



**Fernando Raízer**  
jfraizer@gmail.com  
Skype: fernando.raizer1



## Gerenciando as reclamações dos clientes

**Q**uando um cliente contata a sua empresa para expressar sua insatisfação quanto ao seu produto, certamente você deve experimentar algumas emoções conflitantes.

Por um lado, você sente que tem problemas – o seu produto não atendeu as expectativas do cliente e clientes insatisfeitos significa perdas de futuras vendas...

Por outro lado, você é um sortudo. **A maioria dos clientes não reclama.**

A proporção de reclamações pode variar de 1: 30 até 1:300 - Isso quer dizer que para cada cliente que reclama, até outros 300 clientes descontentes não o fazem - simplesmente mudam o produto e o fornecedor.

Quando um cliente reclama, ele está lhe dando uma oportunidade de ouro!

Você agora é capaz de responder ao cliente desapontado, se desculpar, compensá-lo e fazê-lo sentir-se melhor com a experiência desagradável que ele teve com o seu produto.

Além disso, você está recebendo um valioso retorno que pode e deve ser colocado como parte do seu plano de ações corretivas da sua empresa.

O check list abaixo deve ser levado em consideração na sua política de atendimento de reclamações. Se você responder “NÃO” a qualquer uma das perguntas abaixo, você precisa rever a sua política de como lidar com reclamações dos clientes.



PERGUNTA	SIM	NÃO
1) Todas as suas embalagens de produtos, folders, folhetos e etc encorajam o cliente a entrar em contato com a empresa em caso de insatisfação?		
2) As informações de contato estão claras e bem visíveis? Você pode ser contatado por telefone, e-mail, fax ou carta?		
3) As reclamações dos Clientes são tratadas pronta e polidamente?		
4) Você tem um protocolo de procedimentos dedicado e urgentes para lidar com reclamações dos médicos veterinários?		
5) Você tem um sistema realmente eficiente de monitorar / acompanhar as reclamações dos clientes?		
6) Você tem uma política bem definida de compensação ao Cliente?		
7) Todas as reclamações são prontamente e apropriadamente avaliadas?		
8) Você coleta e monitora as reclamações dos seus lojistas/revendedores?		
9) Você analisa estatisticamente as tendências das reclamações dos Clientes e faz Planos de Ação orientados por essas análises?		
10) A sua Equipe está ativa e efetivamente envolvida nessa tarefa?		

**ENCORAJANDO AS RECLAMAÇÕES**

Há empresas que não encorajam reclamações. Embora reclamações possam ser desagradáveis, há três boas razões para encorajar os clientes a reclamar:

1 - Se acontecer de uma partida de alimento escapar dos seus padrões de qualidade, e ir para o campo, o primeiro sinal do desastre virá dos seus clientes. Se os seus clientes estiverem preocupados por qualquer razão, é extremamente importante que eles sejam encorajados a reclamar. Uma resposta rápida a



uma reclamação pode até provocar um "recall", mas por outro lado pode salvar o seu negócio de uma catástrofe total.

Ajuda bastante uma mensagem na embalagem como essa: *"Fazemos o melhor de nós para fornecer ao seu Pet um produto da mais alta qualidade. Porém se de alguma forma estiver insatisfeito, ligue gratuitamente para ..... ou e-mail para ....."*.

Lembre-se diariamente de duas coisas:

- Uma partida de má qualidade (ou "batch") de 3000 kg após embalada em pacotes de 1 kg pode significar 3000 problemas graves no campo.
- Para matar um boi é necessário bater na cabeça dele e sangrá-lo. Para matar dezenas de pequenos animais de estimação basta você receber uma partida de ingrediente contaminada com certas micotoxinas em concentrações fatais e colocá-la dentro da sua embalagem. - o desastre é mais do que certo.

2 - Se você tornar difícil para o cliente fazer uma reclamação, não somente eles irão se sentir infelizes, mas você não ficará sabendo disso!

O mínimo que eles podem fazer é espalhar para os amigos a má experiência que eles tiveram com o seu produto. Eles também podem contatar o Sistema de Defesa do Consumidor, grupos de Clientes consumidores, imprensa ou outras autoridades.

3 - Você precisa dessa informação trazida por uma reclamação. Lembre-se: encorajando essa ação dos clientes, você não está procurando aumentar o número de clientes insatisfeitos, e sim apenas a percentagem daqueles que manifestam a sua insatisfação para com o seu produto.

## ***MANEJANDO AS RECLAMAÇÕES DOS CLIENTES:***

Somente colocar uma mensagem agradável, um número de telefone 0800 e um endereço de e-mail nas embalagens adianta muito pouco se você não tiver uma estrutura de atendimento. Se você não tiver uma estrutura de atendimento apropriada para atender o Cliente, melhor seria você não colocar telefone ou mensagem alguma na embalagem.

É preferível que eles fiquem descontentes pelo fato de ser difícil contatá-lo, do que extremamente irritados devido a um péssimo atendimento!!!

A informação que o Cliente quer transmitir pode chegar incompleta, uma verdadeira "bola quadrada". Cabe ao atendente "arredondar" essa informação para que ela seja útil para a Empresa, e ao mesmo tempo transmitir ao Cliente que o recado dele foi ouvido.

*Os seguintes Princípios - Chave devem nortear o seu sistema*

*de atendimento ao Cliente.*

- Estabeleça contato humano tão rápido quanto possível!

Se a pessoa está chamando ao telefone, responda cortes e prontamente. Se não é possível atender imediatamente, dê à pessoa que está chamando a opção de deixar uma mensagem e contate-o imediatamente de volta. Se o contato tiver sido por e-mail, inicie imediatamente uma chamada por telefone.

- Assegure-se que a sua Equipe de serviço ao Cliente está devidamente treinada e motivada. A atitude de um atendente deve deixar claro ao Cliente que a reclamação dele será bem representada perante a Empresa. Essa atitude de boa vontade e atenção elimina grande parte do sentimento de raiva e confronto comuns na reclamação. Se o atendente estabelecer "de cara" um comportamento de defesa da empresa, o sentimento de confronto irá aumentar.

- Não assuma responsabilidade automaticamente. Reconheça a legitimidade da reclamação, mostre empatia, e respeite o fato de que o Cliente teve uma experiência negativa, mas não há necessidade de admitir a possível falha. Assegure ao Cliente que o evento sobre o qual ele reclama irá ser encaminhado imediatamente ao Setor da Garantia da Qualidade. Forneça ao Cliente um número de protocolo, garantindo que ele irá ter retorno sobre essa reclamação.

- Assegure-se que NINGUÉM além da Equipe treinada e designada para atendimento ao Cliente irá lidar com as reclamações de Clientes. Passar a ligação para o Chefe da Produção pode ser algo extremamente desastroso!!!

- Se uma recepcionista ou secretária receber uma ligação de um Cliente, assegure-se que essa pessoa seja orientada a pegar o número do telefone do Cliente antes de passar a ligação para o SAC ou pedir que ele ligue para outro número. Deixar o cliente "flutuando" no vácuo entre duas ligações pode ser extremamente irritante!!

## ***RECLAMAÇÕES URGENTES DE CARÁTER VETERINÁRIO***

Qualquer reclamação na qual o Cliente esteja preocupado que o seu Pet tenha ficado doente por consumir o seu produto, ou qualquer reclamação referente a qualquer problema de palatabilidade, devem ser gerenciadas de modos diferente das outras reclamações.

Algum veterinário da empresa ou nutricionista deve contatar imediatamente o Cliente para determinar a exata natureza da reclamação.

Se o Pet foi examinado por um veterinário do Cliente, é



muito útil que o veterinário da empresa discuta o caso com o veterinário do Cliente. O produto que foi alvo da reclamação deve ser encaminhado imediatamente para o laboratório da empresa. Amostras daquela partida de alimento devem ser localizadas e testadas.

O veterinário da empresa às vezes pode determinar se uma reclamação de palatabilidade é real - pode ter acontecido que houve uma troca súbita de produto com o qual o animal estava acostumado, ou que ele tenha tido um problema de saúde não relacionado com o alimento. O representante da empresa também pode orientar o proprietário quanto aos hábitos de alimentação do animal.

### ***MONITORANDO RECLAMAÇÕES***

O mínimo que se pode esperar de um colaborador que recebe reclamações de Clientes é que ele tenha disponível e siga um protocolo de FORMALIZAÇÃO da reclamação, que deve ser numerada, encaminhada aos responsáveis pelo andamento das ações necessárias e monitorada quando do retorno ao Cliente.

Reclamações isoladas do tipo: "Lojista tal está reclamando que o formato do biscoito está muito pequeno"; ou "muito grande"; ou "o

REX está fazendo cocô mole"; não servem absolutamente de nada.

Principalmente quando essas reclamações vêm da força própria de vendas, de lojistas ou revendedores. A bola tem que ser "redonda" e não quadrada. O Setor de Garantia da qualidade e a direção da empresa não podem exercer eventuais ações corretivas sem ter em mãos as informações necessárias.

Iremos abordar na próxima edição da Revista PET FOOD:

- Como estabelecer uma política de compensação ao Cliente;
- Como monitorar a Qualidade do Serviço de Atendimento ao Cliente;
- Reclamações manejadas pelos lojistas / Revendedores;
- Avaliação de reclamações;
- Análise estatística de reclamações;
- Envolvimento e comprometimento dos Colaboradores.

No próximo artigo vamos falar de Monitoração de Reclamações com a utilização de um sistema informatizado em base a um banco de dados, mas pelo menos (e não menos), deve-se utilizar um impresso para formalizar internamente a reclamação conforme o exemplo sugerido a seguir:



## RECLAMAÇÃO DE CAMPO

( SOMENTE PARA CONTROLE INTERNO )

AT Srs.

	NOME/DPTO	DATA	VISTO
1-)			
2-)			
3-)			
4-)			
5-)			
6-)	Retornar para o S.A.C		

RECLAMAÇÃO Nº

RECEBIDA EM :  DATA DE RETORNO AO CLIENTE

LINHA DE PRODUTO

UNIDADE DE FABRICAÇÃO

NOME CLIENTE/REPRESENTANTE:

DDD - FONE

ENDEREÇO ( RUA / Nº )

CIDADE / ESTADO

PRODUTO / TAMANHO DA EMBALAGEM

DATA DE FABRICAÇÃO / LOTE Nº

QUANTIDADE DE SACOS

DESCRIÇÃO DO PROBLEMA :

AÇÕES / FOLLOW UP ( DPTO DE CONTROLE DE PRODUTO / CQ FÁBRICA / PRODUÇÃO/CONTABILIDADE/ VENDAS)

Nº	AÇÃO	QUEM	REALIZADO EM