

# Qualidade no

Sugestões e Reflexões para você prestar um excelente serviço e fidelizar seu Cliente.



Superando as Expectativas do Cliente

“O atendimento deve reciclar-se e evoluir com a mesma velocidade e frequência com que mudam os desejos, exigências e vontades dos consumidores. Atrair, converter e fidelizar clientes são etapas de um caminhar sem fim.”

Albério Gonçalves

**Atendimento ao Cliente não é uma técnica a ser implantada, mas uma postura a ser cultivada.**





**VOCE NASCEU PARA VOAR ALTO!**

## **Treinamentos & Palestras** CORPORATIVOS

Os Treinamentos & Palestras ministrados pelo Prof. Amauri são participativos e dinâmicos, onde os participantes tem momentos de Reflexão, Aprendizado e Descontração.



**www.amauri.net**  
**contato@amauri.net**  
**(44) 9125 - 5666 / (44) 3225 - 4750**

O melhor Atendimento e Resultado está centrado na palavra de Deus:

Peça e lhe será dado; procure e encontrará;  
bata na porta e ela lhe será aberta. Porque  
aquele que pede, recebe; aquele que procura,  
encontra; aquele que bate, a porta se abre.  
(Mateus 11:9)

Buscai primeiro o reino de Deus e  
sua justiça, e todas as outras  
coisas vos serão acrescentadas.  
(Mateus 6:33)

### BIBLIOGRAFIA - FONTE DE PESQUISA

Atendimento nota 10  
Performance Research Associates  
Editora Sextante

O excepcional atendimento ao cliente  
Editora Edicta

O que o Cliente quer que você saiba  
Editora Campos

Atendimento Show  
Markação Editora  
www.vendamais.com.br

Dicionário Aurélio

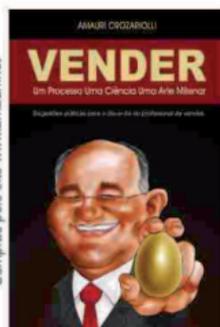
Princípios de Marketing  
Editora Prentice Hall  
www.nextmarketing.com.br  
Michel Moreira

De olho na Equipe  
Editora Sextante

Instituto de Negociação  
e Venda  
Ana Tereza Penim

Materiais Diversos  
Pessoais do prof. Amauri  
Maringá - Pr Ano 2012

Capa do livro do prof. Amauri  
Compras pelo site [www.amauri.net](http://www.amauri.net)



## Dicas para um: Show no Atendimento

Superando as Expectativas do Cliente

"A leitura é para o intelecto o que o exercício é para o corpo."  
Joseph Addison

DEFINIÇÕES  
SÃO  
IMPORTANTES



**SHOW:** espetáculo; aquilo que se destina a diversão; ter uma atuação brilhante.

**ATENDIMENTO:** ato ou efeito de **atender**.

**ATENDER:** dar e prestar atenção; seguir; acatar; estar atento; dar atenção ou cortesia.

Quando falamos em Show, três elementos estão implícitos:

### **PALCO**

equivale a empresa  
(tem que estar sempre impecável)

### **ARTISTA**

equivale ao colaborador  
(é o que dá vida ao espetáculo)

### **PÚBLICO**

equivale ao Cliente  
(é o que paga nosso salário)

Temos que ter prazer em atender, pois atendemos pessoas que tem sentimentos, desejos, interesses, percepções, inteligência e expectativas.

Não podemos e não temos o direito de decepcionar nenhum cliente.

Atenda, Entenda e Surpreenda: **Atender Bem é Preciso!**

# VOCÊ <sup>SÉRIA</sup> SEU PRÓPRIO CLIENTE



Uma pergunta importante e que exige muita honestidade e sinceridade na sua resposta.

A atividade de atendimento e serviço ao cliente está cada vez mais exigente e não se compadece com falta de profissionalismo.

A informação e as exigências dos clientes crescem e o seu tempo e paciência diminuem.

Um atendimento que satisfaça totalmente ou ultrapasse as expectativas dos clientes constitui uma estratégia que contribui significativamente para a afirmação da sua empresa ou instituição.

Um bom atendimento depende grandemente das atitudes e comportamentos de todos os colaboradores da empresa.



Quando atendemos alguém devemos querer ser simpáticos, atenciosos, competentes e disponíveis, interiorizando que o cliente é fundamental para o sucesso de qualquer serviço e para a nossa realização pessoal e profissional.



O ato de atendimento e serviço ao cliente exige profissionais que saibam operacionalizar os mecanismos do atendimento:

Acolher; Diagnosticar Necessidades e Expectativas; Sintonizar, Argumentar; Remover Objeções; Concluir, Servir e Fidelizar.

A percepção que o cliente tem do atendimento e serviço que lhe é proporcionado, é determinante para a imagem que cria da empresa, da marca ou da instituição



**Lembre-se: Qualidade no Atendimento é visível!**

O cliente percebe a qualidade de serviço em vários aspectos:

- ➡ Acolhimento agradável e simpático.
- ➡ **Rapidez no atendimento.**
- ➡ Organização do ambiente e do seu espaço.
- ➡ **Exposição de produtos e materiais informativos.**
- ➡ Disponibilidade e proximidade manifestadas.
- ➡ **Competências técnicas de quem o atende.**
- ➡ Estilo de comunicação com que é recebido.
- ➡ **Credibilidade das explicações que lhe são proporcionadas.**
- ➡ Qualidade dos produtos/serviços.



**As primeiras impressões são determinantes para o sucesso da relação com o cliente.**



Quando o cliente entra na nossa empresa, mesmo antes de dialogar conosco já criou uma imagem nossa, da organização e da marca, através dos comportamentos e ambiente que observou e das experiências anteriores que possui.

Fique "**LIGADO**" em todos os detalhes...

# As **exigências** do mercado e do **consumidor**

## CENÁRIO ATUAL

- ✓ **BRIGA** de preços
- ✓ Margens de lucro **BAIXAS**
- ✓ **MUITOS** produtos similares
- ✓ As organizações se **REESTRUTURANDO**
- ✓ **GUERRA** de publicidade



**Solução: Atendimento**

**Clientes Indiferentes** →

## Mudanças do Mercado



**Diferencial: Atendimento**

“A inovação sempre significa um risco. Mas ir ao supermercado de carro para comprar pão também é arriscado. Qualquer atividade econômica é de alto risco e não inovar – isto é, preservar o passado – é muito mais arriscado do que construir o futuro.”

Peter Drucker

# Novos Conceitos!



**Antigamente** **Atualmente**

Vender produtos → Vender soluções e conquistar o Cliente

Aproveitar oportunidades → Gerar demanda

Volume x Relacionamento → Relacionamento leva ao volume

Foco no Cliente → Foco no foco do cliente

Tirar pedido → Gerar diferencial para o cliente

Produto x Serviço → Produto + Serviços + Diferenciais

Gestão pelo que o vendedor diz → Gestão pelo que o cliente diz

Departamentos Independentes → Departamentos 100% integrados

“Você deve ser a mudança que  
você deseja ver no mundo.”

Mahatma Gandhi

**Profissional Passivo,  
Tirador de Pedido,  
MORREU!**



## Diferencial das Empresas do Século 21

- Visão de futuro
- Equipe 110% integrada
- Equipe foca em Solução
- Excelência em atendimento
- Foco no Foco do Cliente
- Colaboradores com visão de Empreendedor
- Colaboradores Treinados, Capacitados e Motivados
- Vontade de Crescer, de fazer sempre +



Trabalhar sempre focado para o SUCESSO de seus Clientes

### A Importância do Cliente:

- Quem são seus Clientes?
- Quem é que paga seu Salário?
- O que o cliente espera de você?

**Clientes**

Pro

Se gostam de sua empresa:

- Boas recomendações
- Compram mais
- Se mantem fiéis
- Sugerem melhorias
- Tornam-se parceiros



Contra

**Clientes**

Se NÃO gostarem de você:

- Irão criticar você
- Aumentarão seus defeitos
- Não vão recomendar você
- Trocarão de fornecedor
- Irão reclamar geral



# Princípios do **ATENDIMENTO** ao cliente

As pessoas querem fazer negócios com alguém de quem gostem

**14%**  
Confiam em  
**PROPAGANDAS**



**86%**  
Confiam em  
recomendações  
de outras  
**PESSOAS**



Fonte: Nielsen Out 2007

## Como os clientes escolhem:

- **84%** Restaurantes recomendados
- **79%** Remédios recomendados
- **77%** Hotéis recomendados
- **75%** Filmes recomendados
- **73%** Serviços profissionais recomendados
- **69%** Serviços financeiros recomendados
- **65%** Computadores recomendados
- **63%** Automóveis recomendados
- **61%** Lojas recomendadas
- **59%** Supermercados recomendados
- **53%** procuram empregos recomendados

Fonte: Roger Report



Qual é a métrica que aponta se você esta sendo RECOMENDADO?

O que os clientes estão falando do seu Atendimento?

Atendimento  
vai do  
**Céu** ao  
**Inferno...**





## Reflexões Sobre: **ATENDIMENTO**



### Níveis de Satisfação do Cliente



“Não há satisfação maior do que aquela que sentimos quando proporcionamos alegria aos outros.”

M. Taniguchi

**Não são os ursos e tigres que afugentam os clientes. O que mais os perturbam são os**

“Comprometa-se a executar todo dia uma ação de atendimento excepcional ao cliente por 10 minutos e a influenciar seus colegas a fazerem o mesmo. Em uma equipe de 100 pessoas - *levando em conta férias e feriados, entre outras interrupções* -, isso corresponde a 24 mil novos atos de cortesia por ano. As revoluções acontecem assim.”

Tom Peters  
Guru da Administração



É impossível garantir tempo bom aos clientes, mas você pode prometer segurar um guarda-chuva sobre eles quando chover.



"Se dois homens vêm andando por uma estrada, cada um carregando um pão, e, ao se encontrarem, eles trocam os pães, cada homem vai embora com um. Porém, se dois homens vêm andando por uma estrada cada um carregando uma idéia, e, ao se encontrarem, eles trocam as idéias, cada homem vai embora com duas. Sempre que possível troque idéias, elas esclarecem, acrescentam, ajudam, evoluem... ainda que você não precise, servirão para o outro."

Ditado Chinês.

**A comunicação não é o que você fala ou faz, mas o que o outro entende!**



**A capacidade de OUVIR é a habilidade de comunicação mais importante!**

**APRENDA:**

- Saber **ouvir**
- Saber **perguntar**
- **Repetir** (feedback)
- **Concentração** na conversa / diálogo

### Na Comunicação evite sempre:

- Olhar constantemente para o relógio ou para outra coisa.
- Bocejar, coçar os olhos; assobiar, cantarolar.
- Ficar desenhando ou rabiscando.
- Descontrair-se exageradamente.
- Distrair-se com conversa ou assunto paralelo.
- Ser descortês ou indelicado.



A boa comunicação é um dos principais componentes do bom atendimento. Aprimore sua comunicação e seja um profissional bem sucedido!

## No Atendimento o Corpo Fala!



Lembre-se que na abordagem do atendimento:

55% é expressão corporal;

38% é o tom de voz;

7% é o conteúdo.



## Barreiras na Comunicação



- ➔ Deficiência e diferenças culturais
- ➔ Mensagem mal elaborada
- ➔ Interpretação equivocada
- ➔ Desatenção
- ➔ Falta de informação

## Confiança na Comunicação



Não esconde o jogo, passa informações relevantes, abre-se com os outros, toma iniciativa nas negociações.



Aceita as pessoas, convive com sentimentos, valores e prioridades diferentes, não é crítico e impaciente.

Diz o que pensa e sente, descreve os fatos como acontecem, tem convicção sobre suas idéias



Cumpe o que promete, faz o que diz.

Suas palavras e seu comportamento  
**DIZEM** a pessoa que você é!



## Frases Apaziguadoras no ATENDIMENTO



**Proibido  
Dizer**

**Eu Não Sei!** ⇒

**Observação / Lembrete:**

- 1 - Saber é sua maior obrigação...
- 2 - Você não é obrigado a saber tudo, mas, tem a obrigação de conhecer ou ter o telefone de quem sabe...

**FALE**

Essa é uma boa pergunta.  
Vou verificar e tentar descobrir a resposta.

A comunicação não é o que  
você fala ou faz, mas  
o que o outro entende!

**Proibido  
Dizer**

**Não podemos fazer isso!  
Não dá...**

**FALE**

Vamos ver o que podemos fazer.

**Proibido  
Dizer**

**Você terá que...**

**FALE**

Suavize o pedido com frases como:  
"Será necessário..." ou  
"Da próxima vez que isso acontecer  
faremos o seguinte..."

A comunicação não é o que  
você fala ou faz, mas  
o que o outro entende!

**Proibido  
Dizer**

**Espere um segundo...  
Volto logo...**

**FALE**

"Pode levar dois ou três minutos para  
eu levantar essa informação.

**Proibido  
Dizer**

**"NÃO" no início das frases...**

**FALE**

Se você pensar antes de falar, conseguirá  
transformar qualquer resposta  
negativa em positiva



## Frases Apaziguadoras no ATENDIMENTO



Proibido  
Dizer

### É Só?

**FALE**

Há mais alguma coisa que eu possa fazer para ajudar?

Proibido  
Dizer

### Isso não é comigo!

**FALE**

Irei verificar quem é o responsável e vou encaminhar / levar até o setor.

A comunicação não é o que você fala ou faz, mas o que o outro entende!

Proibido  
Dizer

### Volte mais tarde.

**FALE**

Vou anotar seus contatos e comunico com o Sr.(a) para que retorne a nossa empresa...

Proibido  
Dizer

### O Sr.(a) tem que...

**FALE**

Sugiro que o Sr.(a) ...

A comunicação não é o que você fala ou faz, mas o que o outro entende!

Proibido  
Dizer

### É Norma da Empresa

**FALE**

Lamento, mas isso foge de nossas possibilidades



# DICAS PARA O ATENDIMENTO TELEFÔNICO



Mude a forma de atender o telefone  
Por favor, **NÃO** fale:

**AIÔ!**

**OI !**

**Fala!**

**Pronto!**

**HAM !**

**Diga!**

**Ex.: Atenda Dizendo:** *Cia & Cia - Depto. Tal - Fulano de Tal - Bom Dia!*

**Atenda:** no máximo ao terceiro toque.

**Saudação:** Enfática e calorosa.

Dê o nome da empresa, cumprimente o cliente.  
Dê seu nome e coloque-se a disposição.  
O Cliente tem que sentir seu sorriso no outro lado da linha.

**Tom de Voz:** Agradável, transmitindo disposição, gentileza e boa vontade.

**Escute:** com atenção. Deixe o cliente falar, anote os pontos principais.

**Certifique-se:**

Que você entendeu tudo. Se não, pergunte. Verifique se o cliente entendeu, concorda e está satisfeito.

**Informe:** com clareza e objetividade.

**Pergunte:**

Em que mais você poderia ajudá-lo.  
Não meça esforços para oferecer "algo mais".

**Atitude:**

Tenha agilidade.  
Coloque-se no lugar do cliente.

**Despeça-se e agradeça a Ligação**

"Quando atendo um telefonema, estou assumindo a responsabilidade de garantir a satisfação do cliente, não importa o assunto."

Michael Ramundo





## **LEMBRE-SE:** no Atendimento a bússola é o **CLIENTE**

**Na abordagem ao cliente, logo no primeiro contato, evite, por favor, falar:**

- Pois Não!
- Manda Chefia!
- Oi!
- O que que era?
- Quer alguma coisa?
- E ai mano?
- Querida(o) mais alguma coisa?
- Calado *(olha para o cliente e não fala nada...)*



**Substitua este cumprimento por:**

- Bom Dia! - - Boa Tarde! ou - Boa Noite! *(conforme ocasião)*
- Que bom tê-lo em nossa empresa!
- Meu nome é "Fulano de Tal", posso colaborar com algo?

**Faça a experiência e veja o resultado! Pratique!**

## **Será que é fácil MUDAR?**

**E MUDAR um padrão  
de ATENDIMENTO?**

"A maior dificuldade do mundo não é fazer com que as pessoas aceitem novas idéias, mas sim fazê-las esquecer as velhas."

John Maynard Keynes



"Não estamos no ramo de café para servir pessoas, mas no ramo de pessoas para servir café."

Howard Shultz  
Presidente da Starbucks





## Sinais do Atendimento

**"Um atendimento seguro e de alta qualidade limita-se a dois fatores igualmente importantes:**

**Interesse e Competência."**

Chip R. Bell e Ron Zemke



**O Bom Humor é um estado de espírito. Jamais atenda um cliente quando estiver irritado. Acalme-se; Respire fundo; Restabeleça seu equilíbrio.**



**Coloque seu melhor sorriso nos lábios e proporcione momentos de alegria e prazer aos clientes.**

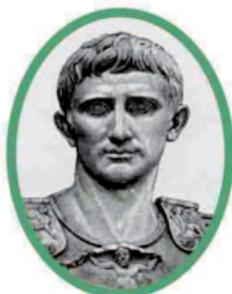


**"A perfeição é a soma dos detalhes."**

Michelangelo

Busque a perfeição no atendimento. Execute cada detalhe do seu dia a dia com muita qualidade e amor, então seu crescimento profissional será uma constante em sua vida. Tenha sempre atitude positiva e vontade de servir

Para prestar um excelente Atendimento,  
inspire-se no amigo **CESAR**



**Confiabilidade**  
**Empatia**  
**Segurança**  
**Aparência**  
**Resposta**



### **Confiabilidade:**

Digno de confiança; Boa fama.  
Capacidade de cumprir, de modo confiável e exato,  
o que foi prometido. Quando você atende uma solicitação  
do cliente a tempo, você demonstra confiabilidade.



### **Empatia:**

Se colocar no lugar do outro.  
O grau de cuidado e atenção individual que você demonstra  
aos clientes. Quando se mostra sensível às necessidades  
individuais do cliente enquanto soluciona um problema você  
demonstra empatia.



### **Segurança:**

Condição daquele ou daquilo em que se pode confiar.  
O conhecimento de causa e a cortesia que você mostra aos  
clientes e a sua capacidade de transmitir sinceridade,  
competência e confiança. Quando sorri e diz ao cliente:  
*Posso resolver seu problema?*, e realmente faz isso,  
você constrói a segurança.



### **Aparência:**

Aquilo que se mostra à primeira vista exteriormente;  
aspecto; fachada. Aparência física das instalações, dos  
equipamentos e a sua própria (e da equipe também).  
Quando dedica tempo a fazer com que você  
e seu ambiente de trabalho estejam apresentáveis,  
está cuidando da aparência.



### **Resposta:**

O que decide ou explica alguma coisa; solução.  
A boa vontade que se manifesta em ajudar os clientes  
 prontamente. Quando percebe que um cliente está com  
dúvida em relação a um produto e oferece ajuda e  
informações, você está lhe proporcionando uma resposta.

# Regra de 3 Do ATENDIMENTO



## Três maneiras de agradecer:



### 1- Verbalmente:

Agradeça a cada negócio realizado.  
Use: "Obrigado por comprar conosco"  
"Obrigado pela preferência"



### 2- Por escrito:

Envie um bilhete, um cartão personalizado.  
Mande um e-mail agradecendo a preferência.  
Personalize seu gesto, evite a correspondência padrão.



### 3- Com um Brinde:

Em muitos casos uma caneta personalizada, uma camiseta, um boné, um bombom, farão toda a diferença.



## Três regras para recuperação do Atendimento:

- 1- Faça a coisa certa logo da primeira vez.
- 2- Se falhar, resolva o problema.
- 3- Lembre-se: não haverá uma terceira oportunidade.

Leonard Berry - pesquisador da A&M University - Texas

### John D. Rockefeller dizia:

Pegue alguma coisa comum e faça-a incomum.

Transforme:

- 1- O comum em Incomum
- 2- O ordinário em extraordinário
- 3- O monótono em algo divertido

Transforme seu Atendimento numa exclamação

por parte do cliente: **-UAL, QUE LEGAL!**

Se o seu atendimento for ruim, o cliente vai exclamar:

**-UEL, QUE CRUEL!**





## Regra de 3 Do ATENDIMENTO



Um **BOM ATENDIMENTO** depende de **Três pré-requisitos fundamentais:**

- 1- Capacidades técnicas e comportamentais do profissional.
- 2- Nível de confiança nos produtos/serviços.
- 3- Estado emocional de quem atende..



ATENDIMENTO **CEM%**

**Conhecimento**

**Equipe**

**Motivação**

“Há **3** caminhos para o **FRACASSO** :



- Não ensinar o que se sabe;
- Não praticar o que se ensina;
- Não perguntar o que se ignora.”

São Beda – grande pensador do século VIII,  
citado por Mario Sérgio Cortella nas suas palestras.

### 3 QUALIDADES PESSOAIS:



**Físico** - saúde física de uma maneira geral

**Psicológico** - argumentos influenciativos e convincentes,  
com força afirmativa e equilíbrio

**Espiritual** - harmonia, paz consigo e com os demais

#### Cultive:

- 1- O Amor (a solução das causas e problemas)
- 2- A Humildade (o caminho das vitórias)
- 3- A Paciência (o que gera a experiência)



#### Coisas Irreversíveis:

- 1- Palavra lançada;
- 2- A flecha atirada;
- 3- Oportunidade perdida.

Fatores que determinam a **Qualidade** no



## PROFISSIONALISMO



"Há uma característica em comum nos melhores profissionais que conheci, todos fizeram de seu trabalho uma arte."

Kléber Novartes

As necessidades dos clientes sendo atendidas de forma confiável e competente.

### IMPORTANTE

**Profissional se destaca pelo conhecimento sobre os produtos e serviços oferecidos. Profissional passa segurança, confiança e competência a quem está atendendo.**

### Dicas:

- Conheça ao máximo os produtos e serviços comercializados por sua empresa.
- Seja muito organizado.
- Busque sempre a melhoria de suas ações.
- Busque soluções inovadoras.
- Pergunte aos fornecedores mais sobre os produtos para melhorar sua argumentação.
- Procure ser claro e objetivo na sua comunicação.
- Faça mais do que as pessoas esperam

Fatores que determinam  
a **Qualidade** no



## FOCO



"Eu tomei consciência que para ter um certo nível de sucesso, será difícil se nos desfocarmos e assumirmos múltiplas tarefas. É necessário focarmo-nos desesperadamente e obsessivamente e aplicar toda a nossa fibra, o nosso coração e a nossa criatividade."

*Will Smith*

As necessidades dos clientes sendo atendidas com interesse e atenção.

### IMPORTANTE

O Cliente é único, foque nos seus olhos, concentre toda sua atenção no cliente.

#### Dicas:

- Dê atenção ao cliente, ele é a coisa mais importante para você.
- Nunca deixe um cliente desamparado ou desorientado.
- Não permita ser interrompido no contato com o cliente.
- Tenha o hábito de anotar o que os clientes dizem.

"Antes de ver satisfeitas suas necessidades, os clientes querem sentir-se por parte de quem os atende, um real interesse em querer ajudá-los."

Círculo dos Profissionais de Vendas

Fatores que determinam a **Qualidade** no



## ÚNICO



Um grande profissional não atende os clientes da mesma forma. Ele tem a capacidade de se adaptar às diferentes situações e ao estilo e ritmo de cada cliente, agindo como pintor, arquiteto, psicólogo, professor e artista.

As necessidades dos clientes sendo atendidas de forma personalizada e exclusiva.

### **IMPORTANTE**

**Nenhum cliente é igual ao outro, o que dá certo com um cliente, não tem que necessariamente dar certo com outro. Perceba a individualidade do seu cliente.**

### **Dicas:**

- Um cliente não é somente dinheiro no caixa, ele é um ser com sentimentos e percepções. Trate-o com consideração.
- Estabeleça sempre uma relação de confiança e chame-o sempre pelo nome.
- Mantenha um cadastro pessoal dos seus clientes fiéis e ligue para eles no dia de seu aniversário e outras datas comemorativas.

**Se você não cuida de seus clientes, pode ter a certeza que seu concorrente cuidará.**

Fatores que determinam  
a **Qualidade** no



# AGILIDADE



Quando concentramos e canalizamos nossos interesses e esforços para o atendimento com qualidade, o sucesso é inevitável e o sorriso incontrolável.

As necessidades dos clientes sendo atendidas sem demora, de forma rápida e objetiva.

## IMPORTANTE

**Agilidade não é sinônimo de descaso ou irritação. Ninguém gosta de esperar ou ser ignorado, portanto agilize o atendimento.**

### Dicas:

- Procure antecipar-se aos fatos.
- Conheça a filosofia e procedimentos da empresa.
- Posicione o cliente sobre o andamento dos produtos ou serviços.
- Seja ágil nas suas atitudes.
- Ouça o cliente sem interrupção.
- Planeje seu atendimento, o beneficiado será você mesmo.

**"A perfeição do relógio não consiste em andar depressa, mas sim em andar com a devida velocidade."**

(Luc de Clapiers, Marquês de Vauvenargues)

Fatores que determinam  
a **Qualidade** no



## EDUCAÇÃO



"A boa educação é  
moeda de ouro,  
em toda parte  
tem valor."  
(Padre Antônio Vieira)

As necessidades dos clientes sendo atendidas de forma respeitosa, gentil e com muita cortesia.

### **IMPORTANTE**

**Respeitar as pessoas e não julgar pela aparência. Tratar os clientes sempre de forma cortês.**

#### **Dicas:**

- Procure praticar a empatia, isto é, colocando-se no lugar do outro.
- Atenda sempre de forma cordial, com um sorriso no rosto.
- Inicie o atendimento com uma postura positiva.
- Pergunte o nome do cliente e chame-o sempre pelo nome.
- Use sempre as palavras mágicas:

**Obrigado!**

**Por favor!**

**Com Licença!**

Fatores que determinam a **Qualidade** no



# ÉTICA

Ética: Valores que definem o que:

- Quero
- Posso
- Devo

Porque nem tudo que eu quero eu posso,  
Nem tudo que eu posso eu devo e  
Nem tudo que eu devo eu quero !

Thayane Almeida de Queiroz



**A regra básica da ética profissional:  
Não prejudicar ninguém!**

“Os que faltam com a verdade nas pequenas coisas não merecem confiança naquilo que é importante.”

Albert Einstein

A certeza que o cliente terá quando falamos, prometemos e agimos, que somos verdadeiro.

## **IMPORTANTE**

**É melhor perder um negócio falando a verdade do que ganhar em cima de uma mentira. Você vai perder duas vezes.**

### **Dicas:**

- Fale ao cliente somente aquilo que você sabe e tem certeza.
- Prometa somente o que pode cumprir.
- Cumpra sempre aquilo que prometeu.
- Nunca tente enganar o cliente, pois as consequências podem ser irreparáveis.
- Se prometer ao cliente ligar num determinado prazo, procure, até o prazo limite, dar uma satisfação ao mesmo.

## REFLEXÕES IMPORTANTES



A maneira como atendemos o cliente, poderá determinar o sucesso ou o fracasso da empresa e da nossa vida profissional.



"Não faz sentido contratar pessoas inteligentes e depois dizer a elas o que tem de fazer. Nós contratamos pessoas inteligentes para que nos digam o que temos de fazer."

Steve Jobs - ex-presidente da Apple



Todo atendimento é um auto retrato de quem o realiza; precisamos autografar nosso atendimento com excelência.



"Você será o mesmo daqui a vários anos, a menos que seja reeducado por meio das virtudes."

Sabedoria Chinesa

**Prestar um bom ATENDIMENTO é uma virtude de um ótimo PROFISSIONAL.**



Atenda o cliente como se fosse um membro de sua família... Faça sempre o melhor...



Quanto mais complicado for um cliente, maior é a oportunidade de mostrarmos a nossa competência.



## Tem CLIENTE de todo jeito...

Cliente difícil lhe dá ganho financeiro e oportunidade de desenvolvimento. Os clientes difíceis testam nosso controle emocional e profissionalismo. Na realidade cliente ruim é aquele que não entra em nossa empresa.

**“ Reaja inteligentemente, mesmo a um tratamento não inteligente”.**

Lao-Tsé

## Cliente IMPACIENTE



### PERFIL:

Perguntador cíclico, insistente, compulsivo, chegando a insultar quando contrariado, fazendo piadinhas de mau gosto.

**O QUE FAZER:** Tratá-lo com brevidade, mas com muita cortesia.

Esse tipo de cliente exige sinceridade, segurança nas respostas e autocontrole.



## Cliente **Bom Senso**

### **PERFIL:**

É uma pessoa amável, agradável e inteligente.

**O QUE FAZER:** Agir com atenção, demonstrando interesse, mantendo sempre o clima de simpatia e cordialidade.

“Viver é como andar de bicicleta:  
É preciso estar em constante movimento  
para manter o equilíbrio.”

Albert Einstein

## Cliente **AGRESSIVO**

### **PERFIL:**

Gosta de discutir por qualquer coisa, seja muito ou pouco importante. Critica abertamente. Tudo é um motivo para brigar.

**O QUE FAZER:** Não interrompa a fala do cliente, deixe-o liberar a sua raiva. Nunca diga-lhe que está nervoso, isso o deixará mais furioso ainda. Use frases que ajudam a acalmar, exemplos: Imagino como o senhor ou a senhora está se sentindo; O senhor tem razão; Farei tudo para resolver o problema.





## Cliente **CONFUSO**

### **PERFIL:**

É aquele cliente indeciso, muda de opinião constantemente.

**O QUE FAZER:** Fazer apresentações firmes e convincentes, reiniciando com paciência sempre que o cliente solicitar.

"Um bom atendimento não é sorrir para o cliente, mas conseguir que o cliente sorria para você."

Barrie Hopson e Mike Scally

## Cliente **Bem Humorado**

### **PERFIL:**

Pessoa agradável, de conversa envolvente, mas que desvia do assunto constantemente, dificultando o diálogo. Adora brincar.



**O QUE FAZER:** Ter habilidade e buscar constantemente retomar o rumo da conversa.

Não perder as rédeas da situação.

## Cliente **SILENCIOSO**



### **PERFIL:**

Demonstra não ter conhecimento, aparenta um ar de cansaço, mostrando-se sempre pensativo e quase não conversa.

**O QUE FAZER:** Induzir o cliente ao diálogo, bastando apenas formular perguntas claras, num clima de consideração e atenção.

“Você não pode garantir que nunca cometerá erros, mas pode oferecer a garantia de corrigi-los.”

Jeff Bezos  
Fundador e CEO da Amazon.com

## Cliente **BARGANHADOR**



### **PERFIL:**

Procura insistentemente por vantagens, sempre quer ganhar alguma coisa.

**O QUE FAZER:** agir com tato, analisando minuciosamente sua fala para que se possa argumentar com convicção. É importante saber até onde pode ir.



Eu tô em  
Dúvida! ???  
Não sei...?

## Cliente **INDECISO**

### **PERFIL:**

Apresenta ar de apreensão permanente, sempre quer conversar mais, perguntar sobre coisas que já perguntou. As vezes tem raciocínio lento.

**O QUE FAZER:** Agir com moderação, calma e paciência, respondendo sempre e sinceramente às perguntas feitas várias vezes.

“Somente quando você começar a fazer as perguntas certas é que passará a obter as respostas certas.”

Dorothy Leads

## Cliente **AGITADO**

### **PERFIL:**

Pessoa inquieta, geralmente interrompe sua fala e não tem paciência de ouvir a explicação.



Rápido!  
Tô com muita  
Pressa!

**O QUE FAZER:** Agir com calma, falando moderadamente, sem se irritar. Deve-se evitar ao máximo abordar questões que tenham mais de um sentido e deve-se ter respostas claras e objetivas.

## PENSE:

O que faz uma empresa diferente?  
O vigor, a vibração, a paixão, a energia, a união,  
o calor humano, a devoção e o serviço  
hospitaleiro ao cliente. A diferença está na mente,  
no coração e na alma dos líderes e  
de seus funcionários.

Herb Kelleher  
Presidente da Southwest Airlines

"Vender já não é sinônimo de persuadir, mas de  
detectar as necessidades do cliente, compreender  
seus problemas e procurar resolvê-los."

Neil Rackham



Na verdade,  
Vendas & Atendimento  
são inseparáveis.

Leonard Berry

## Os 4 S das Venda\$



Que estão intimamente  
ligados ao Atendimento

**S**olução

**S**inceridade

**S**eriedade

**S**erviço

## Solução

Meio de superar ou resolver uma dificuldade, um problema; conclusão, desfecho.



Estamos na empresa para apresentarmos soluções aos nossos clientes.

## Sinceridade

Qualidade de sincero. Franqueza, lealdade, lisura, boa-fé.



Não estamos na empresa para enganar os clientes. Temos que falar a Verdade sempre.

## Seriedade

Qualidade de sério. Modo, ar, gestos ou porte próprios de pessoa séria; Inteiressa de caráter; retidão.



Profissionalismo é o seu cartão de visita. Quem constroi sua imagem é você!

## Serviço

Modo de servir; Ajudar; auxiliar; Ser favorável; favorecer.

Quanto maior a qualidade de vosso serviço, melhor será seu resultado.

Faça sempre seu trabalho bem feito para não ter que refazer. Retrabalho custa caro para todos os envolvidos.



Os clientes não esperam que você seja perfeito, mas que resolva as coisas quando elas dão errado.

Donald Porter - CEO British Airways

## Conheça o método V.E.N.D.E.R e preste o melhor atendimento



- V** de **VELOCIDADE**, não deixe o cliente esperando.
- E** de **ESCUTAR**, aprenda a ouvir mais o cliente.
- N** de **NOVIDADE**, inovação é criatividade em ação.
- D** de **DIFERENCIAR**, procure diferenciar-se sempre.
- E** de **EMOÇÃO**, tenha emoção e entusiasmo no atendimento.
- R** de **RESPEITO**, respeito é bom e o cliente exige.

## No primeiro contato com o cliente...

Utilize o método **A.I.D.A**

Chame a **ATENÇÃO** do cliente,

Despertando seu **INTERESSE**,

Descobrimo seu **DESEJO**,

Para que a **AÇÃO** de compra seja realizada.



**ATENÇÃO** - a atenção consciente do cliente deve ser despertada pela presença do produto ou pela oferta do serviço.



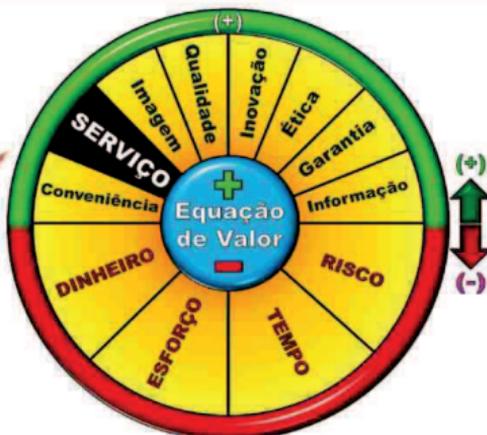
**INTERESSE** - cresce quando o cliente percebe a importância e os benefícios que o produto ou serviço possa lhe proporcionar. Isso é feito pela exploração de apelos humanos e pelos valores objetivos e subjetivos dos produtos ou serviços.

**DESEJO** - se tornará mais forte e consciente quando, mediante o raciocínio o cliente verifica que os apelos humanos contidos são mais forte que a segurança proporcionada pelo dinheiro em suas mãos.

**AÇÃO** - o cliente é levado à ação ou à compra, quando o profissional aplica todos as técnicas de vendas e atendimento.

## Equação de Valor:

O que  
Os  
clientes  
querem...



# 5 R's da Fidelização dos CLIENTES



- ➔ **Relevância:**  
O que o cliente precisa saber sobre os produtos e serviços.
- ➔ **Reconhecimento:**  
Quais as diferenças entre sua empresa em relação a concorrência.
- ➔ **Receptividade:**  
Como o cliente é acolhido na empresa?
- ➔ **Responsabilidade:**  
As promessas feitas ao cliente são cumpridas?
- ➔ **Relacionamento:**  
Como estabelecer entre a empresa e o cliente vínculos duradouros e estreitos?

## Lembre-se:



### **Clientes:**

Têm necessidades,  
**Têm sensibilidades,**  
Têm expectativas,  
**Têm influências,**  
Têm urgências,  
**Têm poder de escolha,**  
**É Único!**

### **Colaborador:**

Têm Trabalho a fazer!  
**Têm que ser atencioso!**  
Têm que ser dedicado!  
**Têm que ser alegre!**  
Têm que ser a melhor  
escolha do cliente!  
**Têm que conquistar  
a cada dia mais clientes!**



# No atendimento vença as OBJEÇÕES

Uma objeção é um argumento que se opõe a uma afirmação, que traduz uma dúvida ou uma expectativa.

A objeção do cliente pode significar, nomeadamente:

- Insegurança
- Desconhecimento
- Dúvida
- Necessidade de afirmação



Constitui sempre uma oportunidade para quem atende. Encare-a deste modo e verá como conseguirá estabelecer um relacionamento interpessoal muito mais positivo.

## Uma objeção deve ser acolhida com interesse e agradecimento.

### 4 princípios básicos para lidar com objeções:



- 1) Escutar com atenção e interesse.
- 2) Evitar afirmar, sobretudo quando se trata de questões subjetivas, gostos ou opiniões.
- 3) Conservar o domínio, sobretudo quando o cliente estiver menos tranquilo.
- 4) Falar com franqueza.

### Algumas técnicas para remover objeções:

- a) **SILÊNCIO!** Deixar o cliente desabafar. Não responda de imediato.
- b) Transforme a objeção em pergunta (ex.: porque considera insuficiente?).
- c) Utilize os aspectos positivos referidos pelo cliente para desvalorizar a objeção. (ex.: «Como reconheceu anteriormente, a nossa qualidade é valorizada por si, através...»).
- d) Antecipe a resposta a objeções iminentes.
- e) Compare, testemunhe, exemplifique, demonstre.
- f) Elimine. Quando o cliente apresenta várias objeções simultaneamente, «elimine» as mais complicadas rebatendo prontamente as mais favoráveis.
- g) Transforme a objeção em argumento (ex.: «Ainda bem que toca nesse aspecto...»).
- h) Compense (ex.: «Sim tem razão, mas em compensação já reparou que...»).



## Atitudes Inadequadas no Atendimento



- Palavras negativas
- Falar gírias
- Tratamento muito íntimo
- Falar o nome do cliente errado
- Falar mal da empresa para o cliente
- Corpo mole no deslocamento até o cliente

## As 10 maiores expectativas do cliente:

- 1** Receber telefonemas quando prometido;
- 2** Ter explicações sobre o problema;
- 3** Saber quem contatar em caso de dificuldades;
- 4** Ser rapidamente informado quando o problema for resolvido;
- 5** Poder falar com alguém de maior autoridade na empresa;
- 6** Ser avisado sobre o tempo previsto para a solução de um problema;
- 7** Receber da empresa outras opções, caso um problema não possa ser resolvido;
- 8** Ser tratado como uma pessoa, e não como um número;
- 9** Ser orientado sobre como evitar problemas futuros;
- 10** Receber informações regulares quando um problema não puder ser superado imediatamente.





O PRODUTO  
CHAMADO:  
**VOCÊ**

## O Poder do **Marketing Pessoal**

O atendimento começa  
pela sua abordagem,  
pela sua imagem e  
postura profissional.

**Impressiono  
logo de cara.**

É muito provável que você não tenha uma  
segunda chance para reverter uma má impressão.

### **Marketing Pessoal**

É um conjunto de atitudes e comportamentos  
que conduzem a vida pessoal e profissional  
que aperfeiçoadas, promoverá a realização  
dos seus objetivos.



Todo profissional de sucesso  
cria uma **MARCA PESSOAL**  
no universo onde atua,  
sendo essa a sua principal  
ferramenta para se  
posicionar diante  
dos desafios.

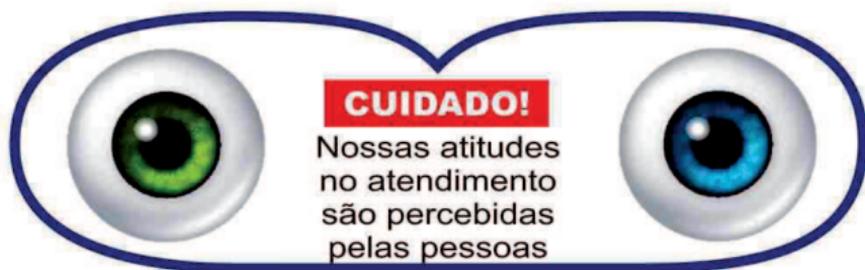
### **Marca Pessoal**

A trajetória pessoal sempre será um  
**PATRIMÔNIO** individual a ser  
administrado com **COMPETÊNCIA**.

**Marketing pessoal é um  
diferencial profissional.**

"Marketing Pessoal não é divulgar uma melhor imagem de nós mesmos, mas nos tornarmos pessoas melhores."

Dulce Magalhães



A partir desta percepção as pessoas passam a "conspirar" contra ou a seu favor

**Então nesta percepção, questione-se:**

O que eu realmente quero?

**Quais as minhas escolhas?**

O que devo fazer para ter sucesso?

**Até onde quero chegar?**

Como quero atingir meus objetivos?

**Tenho atitude positiva?**

Como andam minhas crenças e atitudes?

**Estou atendendo bem os clientes?**



## Crença sobre ATITUDES!



**Qual a melhor Crença para VOCÊ?**

Lembre-se:

**Não basta parecer, tem que SER.**

## Habilidades necessárias para um excelente profissional:



### **Paciência:**

Demonstrar auto controle.

### **Gentileza:**

Dar atenção, encorajar, cortesia.

### **Humildade:**

saber que precisa aprender sempre.

### **Respeito:**

Tratar as pessoas como importantes.

### **Altruísmo:**

Ir ao encontro das necessidades dos outros.

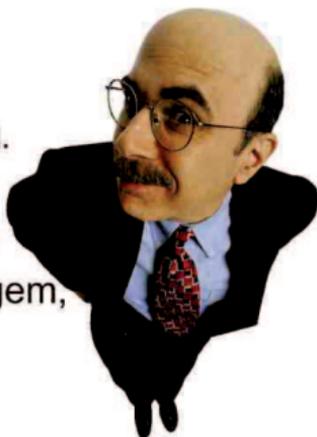
### **Compromisso:**

Ser fiel às próprias opções, vestir a camisa.



### **Honestidade:**

Não levar vantagem, ser ético.



### **Principalmente:**

## **AMOR PELO QUE FAZ!**

**“Você perde 100% dos tiros que não dá”**

Wayne Gretzky

**“A História tem demonstrado que os mais notáveis vencedores normalmente encontraram obstáculos dolorosos antes de triunfarem. Eles venceram porque se recusaram a se tornarem desencorajados por suas derrotas.”**

Bryan Forbes

# IMPORTANTÍSSIMO



Um atendimento de alta qualidade baseia-se no profundo conhecimento dos produtos, suas características e benefícios proporcionados aos clientes.

Yes



Quanto mais conhecimento técnico você possui dos P&S, maiores e melhores serão suas explicações, suas argumentações e será muito mais fácil vencer as objeções.

A Importância do **conhecimento** do produto:

- Torna o profissional **EXPERT**, que os clientes esperam e desejam.
- Economiza **TEMPO** do profissional e do cliente.
- Aumenta a **AUTO CONFIANÇA** do profissional



## Clientes não compram produto ou serviços

Clientes compram **soluções** para seus problemas e **satisfação** para seus desejos.



No Atendimento resalte as Vantagens e Benefícios dos P&S e a venda será concretizada.

### **Não me ofereça roupas.**

Ofereça-me uma aparência bonita e atraente!

### **Não me ofereça casa.**

Ofereça-me segurança, comodidade e um lugar limpo e feliz!

### **Não me ofereça livros.**

Ofereça-me horas de prazer e o benefício do conhecimento!

### **Não me ofereça ferramentas.**

Ofereça-me os benefícios e o prazer de fazer coisas bonitas!

### **Não me ofereça móveis.**

Ofereça-me o conforto e a tranquilidade de ambiente aconchegante!

### **Não me ofereça coisas...**

Ofereça-me idéias, emoções, ambiência,

## Razões para ATENDER BEM

- ➡ O cliente bem tratado sempre volta
- ➡ Nem sempre se tem uma Segunda chance de causar boa impressão.
- ➡ Recuperar o cliente custará 10 vezes menos do que mantê-lo.
- ➡ Cada cliente insatisfeito conta para aproximadamente 20 pessoas, enquanto que os satisfeitos contam apenas para 05.



## Como garantir a satisfação do cliente?

- Leve para o lado profissional, não pessoal.
- **Vise a satisfação do cliente, e não apenas o serviço.**
- Solucione os problemas sem culpar a si próprio ou aos outros.



## Regras sobre Serviços ao Cliente:

- Faça com que os clientes se sintam ouvidos;
- Faça com que sejam compreendidos;
- Faça com que sejam queridos;
- Faça com que sejam respeitados;
- Faça com que se sintam ajudados;

(Michael Baber)



## Hábitos dos Campeões em Qualidade no ATENDIMENTO.

- ➔ Humildade
- ➔ Disciplina
- ➔ Determinação
- ➔ Cuidar da aparência
- ➔ Reciclar-se sempre
- ➔ Trabalhar 30% mais que os outros
- ➔ Não retarda suas decisões
- ➔ Gerencia bem o seu tempo
- ➔ Tem bem definido: metas e Objetivos
- ➔ Traça suas rotas e conhece as alternativas
- ➔ Mantem-se informado



**“Campeões não são feitos em academias. Campeões são feitos de algo que eles tem profundamente dentro de si – um desejo, um sonho, uma visão.”**

Muhamad Ali



**“O cliente pode demitir todos os funcionários de uma empresa, do alto executivo para baixo, simplesmente gastando seu dinheiro em alguma outra companhia.”**

Sam Walton

**“Eu não posso mudar a direção do vento, mas eu posso ajustar as minhas velas para sempre alcançar o meu destino.”**

Jimmy Deam

**“Cada um de nós tem um fogo no coração para alguma coisa. É nossa meta na vida encontrá-lo e mantê-lo aceso.”**

Mary Lou Retton

Pensamento positivo deixa você pronto para o show no atendimento. Prepare-se cada vez mais!

# Considerações Finais:

## Atendimento ao Cliente

Essas palavras significam muito. Responder a perguntas, resolver problemas, concertar o que se rompeu e encontrar o que foi perdido. Acalmar o Cliente furioso e deixar o tímido a vontade. E, a cada caso, tirar um coelho da cartola: fazer com que os clientes encontrem os produtos, os serviços e as soluções ideais para eles... E ajudá-los a aproveitar ao máximo o nosso atendimento nota 10!



Amauri Crozarioli, adaptado do pensamento de Ron Zenk



"O sucesso nasce do querer. Sempre que o homem aplicar a determinação e a persistência para um objetivo, ele vencerá os obstáculos. Se não atingir o alvo, pelo menos fará coisas admiráveis."

José de Alencar

"Hoje e outros dias, produza mais do que esperam que faça, e mais do que é pago para fazer. Metade da vitória e do sucesso, estará conquistado quando aprender o segredo de se empenhar, mais do que o esperado em tudo o que faz. Seja valioso no seu trabalho para que se torne, naturalmente, indispensável."

Og Mandino



**S**iga para frente sem temer os obstáculos.

**U**se seu talento para fins nobres e elevados.

**C**onfie em você e não se atemorize.

**E**leve-se de onde você está.

**S**eja o melhor possível o que você deseja ser.

**S**empre é tempo de vencer.

**O** sucesso depende de vontade e ação.

Dinamor

# O Decálogo do Cliente

(Cristiane Dias - Jornalista)

- 1º - **Descoberta** – “Quero ser surpreendido positivamente”
- 2º - **Confiança** – “Quero confiar que estou comprando algo que realmente vai resolver meu problema”
- 3º - **Valor** – “Quero pagar um preço justo e correto e sentir prazer ao comprar”
- 4º - **Atendimento** – “Quero ser atendido por profissionais que entendem do assunto, gostam do que fazem e demonstram prazer em me atender”
- 5º - **Agilidade** – “Quero ser atendido prontamente e sem demoras”
- 6º - **Significado** – “Quero que você entenda que o produto ou serviço que estou adquirindo é importante para mim”
- 7º - **Atenção** – “Quero que você me valorize e me faça sentir especial”
- 8º - **Conexão** – “Quero fazer parte de um grupo de pessoas com ética, valores e princípios iguais aos meus”
- 9º - **Contribuição** – “Quero que você contribua com causas que me importem”
- 10º - **Encantamento** – “Quero poder indicar sua empresa para minha família, amigos e colegas”

# Oração ao Cliente

Autor: Elcio Coutinho

Toda vez que entras em nossa empresa,

Saiba que és bem vindo e querido.

Que existimos porque Tu existes.

Que quando chegas, nosso  
coração bate sem parar, tamanha a emoção  
e alegria de te ver.

Nossa função é satisfazer-te  
com exclusividade e eficiência.

Nossa maior arma é nosso  
sorriso e tua felicidade.

Por isso, quando pecamos, desculpe-nos.

Jamais cometeremos o  
mesmo erro duas vezes.

Quando te atendemos mal, perdemos  
o respeito por Ti e a Teu semelhante.

Quando Te atendemos bem, não fazemos  
mais que nossa obrigação.

Pois quando Te atendemos além de Tua expectativa,  
é que nos realizamos pessoal e profissionalmente.

Gostaríamos de agradecer do fundo de nossos  
corações.

A Ti, por tudo o que vem fazendo por nós;

- Que escolheu nossa empresa, dentre as outras.
- Que escolheu nossos produtos e serviços,  
dentre os outros.
- Que escolheu a nós, dentre os outros.

A Ti, que sempre se mantenha crítico e sugestivo.

**Muito obrigado por existires!**

**Que Deus o abençoe! Amém.**



Aumente suas Vendas e melhore  
seu Atendimento com:

# VENDENOL

*Um negócio de campeões!*

**Tome uma dose diariamente**

**Composição:** Cada 100g de **VENDENOL** possui em média:

- 5% da sua apresentação pessoal;
- 10% do seu interesse;
- 10% das suas habilidades verbais;
- 10% da qualidade do seu trabalho;
- 20% da sua motivação e de seu entusiasmo;
- 20% de conhecimento dos produtos e serviços;
- 25% do seu melhor atendimento.

**Prazo de validade:** **VENDENOL** tem prazo  
de validade indeterminado.



**Indicações:** Recomenda-se o uso de **VENDENOL**

caso sejam verificados sintomas de: quebraadeira, baixos lucros e despesas fixas altas. Indicado principalmente para pessoas que buscam constantemente o sucesso e a qualidade de vida.

**Contraindicações:** **VENDENOL** não possui contraindicações.

Exige-se atenção a cada venda, refazendo e consultando o cadastro de cada cliente, muitas vezes o mesmo pode sofrer rejeição e alterações, resultando em inadimplência, podendo comprometer seu rendimento mensal.

**Precauções:** Este produto causa dependência.

CUIDADO: a interrupção brusca pode ser prejudicial, gerando afastamento permanente do trabalho, insegurança e crises agudas, sendo assim, VOLTE IMEDIATAMENTE AO USO CONTINUO.

**Posologia:** Não fique com medo ou receio de usar

**VENDENOL** diariamente ou em doses excessivas.

Quanto mais usar **VENDENOL** melhor, só assim desaparecerão suas anomalias, bem como as de sua empresa.



SIGA CORRETAMENTE O MODO DE USAR.  
CASO NÃO DESAPAREÇA OS SINTOMAS ACESSE:

[www.amauri.net](http://www.amauri.net)



# SICOOB

ASSOCIADO A VOCÊ.

## 10 razões para ser um cooperado Sicoob.

**SER** um cidadão com direitos respeitados

**TER** participação nos resultados e garantia de rentabilidade mínima do capital investido

**FAZER** circular na sua região os recursos gerados pelos cooperados

**PARTICIPAR** de um grupo de pessoas seletas

**ESTAR** integrado no meio social e empresarial

**CONTAR** com agilidade no processo de análise de crédito

**SENTIR** segurança financeira

**CONHECER** uma moderna filosofia cooperativa

**AUMENTAR** a rede de contato empresarial

**CRER** na força do trabalho coletivo, que juntos podemos muito mais e no sonho de ser feliz

[www.sicoobpaulista.com.br](http://www.sicoobpaulista.com.br)



# SICOOB PAULISTA

Cooperativa de Crédito