ao diretor geral. Todos os funcionários precisam estar sintonizados com uma política coerente de atendimento, a fim de dar respostas competentes e precisas às perguntas que surgem a todo momento. Cada um conforme suas atribuições, naturalmente.

É possível que precise de outros tipos de comunicação com o usuário. Aí, cabe estudar, conforme as dimensões do hospital, que tipo de comunicação. Além dos contatos normais do atendimento, pode ser aberto um canal para sugestões e reclamações. Hospital de médio porte já pode até comportar uma ouvidoria, com pessoal suficiente para realizar um bom trabalho. Nos hospitais menores, caixas de sugestões e reclamações são suficientes.

2. No caso de morte de uma pessoa, quem deve dar a notícia e prestar os esclarecimentos à família?

A notícia pode ser dada pela equipe, que informa e presta esclarecimentos à família. Entenda-se como equipe a unidade multidisciplinar que permeia todo o atendimento e é constituída pelos médicos, enfermeiros, assistentes sociais, psicólogos e outros profissionais envolvidos no atendimento. Trata-se de um momento onde a atuação tem de ser efetuada num clima de total entendimento, diálogo e profissionalismo. Não sendo assim, a ação se burocratiza, forma-se um clima de indefinição descabida e a família do usuário, bem como a qualidade e a humanização do atendimento saem prejudicadas.

É preferível que a opção seja pela harmonia, para garantir o melhor atendimento ao cliente hospitalar e seus familiares.

---

---

## Capítulo 50

---

1. Nesse capítulo, o autor faz uma importante indagação sobre a espera por informações, cite a indagação do autor.

O autor diz que a espera é mais penosa quando o cliente não possui informações.

2. Cite outras informações das quais podemos tirar proveito desse capítulo.

- \* As empresas precisam implantar a qualidade de forma eficaz.
- \* A atenção, a maestria, a cortesia despertam interesse.
- \* É preciso criar um bom clima na relação clínica/cliente.
- \* A recepção não é lugar para pessoas descorteses e fofoqueiras.

---

---

## Capítulo 51

---

1. Nesse capítulo o autor cita uma passagem na qual uma atendente prepara o embrulho de um presente de forma errônea e totalmente inadequada. Ao ler o capítulo, podemos definir que:

- a) **O embrulho faz parte da qualidade e deve ser bem feito.**
- b) A qualidade não está no embrulho, mas sim no produto que foi adquirido.
- c) As lojas não precisam treinar seus funcionários nesse quesito, já que todos encontram-se preparados.
- d) A qualidade do embrulho, em muitos casos, deve ser superior à qualidade do produto.

2. Após perguntar sobre a qualidade do embrulho, o autor é surpreendido pela atendente, de que forma?

O autor é desrespeitado pela atendente que o atende mal e friamente, trata-se de um caso de mal atendimento, o qual não deve ocorrer.

---

---

## Capítulo 52

---

1. Nesse capítulo é tratada uma passagem onde uma cliente se esqueceu de pagar uma conta e foi bem atendida pelo provedor de serviços, cite essa passagem.

Trata-se de um provedor de serviços de Internet, onde a cliente realizou uma ligação para o suporte técnico para resolver um problema com sua conexão, nesse caso, o funcionário do suporte realizou um ótimo atendimento, referindo-se que o problema se encontrava no departamento comercial.

2. Podemos tirar bons proveitos e lições desse capítulo, quais são elas?

- \* Surpreender o cliente com boas atitudes será sempre compensador.
- \* Os gestos de honestidade, seriedade e respeito são inesquecíveis.
- \* Pessoas de boa índole e postura existem em todas as empresas.
- \* Os fatos desagradáveis chamam mais atenção e findam repercutindo mal.

---



---

## Capítulo 53

---

1. Esse capítulo trata-se de uma ligação bancária em um final de semana, qual cuidado deve ser tomado para não atrapalhar o cliente nesse caso?

A empresa deve estar sintonizada com o tempo e espaço de seus clientes, por exemplo, é injustificável a empresa realizar esse tipo de ligação nos horários em que o cliente está praticando lazer, ou almoçando por exemplo.

2. Outro ponto importante tratado nesse capítulo foi a capacidade de a empresa registrar as reclamações do cliente, isso é realmente importante?

Sim, pois toda e qualquer reclamação do cliente deve ser atendida e visualizada como um feedback, para que tanto a empresa como o funcionário não acabem cometendo o mesmo erro.

---



---

## Capítulo 54

---

1. Nesse capítulo o autor cita dois tipos diferenciados de atendimento aos clientes, na mesma hora e no mesmo local, cite essa passagem.

O que aconteceu nessa passagem é que quando uma cliente era atendida com desleixo, outra era atendida de forma mais eficaz e organizada, se tratando de alimentação, isso não poderia acontecer de forma alguma.

2. O autor deixa algumas afirmações ao final desse capítulo, quais são elas?

- \* Comida mal e porcamente embrulhada, ninguém merece.
- \* A surpresa ruim e a frustração estragam o prazer da refeição.
- \* Descaso e descompromisso afastam a clientela.

- \* Os clientes procuram os lugares onde são bem atendidos e se sentem confortáveis.
- \* Atendimento diferenciado para dois clientes no mesmo local e hora é absurdo.

---

---

## Capítulo 55

---

1. Nesse capítulo é citada uma empresa de aviação civil, onde uma funcionária:
- a) Realiza um bom atendimento, de forma eficiente e de maneira cordial.
  - b) Realiza um péssimo atendimento, sem mesmo olhar para o rosto da cliente.
  - c) Não atende uma cliente em potencial.
  - d) Nenhuma das respostas anteriores.

2. Ao final do capítulo o autor faz uma breve consideração sobre empresas de aviação civil, qual é essa consideração?

O autor faz referência sobre a atual situação econômica da empresa de aviação, lembrando que na época a empresa enfrentava uma grave crise financeira e depois veio a falência.

---

---

## Capítulo 56

---

1. Do que se trata a norma NBR ISO 10002?

- a) Qualidade relacionada ao meio ambiente.
- c) Qualidade relacionada a qualidade total.
- c) Qualidade relacionada a satisfação do cliente.**
- d) Qualidade relacionada a aviação civil.

2. Nesse capítulo o autor deixa vários ensinamentos, cite alguns deles:

- \* Mal atendimento pode deixar a empresa sem ter a quem vender.
- \* A observação de pequenos detalhes pode evitar sérios problemas.
- \* Desatenção, arrogância, esnobação com clientes é verdadeira cegueira.
- \* O cliente mal atendido pode desviar a clientela de quem não lhe atendeu bem.
- \* O atendimento precisa ser bom também na essência dos produtos e serviços.
- \* Atendimento sem calor humano aumenta a taxa de desemprego.
- \* Qualidade é a ferramenta ideal para evitar meus maiores negócios.
- \* Se o cliente está perdido, você pode perder o cliente.
- \* Alguém queria comprar, mas não foi atendido.



---

---

## Capítulo 57

---

1. Algo que passa quase imperceptível é a segurança no atendimento, podemos dizer que ela faz parte da relação venda e compra?

Sim, a segurança no atendimento é algo primordial, trata-se de uma base para a concretização de bons negócios, principalmente aqueles que envolvem maior valor monetário.

2. Nesse capítulo o autor descreve uma passagem de segurança no atendimento, qual foi ela?

Foi o fato de o cliente ter reencontrado um produto que havia esquecido na praça de alimentação do estabelecimento, devido ao bom trabalho da equipe de segurança.

---

---

## Capítulo 58

---

1. A criação de parâmetros ajuda a medir a qualidade do atendimento?

Sim, a descoberta, produção ou criação de parâmetros ou indicadores de qualidade no atendimento tem enriquecido de tal forma o trabalho de monitoração e avaliação, que já é possível concluir com segurança se uma empresa ou instituição está atendendo bem ou não a sua clientela.

2. O bom atendimento gera boas consequências para o estabelecimento comercial?

Sim, o bom atendimento acarreta no maior número de vendas, no maior volume de clientes satisfeito e maior volume monetário nos caixas da empresa.

---

---

## Capítulo 59

---

1. Um vendedor deve sempre estar preparado, inclusive para atender aqueles clientes que são mais apressados? Como?

Sim, o vendedor deve estar preparado para atender no ritmo do cliente, tendo sensibilidade para influir no desfecho da transação. Portanto, se o cliente está apressado, que o vendedor se esforce para satisfazê-lo da melhor forma possível. Sem demonstrar qualquer estranheza pela sua movimentação, fazendo com que ele acredite que esta sintonia é natural naquele estabelecimento. Aliás, o atendimento pode ser fácil, pois o cliente que está apressado praticamente já está decidido pelos itens que vai adquirir. Pode tratar-se simplesmente de fechar vendas.

2. Responda (V) para verdadeiro e (F) para falso:

(V) O vendedor deve atender em sintonia com o cliente.

(F) O vendedor não deve ter pressa, a pressa é do cliente.

(F) Se um cliente está apressado, com certeza irá adquirir o produto, mesmo com a lentidão do vendedor.

(V) O cliente apressado já está decidido pelos itens que irá adquirir.

---

---

## Capítulo 60

---

1. Após entrar em uma loja um cliente ultrapassou uma barreira para comprar um produto, nesse caso, ele pode sair da loja sem comprar o produto por apenas três fatores, quais são eles?

Falta de qualidade na venda; falta do produto na medida desejada; falta de condições de pagamento.

2. O que é necessário para assegurar a qualidade na venda?

Para assegurar a qualidade na venda, esta tem de ser cercada de todas as preocupações. Garantir que nenhuma atitude ou aspecto da loja atrapalhe a transação, entendendo, no entanto, que insistência exagerada, por exemplo, é um pecado, pois não devemos aborrecer o cliente que pode voltar depois por vários motivos. Há um limite, já que o cliente não vai comprar o que não gosta e isto precisa ser bem avaliado no momento do atendimento.

Subentende-se que para não sair sem comprar, o cliente tem de encontrar o que quer. Portanto, estoque e variedade é outro ponto muito importante, já que não existe venda sem lucro e o lucro é o objetivo do negócio.

---

---

## Capítulo 61

---

1. Uma falha presunção que ainda acontece entre vendedores é a de que:
  - a) **Quem possui poder de compra está sempre bem vestido e super arrumado.**
  - b) Pessoas com aparência mais simples também possuem poder de compra.
  - c) Pessoas super arrumadas geralmente são ricas.
  - d) O atendimento deve ser prioritário às pessoas que estão mais arrumadas.
2. Nesse capítulo o autor cita um amigo que não conseguiu realizar uma venda de motocicleta, qual foi o motivo?

O motivo foi que seu amigo vendedor não retornou uma ligação, perdendo o cliente e a venda.

---

---

## Capítulo 62

---

1. Nesse capítulo houve uma recusa de venda, que ocorreu por causa de um funcionário não possuir o dinheiro do troco, qual era esse valor?
  - a) **R\$ 3,50**
  - b) R\$ 5,00
  - c) R\$ 6,00
  - d) R\$ 3,40
2. Outro erro abordado nesse capítulo, foi de uma cliente que foi mal atendida, em seguida, ela procurou a gerência para que as devidas providências fossem tomadas, ouviu um simples pedidos de desculpas, então a cliente resolveu buscar a ouvidoria da empresa na Internet, qual foi a resposta que obteve?

A empresa respondeu a leitora que estaria encaminhando sua reclamação à gerência (já notificada pela cliente) da referida loja da rede. Ou seja, nada foi resolvido.

---

---

## Capítulo 63

---

1. Nesse capítulo fica claro que:
  - a) Os funcionários da empresa estão aptos a atender todos os clientes.
  - b) Os funcionários agem de forma inadequada pois sabem que não receberão advertências.**
  - c) Os funcionários tratam os clientes com gentileza e respeito.
  - d) Nenhuma das respostas anteriores.
2. Responda (V) para Verdadeiro e (F) para Falso:
  - (F) O erro entre preços de produto na prateleira e no caixa é totalmente admissível.
  - (F) Um cliente quase nunca possui razões para reclamar.
  - (V) Nunca deve-se tratar um cliente com ironia e desprezo.
  - (V) Além de desculpas a gerência deve adotar ações que confortem seus clientes quando erros são encontrados.

---

---

## Capítulo 64

---

1. Nesse capítulo é citado o caso de uma servente de limpeza que não cumprimenta os clientes, essa atitude está correta?

Não, pois todos os funcionários de um estabelecimento fazem parte do atendimento, sendo assim, devem agir de forma cortez, de modo que o cliente sinta-se confortável.
2. Ao final da leitura desse capítulo, é possível retirar algumas lições, quais são elas?
  - \* É preciso receber o cliente e fazer com que se sinta acolhido.
  - \* É importante que cada funcionário cumprimente as pessoas por quem passar.
  - \* Varrer a sala de espera cheia de clientes é anti-higiênico, antipático e insalubre.
  - \* Se tem ar condicionado e TV, que seja oferecido desde o primeiro cliente que chegue.

---

---

## Capítulo 65

---

1. Cite três qualidades essenciais para qualquer vendedor.

Competência, educação e simpatia.

2. Como um vendedor deve portar-se em relação ao requisito simpatia?

Uma das características mais importantes no relacionamento vendedor – comprador é a capacidade de envolver com o olhar atencioso, o sorriso sincero, palavras aveludadas. O cliente se sente cativado com esse tratamento, que é possível e necessário a quem pretende se dar bem nos negócios ou na profissão