

# Alinhamento - procedimentos gerais - comercial e suporte

Conforme alinhamento entre Daiana, Douglas e a diretora Daniela Rosa, segue procedimentos a serem feitos nas situações a seguir:

Data do alinhamento: 27/04/2023 - 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 integral – 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 recontratação (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 recontratação (qualquer pessoa).

**7. Recontratação 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.

[ALINHAMENTO DE OBJETIVOS e REGRAS ENTRE COMERCIAL X SUPORTE - 2.pdf](#)

---

Revision #4

Created 7 July 2023 14:56:21 by Admin

Updated 13 July 2023 15:07:50 by Admin