



*Aula 28/02/2023*

# Atendimento de clientes a distância

Maravilhosa Ltda.

---



# Clientes ao redor do mundo

---

Achei essa dúvida muito legal, porque é um clássico exemplo do que é óbvio para mim e pode não ser para outras pessoas.

Quando vi essa sugestão no formulário, entendi que não é toda social media que já atendeu clientes que não moram na mesma cidade que ela.

Então, vamos falar sobre eles.





# O mundo nas nossas mãos

---

Amei a foto do slide anterior porque ela representa exatamente a melhor parte da nossa profissão: temos o mundo na palma da mão, no nosso celular.

O desafio de atendimento à distância pode ser tanto para clientes em outros países, como aqui no Brasil mesmo (que parece tem vários países em um né, por conta da diversidade cultural de cada região).

Atender clientes na sua cidade pode ser um diferencial para que você consiga executar algumas etapas, como captação de conteúdo, e até uma vantagem de que você entende a cultura local e se comunica da mesma forma. Ser a única social media da cidade também é ótimo para as finanças!

Por outro lado, só atender clientes da sua cidade, principalmente em cidades pequenas, pode te limitar no preço, nos nichos disponíveis e até na vergonha de gravar conteúdo porque todo mundo te conhece.

# Problema internacional

---

Até no Brasil temos algumas regiões com fusos diferentes, mas essa diferença fica mais expressiva quando falamos de outros países.

Ao atender clientes com fusos diferentes do seu, é importante ser flexível para responder fora do horário habitual de trabalho (mantendo o bom senso). Comunicar isso ao cliente desde o primeiro contato é essencial, principalmente se quem não está no Brasil é você, social media.

Se for esse o caso, eu deixaria um horário de expediente que fosse adequado ao Brasil também, dentro do possível. Por exemplo: em vez de atender 8h às 17h no seu fuso, fazer um horário para atender das 10h às 16h no Brasil.

# Problema internacional

---

Até no Brasil temos algumas regiões com fusos diferentes, mas essa diferença fica mais expressiva quando falamos de outros países.

Ao atender clientes com fusos diferentes do seu, é importante ser flexível para responder fora do horário habitual de trabalho (mantendo o bom senso). Comunicar isso ao cliente desde o primeiro contato é essencial, principalmente se quem não está no Brasil é você, social media.

Se for esse o caso, eu deixaria um horário de expediente que fosse adequado ao Brasil também, dentro do possível. Por exemplo: em vez de atender 8h às 17h no seu fuso, fazer um horário para atender das 10h às 16h no Brasil.

# Alinhamento de expectativas

---

Outro ponto essencial desde a proposta: qual é o seu horário de atendimento. Deixar isso claro evita problemas futuros e, principalmente, deixa o cliente informado sobre o seu horário e ele consegue decidir se faz sentido pra ele.

É muito frustrante para os dois lados quando a gente só descobre a incompatibilidade de horários depois do contrato. Pense como cliente também: se você é contratada para trabalhar de segunda à sexta e começam a te escalar aos sábados, você vai ficar super brava, né?

O cliente também vai se frustrar ao esperar entregas em um horário e você fazer em outro. Deixe claro na sua proposta, no seu whatsapp business e no seu manual de boas-vindas.

# Ferramentas

---

Informar como são feitas as entregas e por onde é a comunicação diária também é essencial para que o trabalho flua e, de fato, você facilite a vida do cliente (sem complicar a sua).

É bacana ter na proposta e no onboarding (atualmente deixo só no onboarding - está na aula de boas-vindas ao cliente) por onde serão feitas as entregas.

No meu está assim: "As entregas são feitas pelo Trello e aviso no grupo do WhatsApp em que você, eu e a designer participamos."

Aí você personaliza e adequa de acordo com as suas entregas. Exemplo: os vídeos para edição devem ser colocados no drive, segue o link.

# Ferramentas

---

Informar como são feitas as entregas e por onde é a comunicação diária também é essencial para que o trabalho flua e, de fato, você facilite a vida do cliente (sem complicar a sua).

É bacana ter na proposta e no onboarding (atualmente deixo só no onboarding - está na aula de boas-vindas ao cliente) por onde serão feitas as entregas.

No meu está assim: "As entregas são feitas pelo Trello e aviso no grupo do WhatsApp em que você, eu e a designer participamos."

Aí você personaliza e adequa de acordo com as suas entregas. Exemplo: os vídeos para edição devem ser colocados no drive, segue o link.



# Customer Success

---

A palavra-chave para deixar o cliente satisfeito é FLEXIBILIDADE.

O que não significa deixar o cliente fazer o que quer, mas ser flexível e pensar em como ajudar o cliente caso ele tenha algumas dificuldade técnica. Por exemplo: tem uma cliente que está na empresa há 2 anos e prefere revisar os textos em Word. Eu envio para ela nesse formato, no grupo do WhatsApp mesmo, e depois subo o texto revisado no Trello.

Não me dá nenhum trabalho a mais e a cliente consegue revisar com mais facilidade. Inclusive, ficar teimando para um cliente se adaptar ao seu formato e não ao contrário, costuma atrasar muito o envio de materiais e aprovações.

# Clareza

---

De nada adianta ter milhões de documentos lindos se o cliente não entende nada do que está escrito.

Ele sabe o que será feito depois do pagamento? E depois das legendas? Envie o manual de boas-vindas para ele ficar por dentro do que vai acontecer após o PIX.

Além disso, a clareza deve estar presente no dia a dia também. Descreva o que é cada etapa do seu trabalho, deixe salvo no seu Trello interno da empresa (se não tem: crie! Veja o módulo de processos) e envie junto de cada entrega.

Isso evita que o cliente se decepcione com as suas entregas por falta de clareza e também evita que você perca tempo escrevendo tudo do zero para cada cliente.

# Exemplo: linha editorial

---

Carol envia para cliente:

Bom dia NOME, tudo bem? Estou enviando a linha editorial + a sugestão para alteração da bio e revisão dos destaques. Por favor, analisa tudo com calma e me dá um feedback em até 01 dia útil.

O que é linha editorial:

É a organização dos temas do seu perfil. Além do seu tema principal, que é o que você vende, colocamos um tema auxiliar que tenha a ver com você e com a sua audiência. Assim, o seu perfil fica interessante e não fala só sobre trabalho.

# Personalização

---

Outro ponto a ser flexível e analisar a preferência do cliente é na comunicação por áudio ou escrita.

Eu estou negociando (pra quem está vendo gravada: em Fevereiro/2024) um contrato com uma conta de +300k seguidores e a moça não quis fazer reunião, ela pediu pra gente conversar por WhatsApp.

E tá tudo ótimo, o que impede de fechar contratos de alto ticket é a falta de personalização. Se vai ter reunião ou não, fica a critério seu e do cliente.



# Cumprir prazos

---

Essencial comunicar ao cliente quais são os prazos de entrega (isso é feito após o briefing, pois não dá pra começar sem as respostas do briefing).

Em cada etapa, você deixa claro que aguarda a aprovação para dar continuidade e que, caso atrase, as datas serão reajustadas.

Exemplo: as legendas da semana 1 seriam entregues no dia 02/03, mas o cliente aprovou o calendário somente dia 01/03. Você agradece a aprovação e comunica que as próximas entregas foram reagendadas para as seguintes datas: XYZ.



# Desafio

---

- Defina os prazos de entrega padrão para cada etapa. Ex: 2 dias úteis após o briefing será entregue a linha editorial, e assim por diante.
- Escreva um texto para cada entrega e deixe salvo na sua ferramenta de trabalho (Notion, Trello...)

