



PROPOSTA DE ALINHAMENTO DE OBJETIVOS/REGRAS ENTRE COMERCIAL X SUPORTE

Criado por: Dai Terres, Dani Rosa e Douglas Teotônio

Colaboração: Felipe Signorini

Objetivos gerais apontados pela Dani para ambos os setores:

- Aumentar a eficiência das equipes
- Aumentar a lucratividade
- Melhorar o processo e a excelência em atendimento
- Realizar as vendas em uma ligação
- Captar novos clientes, e manter clientes antigos, atendendo suas demandas pontuais e/ou específicas.
- Reposicionamento das marcas, melhoria de processo de vendas, medição de processos de vendas

PROCEDIMENTOS GERAIS

1. Registro de informações no CP: sempre atualizar as movimentações (comunicações com o cliente) de maneira completa na sua ficha de cliente.

Exemplos:

- a) Ligou e cliente não atendeu? Informar na movimentação que fez a tentativa de contato e o cliente não atendeu. Sempre informar o motivo do contato (retorno de erro, venda, oferecimento de produto etc).
 - b) Quer encerrar um agendamento? Abra a movimentação, conclua o agendamento (não coloque pontos [...] nunca) e registre o que você fez. Ex. concluindo agendamento, abri ficha errada etc.
2. Movimentar ações feitas no BITRIX: Colar link do BITRIX da conversa/tarefa/negócio/card que foi realizada com o cliente. Não espere o final da tratativa, na primeira interação já inclua o link. Ex. Venda de intimação – link. Dúvidas de uso – link; reclamação de movimento; tem dúvidas na contratação – link; negociação para ficar no íntegro – link.
 3. Boletos em aberto: toda vez que você falar com um cliente e identificar que existem boletos em aberto, deve-se alertar o cliente. Em caso de novas vendas,



pode-se efetuar a venda e cobrar o cliente educadamente.

4. Treinamentos específicos para clientes: Existe a demanda deste treinamento mais detalhado para alguns clientes, equipe do suporte terá disponível atendente para este atendimento, definição de dias e turnos que a equipe comercial pode informar para os clientes.

5. Agendamentos:

Melhorar a organização e registro dos agendamentos e utilizar sempre os tipos já existentes, sendo:

- #venda/tratativas com contato
- #venda/tratativas sem contato
- #tratativas sem contato
- #onboarding 1º contato
- #suporte

6. Cadastros duplicados

Objetivo: procedimento a ser realizado para cadastros novos (duplicados)

Equipe responsável: A central será a responsável por tratar todos os cadastros duplicados.

Ações importantes da tarefa (cadastros no geral):

Habilitar intimação, tentar fazer o onboarding (ligação), apresentar o sistema, agendar treinamentos, incluir mais produtos (verificar se tem mais advogados, se possui mais estados e beneficiários).

Ações importantes da tarefa (duplicados):

Tudo do item acima e + informar a duplicidade, fazer o ajuste do cadastro e verificar qual ficha deseja ser mantida.

7. Orçamentos

Detalhar os serviços, valores, em documento bonitinho, acompanhar. Tem procedimento consultivo – processo de análise da demanda, definir quais produtos o cliente, avalia os valores, demanda mais tempo.

PROCEDIMENTOS RELACIONADOS A VENDAS

1. Contratação de produto/serviço por terceiros: Qualquer terceiro pode realizar contratação de qualquer serviço ou realizar upgrade desde que confirme os dados corretamente. Se já for cliente, verificar a atualização dos dados (confirmar dados já inseridos, corrigir telefone etc) e enviar cópia para o contratante/administrador. Se o terceiro sugerir alteração de dados sensíveis (que podem afetar a responsabilidade do sistema, por exemplo) aí devemos validar com o titular.

2. Regras para agendamentos

Quando cadastrar um agendamento:

Agendamento – com orçamento enviado e tratativas em andamento:

Prazo de 2 dias úteis – Renovado por mais 4: prazo máximo 6 dias.

Obs.: Neste caso estamos conversando com o cliente, tivemos contato.

Resumo da movimentação: #venda em andamento

Importante: deve-se especificar qual o produto/serviço está relacionado ao contato.

Agendamento – sem contato o cliente – não consegui falar com ninguém:

Prazo de 2 dias. Prazo máximo 2 dias.

Obs.: Em casos de exceção da exceção conversar com o gestor.

Resumo da movimentação: # Tentativa – contato suporte/retorno dúvida.

Importante: deve-se especificar qual o produto/serviço está relacionado ao contato.

Fora esses prazos dar prioridade para resolver o problema ou solicitação do cliente – quem atender resolve, atende, vende etc.

Importante:

- Desconsiderar agendamento maiores que 7 dias ou sem caso validado pelo gestor.
- Desconsidera agendamento para onboarding / inativação.



3. Nova contratação de outro serviço diferente do agendamento: Cliente possui um agendamento com colaborador X sobre o serviço Y. Se cliente entrar em contato ou solicitar contratação de outro serviço diferente do que consta agendado, quem atendê-lo poderá efetivar a contratação do serviço em si. O serviço que consta com o agendamento fica com o responsável inicial pelo agendamento.
4. Retirar o agendamento de vendas já realizadas: Toda e qualquer venda já realizada, o colaborador responsável pela venda efetuada, deverá retirar o agendamento sobre o serviço X em questão. Caso o cliente entre em contato para upgrade ou novo serviço a responsabilidade fica com quem atendeu.
5. Inativação manual: Cliente foi inativado manualmente e liga para recontratar. Deve-se verificar quem é o responsável pela inativação e passar o contato para ele desde que o contato e inativação tenha sido realizado nos últimos 15 dias. Se superior a 15 dias, pode efetuar a recontração (qualquer pessoa). Necessário que o cliente responda a mensagem, mesmo que de forma negativa.
Exemplo: Não tenho interesse na contratação neste momento.
A agenda conta 15 dias após a data de inativação.
6. Inativação automática: Cliente foi inativado automaticamente e liga para recontratar. Pode efetuar a recontração (qualquer pessoa).
7. Recontração com dívida:
Dívida anterior a 1 ano: Abonar a dívida e faz a contratação, a venda para este cliente não pode efetuar desconto, exceto se vier através de campanha de disparo. (qualquer pessoa).



8. Vendas (receptivo) - Cliente fez o contato (chat, e-mail, fone e whats)

Missão: vender melhor e mais rápido e não perder a oportunidade da decisão.

1º PASSO – o que fazer? Abrir a ficha e verificar: existe agendamento com # de VENDA dentro de um prazo de 2D ou no máximo de 6D (somente esses) repassa para a equipe de venda efetuar o atendimento/venda na hora!!!

Transferência do atendimento para a equipe de venda: encaminhar para o colaborador que tem o agendamento, se ele não responder, encaminhar para qualquer um que esteja liberado na hora. A questão da comissão, posteriormente será tratada entre a equipe de vendas (Gestor fica a cargo de organizar).

Importante: se tem agendamento, porém sem contato, pode seguir o atendimento normal.

2º PASSO – não tem agendamento: FAZER A VENDA!

Exemplo:

- a) Cliente no chat pedindo valor de movimentação, posso mandar o valor já no chat? SIM. Posso mandar no chat ou no e-mail. (deve cobrar retorno desse e-mail - aguarda até 2 dias – pode agendar conforme regra)
- b) Está no telefone e pediu o valor para duas pesquisas e dois advogados. Posso indicar o valor por e-mail ou fone? Sim.
- c) Ligou pedindo valor do beneficiário. Posso mandar o valor por e-mail? SIM. (deve cobrar retorno desse e-mail - aguarda até 2 dias – pode agendar conforme regra)

3º PASSO: Cliente está pedindo valores, porém não tem a decisão tomada, apenas especulação, pode e deve repassar para o comercial para que faça o processo de convencimento e trabalho de persuasão...



9. Cliente com vendedor responsável está ausente ou férias (comercial ou suporte): Caso cliente entre em contato com o suporte/comercial e o vendedor responsável estiver de férias ou ausente, outro colega do comercial poderá atendê-lo e efetivar a venda. Comissão: Em caso de férias vai para o vendedor que efetivou a venda; em caso de ausência vai para vendedor que fez a tratativa inicial.