Ulisse

Soft Skills for Employability

FOCO NAS NECESSIDADES DO CLIENTE

OBJETIVOS

- 1. Conhecer a filosofia do foco nas necessidades do cliente
- 2. Desenvolver uma atitude focada no cliente
- 3. Debater e refletir as melhores estratégias de concretizar a filosofia

INTRODUÇÃO

Ter uma empresa voltada para o cliente vai mais além de:

- Desenvolver um bom programa de fidelidade
- Ter conhecimento, habilidades e recursos para satisfazê-los

- IMPLICA:
  - Trabalhar em toda a cadeia de valor
  - Ter uma equipa motivada
  - Colocar o cliente no ponto mais alto da pirâmide

CLIENTE

- Pessoa que compra bens/serviços em lojas/empresas
- Um certo tipo de pessoa com quem se deve lidar

Um indivíduo/empresa que adquire bens/serviços de outra empresa

Ulisse Soft Skills for Employability
Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union
Università di Pisa
University of Latvia
Universitas Miguel Hernández
P. Porto ISCAP
ERREQUADRO Research over Research

CLIENTE

- Consumidor - pessoa que adquire um produto/serviço à venda
- Cliente (computação) - entidade que consome os serviços de uma entidade servidora
- Cliente (economia) - entidade que adquire ou utiliza bens ou serviços
- Cliente (publicidade) - empresa ou organização que contrata agências de publicidade
- ...

Foco nas necessidades dos clientes

ESCUTAR com atenção o Cliente

COMPREENDER corretamente a mensagem do Cliente

AGIR de acordo com as necessidades do Cliente

Ulisse Soft Skills for Employability
Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union
Università di Pisa
University of Latvia
Universitas Miguel Hernández
P. Porto ISCAP
ERREQUADRO Research over Research

A experiência do cliente

5 I’s

Identidade única: o cliente no centro da estratégia

- Cultura
- Diferenciar
- Estratégia
- Tangibilizar a marca

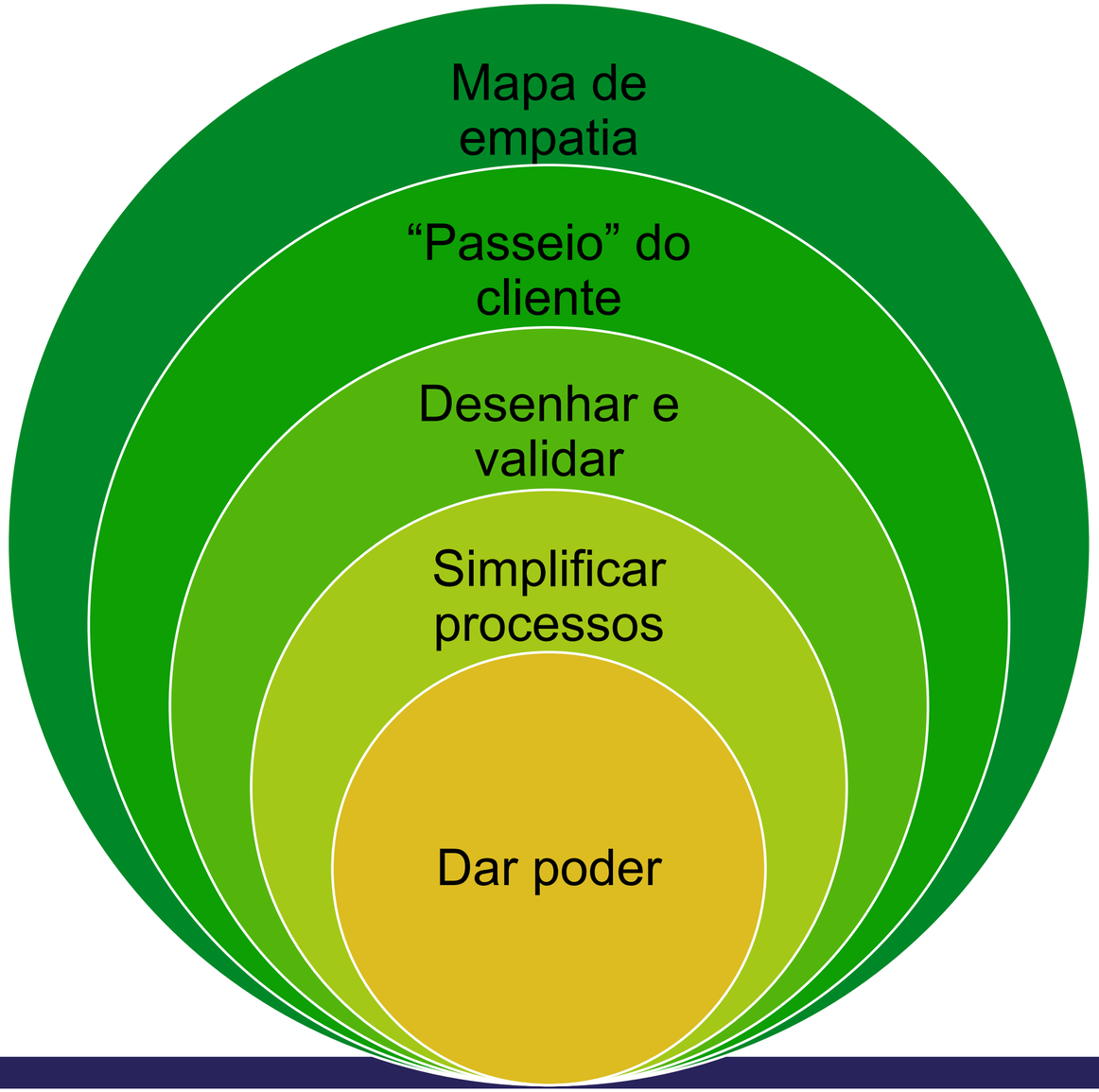
Impulso organizacional

- Posicionar a Função
- Afetar recursos
- Tomar decisões
- Embaixadores do cliente

Implicar as pessoas

- “Viagem” do colaborador
- Envolver
- Comunicar e formar
- Alinhar políticas de RH

Interações com o cliente



Interpretação para a ação

- Recolher a “voz” do cliente
- Medir
- Compreender o que faz, o que pensa e o que sente
- Agir

Exercício 1

- **«Eu hoje acordei cedo!»**

A que horas acordei?

- **«Ele fuma demasiados cigarros por dia»**

Quantos cigarros fuma?

- **«Tenho peso a mais»**

Quantos kgs é que pesa?

- **«Ele tem um salário muito bom»**

Quanto é que ele ganha?

O QUE SIGNIFICA - FOCO NO CLIENTE?

- BÁSICO: Prestar muita atenção às necessidades/opiniões dos clientes
- Explicação mais ampla:

Filosofia *de negócios que coloca o cliente no centro de todas as decisões de desenvolvimento e gestão do negócio.*

Abordagem do *marketing* que envolve produtos/serviços desenvolvidos em torno das preferências do consumidor.

Outros clientes

Chefe

Colegas

Otras entidades

O que é o cliente?

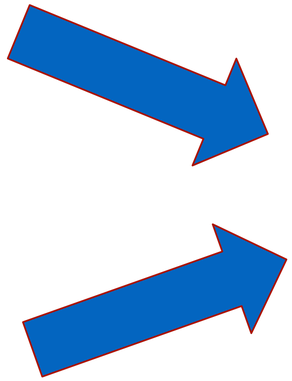
Indivíduo

- Escolha individual

Empresa

- Decisor

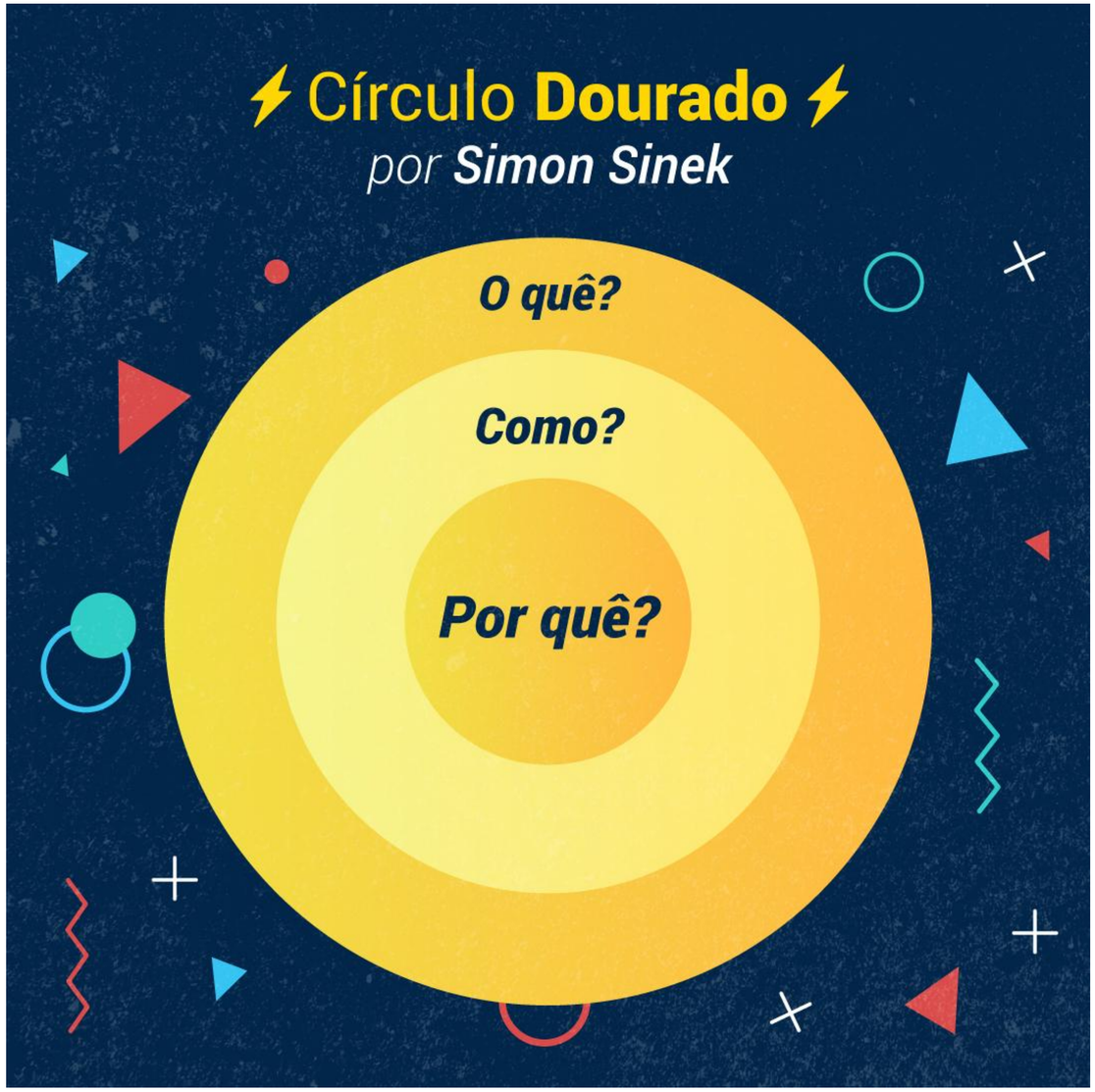
(Relacionadas com a estratégia / circunstâncias das empresas)



Escolha Individual

«O círculo dourado»

https://www.ted.com/talks/simon_sinek_how_great_leaders_inspire_action/up-next#t-2119



Ordem da compra (cliente).....

O QUE É QUE O CLIENTE COMPRA?

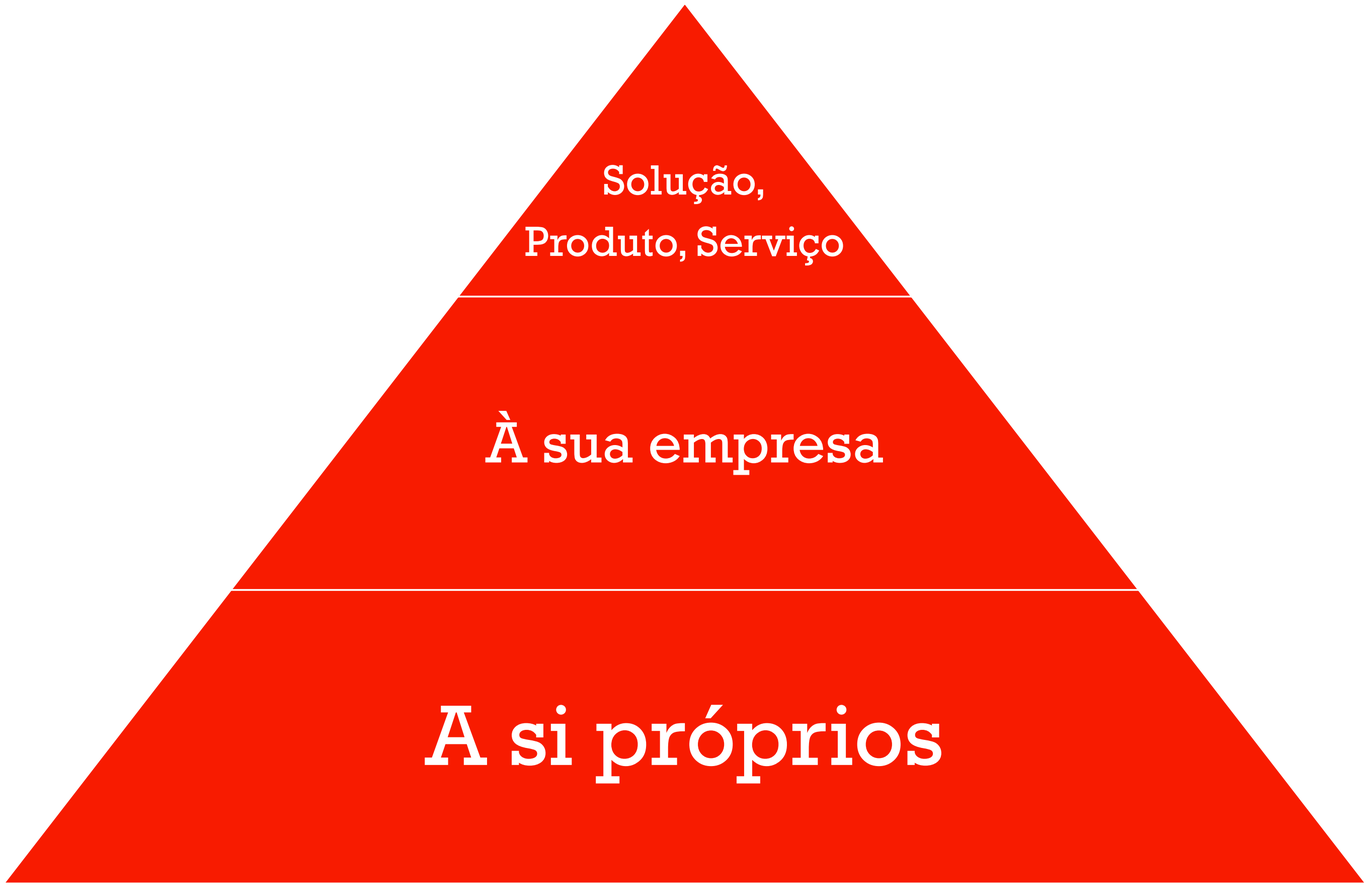
As pessoas não compram produtos.

Eles compram uma SOLUÇÃO para seu PROBLEMA.

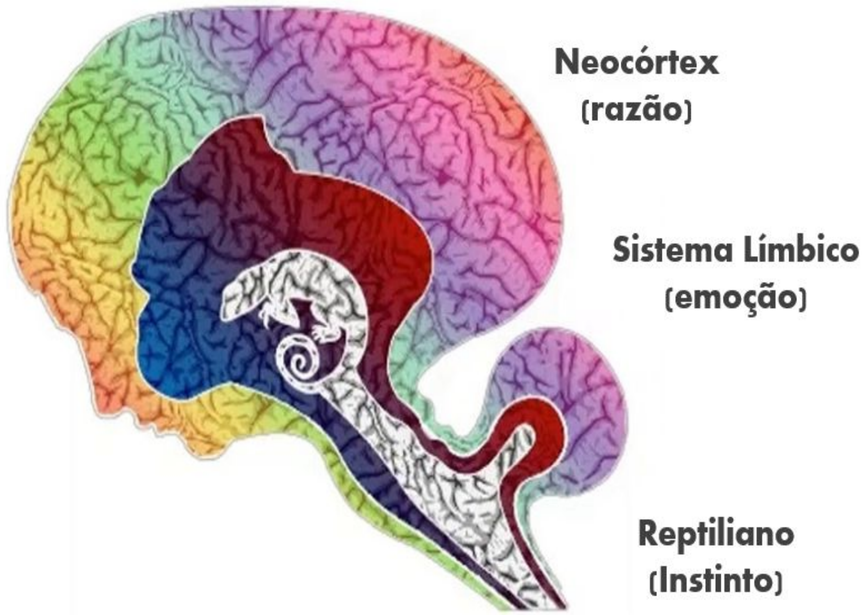
Eles compram o RESULTADO que realmente desejam.

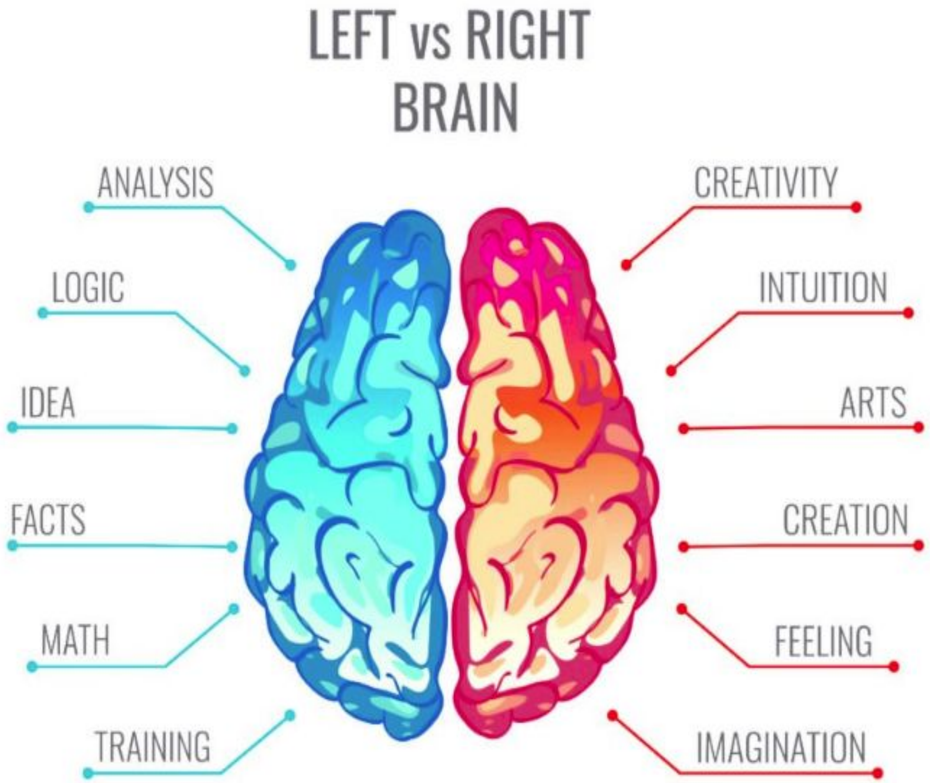
No final das contas, eles estão comprando uma TRANSFORMAÇÃO que desejam nas suas vidas.

Ordem dos vendedores (eficientes)



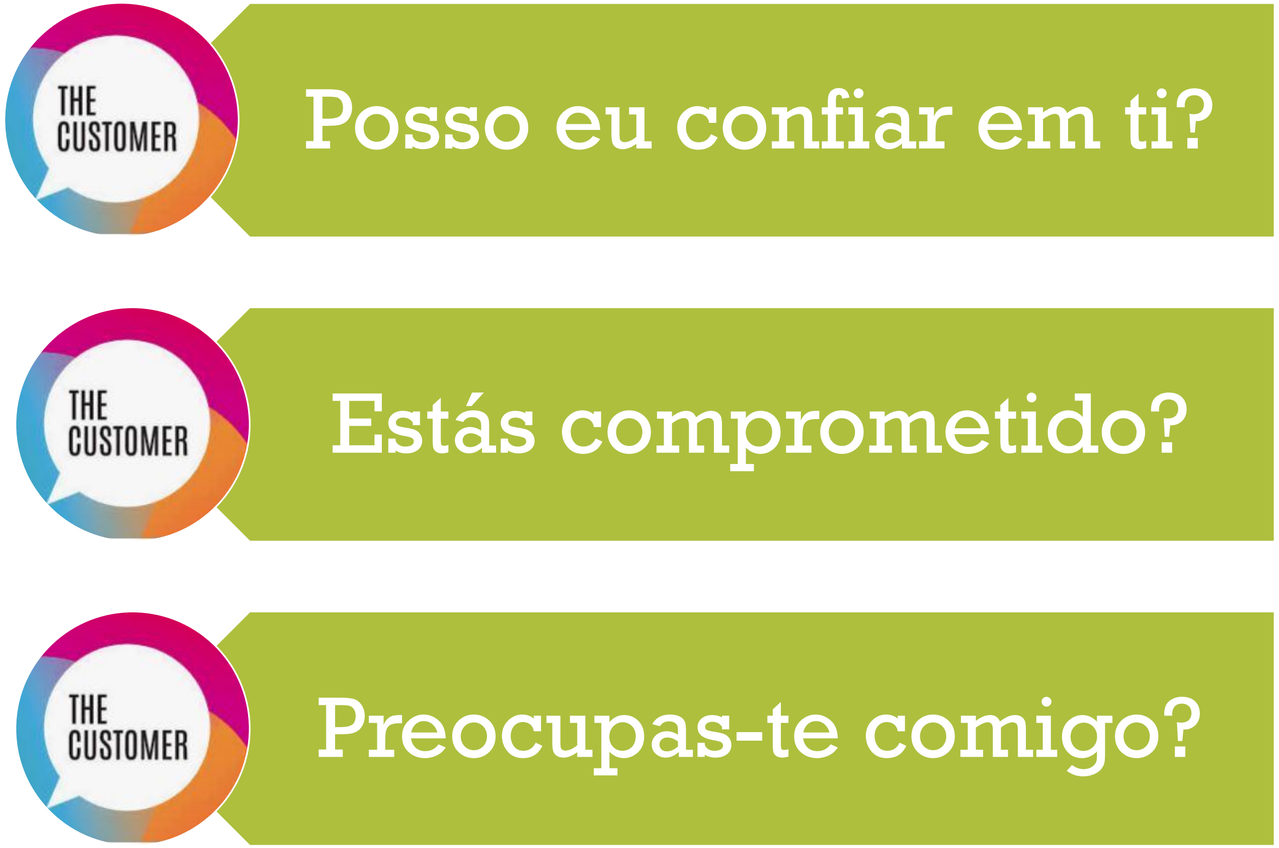
COMO É QUE CÉREBRO FUNCIONA?





Source: https://www.lucidmindcenter.com/right-brain-left-brain-test/

QUESTÕES A SEREM RESPONDIDAS QUANDO CONHECEMOS OUTRAS PESSOAS



RESPOSTAS A ESSAS QUESTÕES

Posso eu confiar em ti?

Estás comprometido?

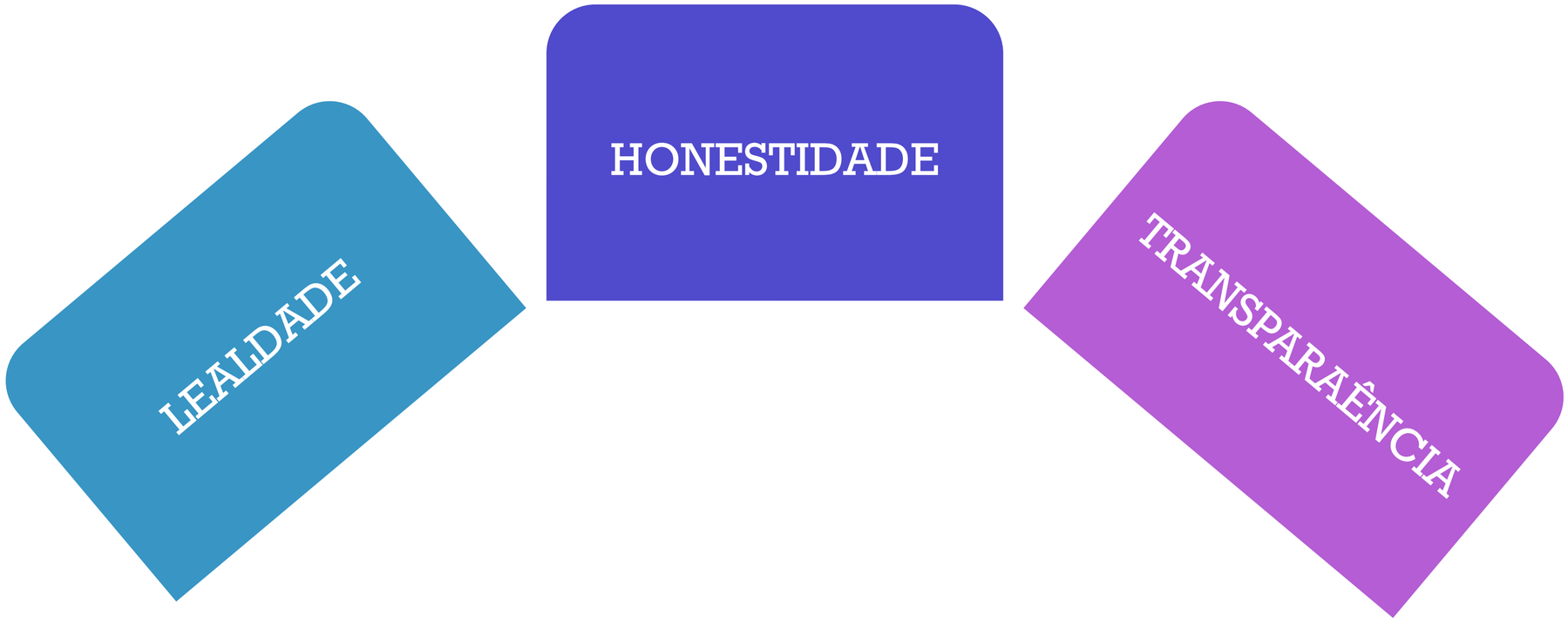
Preocupas-te comigo?

SEMPRE FAREI O CORRETO

FAREI SEMPRE O MEU MELHOR

TRATAR-TE-EI COMO EU GOSTARIA DE SER TRATADO

PILARES

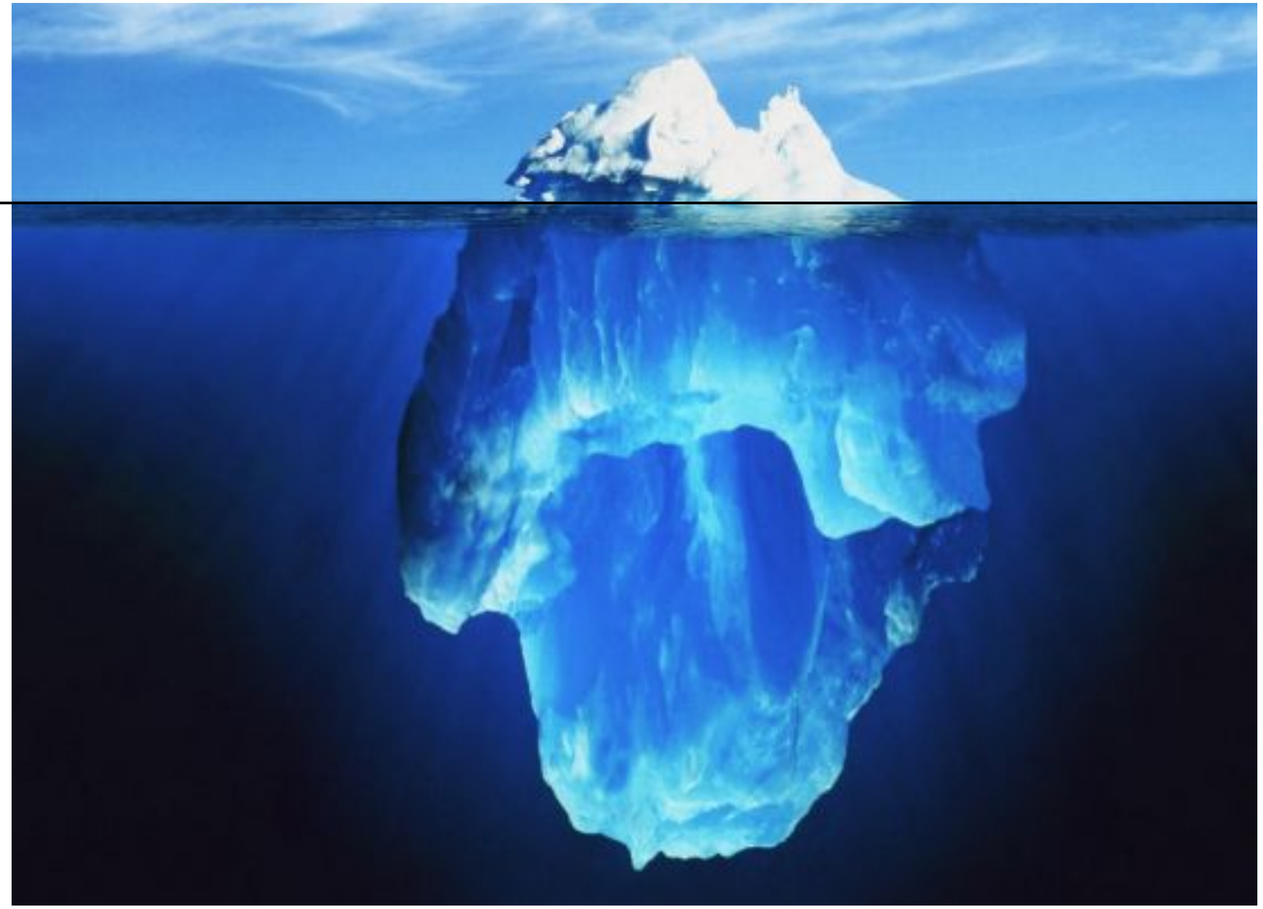


RESULTADO

INVESTIMENTO/ESFORÇO

COMPETÊNCIA

PERSONALIDADE

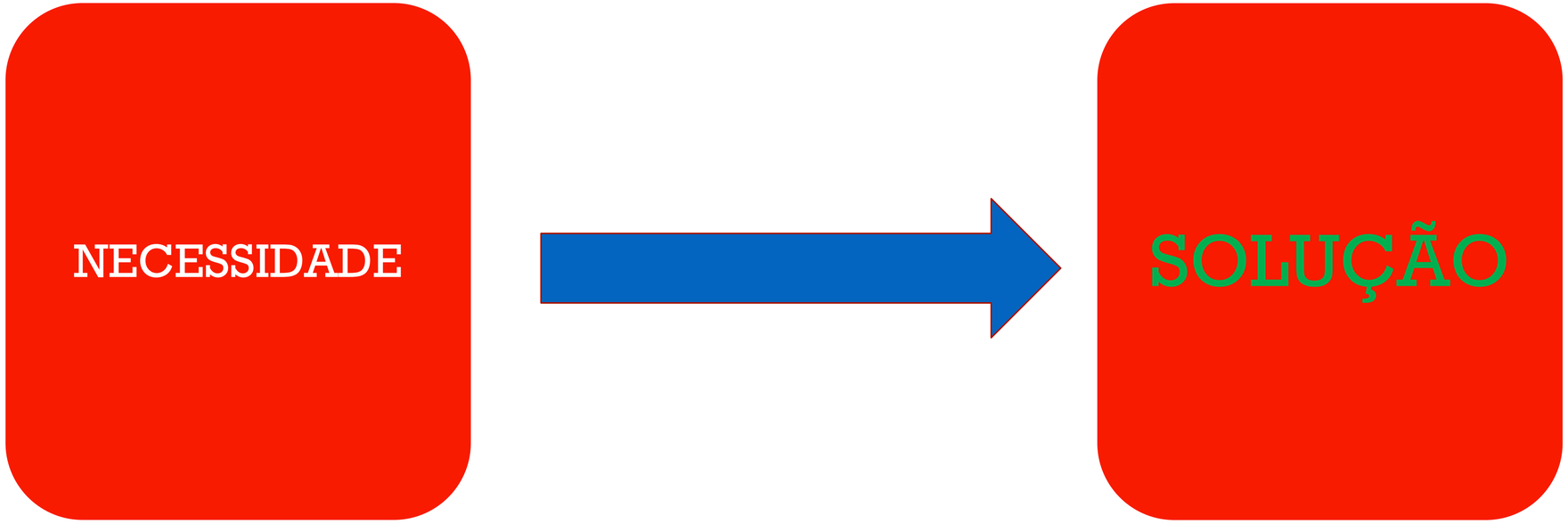


ASPECTOS IMPORTANTES DA INTERAÇÃO

NÃO HÁ NECESSIDADE

~~SOLUÇÃO~~

SE HOUVER UMA NECESSIDADE TEM QUE HAVER SOLUÇÕES



QUAIS SÃO AS NECESSIDADES PRINCIPAIS DO CLIENTE?

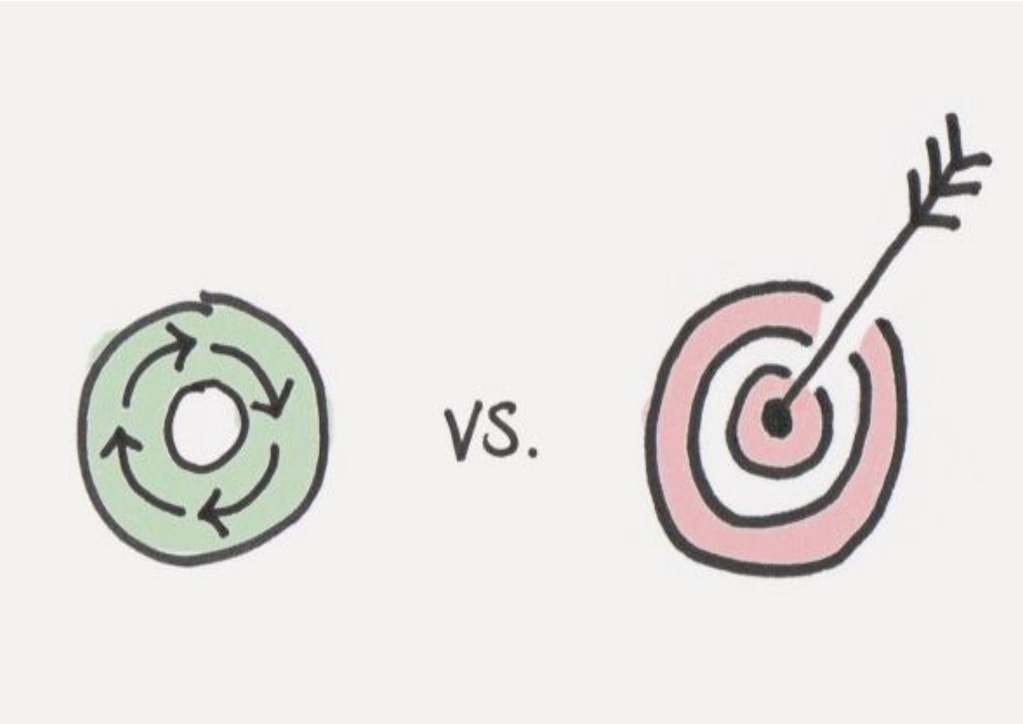
PROCURAR OFERECER ALGO A CADA UM

PAPEL DE PSICÓLOGO

PLANEANDO A INTERAÇÃO

Where there's a will
there's a way.

Vencedores e perdedores tem ambos objetivos

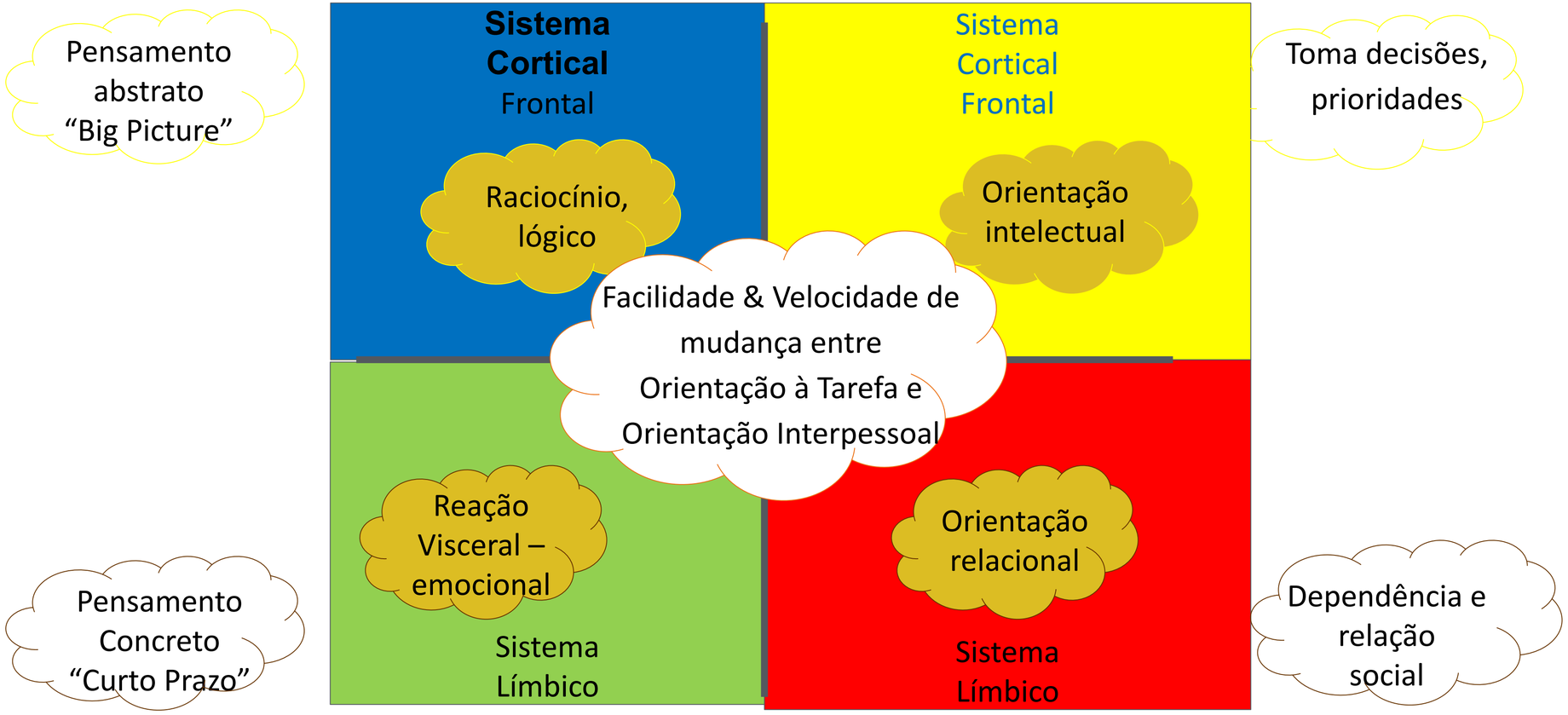


Se ignorassemos completamente os **objetivos** e se nos concentrassemos apenas no **sistema**, ainda teríamos sucesso?

Os objetivos são bons para planear o progresso
Os sistemas são bons para realmente progredir

MBTI - Tipologia Myers-Briggs

Orientação Cognitiva *versus* Emocional



ST — THINKING — NT

AZUL – RACIONAL
Foco: O quê?
Base – Factos
Papel: Diretor
Gosta: Solucionar problemas
Motivação: Objetivos concretos e quantitativos, responsabilidade e projetos definidos.
Como lidar com ele: Delegar, gestão por objetivos
Desafio: Gestão das emoções

AMARELO – CONCEPTUAL
Foco: Porquê? Para quê?
Base – Conceitos
Papel: Estratega
Gosta: Ser diferente, sonhador
Motivação: Projetos criativos, flexibilidade horária**.**
Como lidar com ele: Deixar claro o "para quê?"
Desafio: Disciplina e planificação

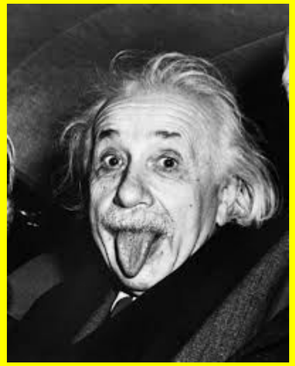
SENSING

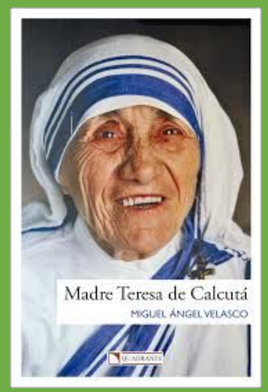
INTUITION

VERDE – SENSORIAL
Foco: Como?
Base – Processos
Papel: Organizador, Detalhista
Gosta: Trabalhar em equipa
Motivação: Projetos de controlo, *back office*
Como lidar com ele: Reduzir as incertezas
Desafio: Improvisação e gestão da insegurança

VERMELHO – RELACIONAL
Foco: Quem?
Base – Pessoas
Papel: Comunicador
Gosta: Valores/princípios
Motivação: Estabelecer relações e contactos, defender valores morais
Como lidar com ele: Gerir a proximidade
Desafio: Assertividade, gerir conflitos

SF — FEELING — NF




Madre Teresa de Calcutá
MIGUEL ÁNGEL VELASCO

Steve Jobs por Walter Isaacson

Ulisse
Soft Skills for Employability
Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union
Università di Pisa
University of Latvia
Universitas Miguel Hernández
P.PORTO ISCAP
ERREQUADRO
Research over Research

DIMENSÃO	DESCRIÇÃO DO TRAÇO
Extroversão	Energia, entusiasmo, sociabilidade, atividade, assertividade e afetividade positiva.
Neuroticismo	Afetividade negativa, nervosismo, ansiedade, tristeza e tensão.
Amabilidade	Altruísmo, afeto, confiança, modéstia e simpatia.
Conscienciosidade	Constrangimento, controlo de impulsos, pensar antes de agir, atrasar gratificações, seguir normas e regras, planificar, organizar e priorizar tarefas.
Abertura à Experiência	Originalidade, mente aberta, curiosidade.

Big 5: Dois Metas-Traços

Neuroticismo
Amabilidade
Responsabilidade

α
ESTABILIDADE
(Serotonina)

Serotonina baixa: agressão, ansiedade, depressão, impulsividade

Extroversão
Abertura à experiência

β
PLASTICIDADE
(Dopamina)

Dopamina baixa: falta de atenção, foco, irritabilidade, impaciência

DICAS

Quando conhecer o cliente pela primeira vez, ouça e veja mais

Ulisse Soft Skills for Employability
Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union
Università di Pisa
University of Latvia
Universitas Miguel Hernández
P.PORTO ISCAP
ERREQUADRO Research over Research

DICAS

Procure formas de demonstrar que é confiável

Os clientes buscam uma razão para confiar

Ulisse Soft Skills for Employability
Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union
Università di Pisa
University of Latvia
Universitas Miguel Hernández
P.PORTO ISCAP
ERREQUADRO Research over Research

DICAS

Não deixe a criatividade ser um obstáculo. Verifique com seus superiores para ter certeza de que você pode cumprir a promessa.

DICAS

Responda a uma pergunta simples de forma simples

Ulisse Soft Skills for Employability
Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union
Università di Pisa
University of Latvia
Universitas Miguel Hernández
P. Porto ISCAP
ERREQUADRO Research over Research

DICAS

Ajudar os clientes a alcançar seus sonhos é uma alavanca poderosa que pode motivá-los a fazer negócios com você

Ulisse Soft Skills for Employability
Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union
Università di Pisa
University of Latvia
Universitas Miguel Hernández
P. Porto ISCAP
ERREQUADRO Research over Research

EXERCÍCIO 2

- COMO SERIA A EXPERIÊNCIA IDEAL COMO ESTUDANTE?
- COMO DEVERIAM SER AS AULAS?
- COMO DEVERIA SER A AVALIAÇÃO?
- COMO DEVERIAM SER AS INSTALAÇÕES?
- ...

EXERCÍCIO 3

- **COMO GOSTARIA QUE FOSSE A MINHA EXPERIÊNCIA ENQUANTO NOVO COLABORADOR DE UMA EMPRESA?**
  - Recrutamento e seleção?
  - Acolhimento e integração
  - Formação inicial e tutoria?
  - Plano de desenvolvimento de carreira?
  - Transparência, equidade e justiça organizacional?
  - Relação com colegas e superiores?
  - ...?