

Seja Bem Vindo(a)

Curso de Recepcionista

Carga horária: 30hs



Dicas importantes

- **Nunca se esqueça** de que o objetivo central é **aprender** o conteúdo, e não apenas **terminar** o curso. Qualquer um **termina**, só os determinados **aprendem!**
- **Leia** cada trecho do conteúdo com **atenção redobrada**, não se deixando dominar pela pressa.
- **Explore profundamente** as **ilustrações explicativas** disponíveis, pois saiba que elas têm uma função bem mais importante que embelezar o texto, são fundamentais para **exemplificar e melhorar o entendimento** sobre o conteúdo.
- Saiba que quanto mais **aprofundaste seus conhecimentos** mais **se diferenciará dos demais alunos** dos cursos.
- Todos têm acesso aos mesmos cursos, mas o **aproveitamento** que cada aluno faz do seu momento de aprendizagem diferencia os **"alunos certificados"** dos **"alunos capacitados"**.
- **Busque complementar** sua formação **fora do ambiente virtual** onde faz o curso, buscando **novas informações e leituras extras**, e quando necessário procurando **executar atividades práticas** que não são possíveis de serem feitas durante o curso.
- **Entenda** que a aprendizagem **não se faz apenas no momento em que está realizando o curso**, mas sim durante todo o dia-a-dia. Ficar atento às coisas que estão à sua volta **permite encontrar elementos para reforçar aquilo que foi aprendido**.
- **Critique** o que está aprendendo, **verificando sempre a aplicação do conteúdo no dia-a-dia**. **O aprendizado só tem sentido quando pode efetivamente ser colocado em prática**.

Conteúdo

Introdução

Perfil Ideal da Recepcionista

Marketing Pessoal

Etiqueta Social

Ética Profissional

O Arquivo

Comunicação

Relacionamento Intrapessoal e Interpessoal

Atendimento ao Cliente

Qualidade de Atendimento ao Público

Atendimento Telefônico

Bibliografia/Links Recomendados

Introdução



Nos tempos atuais, em que mudanças ocorrem a cada instante, o fluxo intenso de informações e a competição são características que influenciam decisivamente na vida das pessoas.

A profissionalização (treinamentos, participação em cursos e palestras) dos funcionários torna-se um ferramenta essencial à sobrevivência da empresa dentro do mercado.

A quase totalidade das empresas de prestação de serviços e vendas de produtos, que têm à sua frente um recepcionista, é muita influenciada pelo ambiente externo, de forma que cenários socioeconômicos, novas tecnologias, políticas, disponibilidade de mão- de- obra, preservação do meio natural etc., serão de relevância para os rumos da empresa. Geralmente, a gestão estratégica analisa o ambiente externo e o traz para dentro da organização, buscando avaliar as oportunidades e ameaças, alterando rumos para atingir objetivos e sobrevivência no longo prazo, mobilizando-se os recursos em prol do equilíbrio e da estabilidade empresarial. As empresas têm-se mobilizado e investido na qualificação de seus funcionários para não correrem o risco de perder espaço no competitivo mercado.

Desse modo, no contexto empresarial, torna-se imprescindível à qualificação do recepcionista, pois este é o ponto de partida, ou quase uma carta de apresentação de todas as organizações. É no momento da recepção que a empresa demonstra do que é capaz. As funções nas empresas se aprimoram para atender às exigências dos clientes. Hoje, o cliente é o centro nas relações comerciais e reivindica seu lugar de “soberano”, “majestade”. Exige produtos, serviços e atendimentos de qualidade. Então: “Mais do que atender às necessidades do cliente é preciso

encantá-lo”. Na hora da verdade, é o funcionário adequado que vai conquistar ou afastar clientes. O cliente avalia a qualidade no momento do uso. Ele é sempre o juiz; se satisfeito, pode fidelizar-se à organização, à loja ou marca. Caso contrário, não voltará.

A recepcionista é um prestador de serviço que exerce papel estratégico dentro da empresa. Reconhecer sua importância e responsabilidade no processo possibilita demonstrar ao cliente a qualidade e a excelência da empresa. O papel da recepcionista, dentro da organização, é de desenvolver um trabalho eficaz que contribua para o fluxo produtivo dos clientes internos e externos. Para isso, é necessário que haja sintonia entre ambos, e produção do recepcionista. É importante que o recepcionista tenha clareza das suas atividades, deveres, direitos, rotinas, responsabilidades, limites de autonomia e expectativas da sua liderança.

As responsabilidades do recepcionista dependerão da empresa em que trabalha. As principais atribuições são: informar, conduzir, orientar, anotar, encaminhar, servir, organizar, protocolar, arquivar, agendar e filtrar ligações. Conforme a empresa, o recepcionista poderá até realizar tarefas de assessoramento. A recepcionista precisa estar sempre atento ao planejamento diário e ao controle das providências a serem tomadas. Poderá dar sugestões à chefia que contribuam para o aumento da eficácia do trabalho. A recepcionista comprometido com seu trabalho é dinâmico e participante. Em presença do cliente ele é atencioso e dedica-se ao atendimento (a); quando não há atendimento, dedica-se à organização, conferências de agenda e escrita do seu trabalho (b).

Perfil Ideal da Recepcionista



Ser recepcionista requer conscientização de uma série de habilidades e competências. É necessário vestir a camisa da instituição, firma ou empresa.

A atuação deste profissional requer qualidades e habilidades, tais como:

- Responsabilidade - consiste na obrigação de responder pelas próprias ações, e pressupõe que as mesmas se apóiam em razões ou motivos.
- Dinamismo – consiste em administrar sabiamente as atividades para que elas não se acumulem.
- Discrição – Permite treinar o silêncio e proporcionar maturidade a vivências e processos.
- Organização – Atitude de planejar, arrumar, organizar o ambiente e as atividades. A organização é uma característica que revela planejamento do recepcionista, podendo ser observada no ambiente de trabalho.
- Atenção – manter ou aplicar a mente de forma cuidadosa e alguma coisa; cuidado, concentração, reflexão.
- Iniciativa – Ação daquele que é o primeiro a propor e , ou empreender algo no ambiente de trabalho ou em dadas situações.
- Criatividade – Capacidade criadora; plena de engenho e inventividade.
- Imparcialidade – atitude de não sacrificar a sua opinião à própria conveniência, atitude de retidão. Flexibilidade - disponibilidade de espírito; compreensão, complacência para atuar na profissão.
- Comunicabilidade – atitude de comunicar de forma franca e adequada. Para uma comunicação adequada, eficiente e eficaz, é preciso observar que é necessário desarmar-se emocionalmente; que as discordâncias são um encontro de idéias;
- É importante reforçar as concordâncias e minimizar as discordâncias;
- Trabalhar no processo ganha-ganha;
- Colocar-se na posição do outro; Reconhecer que não somos o dono da verdade;
- Compreender que as opiniões divergentes devem ser respeitadas;

- O bom desempenho da recepcionista tem entre seus pontos principais a comunicação, incluindo simpatia e educação.
- Ponderação – capacidade de examinar com atenção e minúcia uma situação; apreciar maduramente um conflito; considerar, medir, pesar algo para tomar uma decisão.
- Educação - forma de agir em que o profissional manifesta civilidade, delicadeza, polidez e cortesia.
- Simpatia – tendências a fazer com que as relações existentes entre as pessoas se intensifiquem e permitam que, instintivamente, estas se sintam atraídas entre si.
- Confiança – consiste na segurança íntima de procedimento, para que desperte o crédito das pessoas do convívio e da empresa.
- Sigilo – dever ético que impede a revelação de assuntos confidências ligados à profissão.
- Autonomia – faculdade de se governar por si mesmo, tomando atitudes decisivas para o bom desempenho e harmonia do trabalho.
- Segurança – confiança em si mesmo; autoconfiança, convicção nas atitudes.
- Lealdade – atitude daquele que é fiel aos seus compromissos.
- Postura (boa aparência) – manutenção e expressão de ponto de visita; maneira de pensar e agir; atitude.
- Empatia – em todo ambiente onde agem duas ou mais pessoas, está sujeito ocorrer conflitos, dadas as diferenças que existem entre os seres humanos. Essas diferenças são desenvolvidas, desde quando se nasce e vão se acumulando no decorrer dos anos.

Estas diferenças é que nos fazem únicos no universo. Para compreender melhor as pessoas, é importante aplicar o princípio da empatia, que é nos colocarmos no lugar da outra pessoa para experimentar seus sentimentos da mesma maneira como esta pessoa experimenta.

ALERTA:

As pessoas não sentem prazer em se sentirem preteridas ou em ficar esperando atendimento com recepção demonstrando descaso.

Planejamento

Planejar é decidir antecipadamente o que fazer, como fazer, por que, quando, quanto e quem deve fazer. O planejamento é o ponto básico indispensável a toda e qualquer atividade. Facilita a ação, contribui na administração do tempo e redireciona as atividades do cotidiano.

a) Faça uso de uma agenda. Nela, você vai anotar todos os seus compromissos para uma determinada data. Não confie na memória, anote todos os recados.

b) Planeje o seu dia seguinte no final de cada dia. Assim que chegar ao trabalho, consulte a agenda e o arquivo follow-up, para

ver quais são as suas obrigações para aquele dia. Verifique se ficou alguma pendência do dia anterior e resolva-a imediatamente. Caso envolva uma terceira pessoa, lembre-a da pendência. Faça uma lista com as prioridades e resolva-as nesta ordem.

c) Para ganhar tempo, resolva primeiro o que é importante e urgente.

Importante é aquilo que traz consequências. E urgente é quando há uma pressão de tempo para realização daquela tarefa. Por exemplo, um documento a ser entregue é urgente e importante. O planejamento para o seu trabalho é importante, mas não tão urgente.

Controle

Controle é todo sistema desenvolvido para acompanhamento e redirecionamento das atividades específicas. Permite acompanhar os objetivos planejados para os ajustes necessários, se for o caso. O controle inclui, também, a avaliação dos resultados conseguidos. Em primeiro lugar, tenha sempre em mãos um organograma da empresa com os profissionais de cada cargo. Assim você saberá exatamente a quem procurar quando tiver que encaminhar alguém ou dar algum recado.

Veja abaixo um exemplo de organograma.

- Mantenha as listas telefônicas internas e externas sempre atualizadas para localizar uma pessoa rapidamente.
- Tenha uma agenda à parte com os telefones e endereços de todos que são ligados a empresa de alguma forma.
- Mantenha o seu material de consumo organizado e completo. Assim você evita o desperdício, pois não vai precisar pegar material novo enquanto ainda tem o seu.
- Mantenha atualizados os dados da chefia e de seus familiares. Quando for solicitado, você estará à frente.
- Tenha controle sobre todas as informações necessárias às pessoas que chegarem a sua recepção. A primeira atitude é saber quem se encontra na empresa para ter o controle sobre a informação solicitada.

Marketing Pessoal



Marketing é todo um conjunto de atitudes tomadas para conquistar e manter um cliente. Esse conceito, normalmente, é usado quando queremos vender um produto. Quando o marketing é pessoal, o produto a ser vendido é a sua imagem. A competência e a maturidade profissional também transparecem através da maneira de você se vestir, de se calçar, de se maquiar e de se relacionar.

Transmitir um impacto visual agradável, que denote bem estar e segurança, consolidará uma imagem de respeito, estima e competência.

Atenção!

- Na apresentação pessoal, ajuste o figurino à sua personalidade, com perfeição.
- Na comunicação, afie o discurso com boas ferramentas de verbalização e ampliação de conhecimentos gerais e específicos.
- No relacionamento, torne mais ampla a faixa de contatos para incluir lideranças e entidades significativas.
- Na organização, elabore uma boa agenda a cumprir com cuidado e um arquivo eficiente de fato.
- Na sintonia com a realidade, mantenha as antenas poderosas sobre fontes de informação.
- Fixe metas, definindo passos gradativos a serem conquistados para alcançar os objetivos.

a) Como se vestir

1. Em primeiro lugar, o seu vestuário deve estar sempre limpo e bem passado. Evite o exagero. No caso das mulheres, não use brincos, pingentes, flores na cabeça, pulseiras tilitantes e perfumes fortes.
2. Os melhores tipos de sapatos para o trabalho são o mocassim, um sapato baixo fechado, ou uma sandália discreta para o calor. Não use saltos muito altos. Esses são para noite. Procure usar sempre sapatos na cor que combine com o uniforme. Procure não usar sapatos na cor da roupa a não ser que esta seja neutra. Na dúvida, use calçados pretos. Use sempre sapatos em bom estado de conservação.
3. Se na empresa onde trabalha não for hábito usar uniforme, use, no caso das mulheres, um blazer com uma calça que combine ou com uma saia que deve estar, no máximo, 4-5 dedos acima do joelho. Não use decotes e transparências. Se o seu uniforme for saia, use meia fina, da cor da pele. Nunca use meias escuras durante o dia. As meias escuras são somente para a noite.
4. No caso dos homens, apresente-se de terno escuro e gravata. A cor da meia deve acompanhar a cor da calça mesmo se o sapato for mais claro. Procure não usar sapatos claros com roupas escuras. Os cabelos sempre bem tratados e limpos. Faça barba todos os dias. Para mulheres um coque é sempre bem-vindo.

Guarda-roupa básico para o trabalho

FEMININO

- Dois conjuntos, um de saia e outro de calça comprida para cada estação – opte por cores como o preto (jamais sai de moda) e um tom mais claro. Mais um terno de microfibra, que não amassa.
- Dois blazers de diferentes tecidos - um para o frio e um para o calor, que possam ser coordenados com calças e saias avulsas. Evite cores espalhafatosas; não resistem a mudança de estação. Se estiver fora do peso, desista de tons claros e pastéis.
- Duas saias pretas (uma de lã e outra de tecido leve). De excelente caimento e comprimento comportado. Um despojado vestido tubo ou chemisier.
- Camisas e blusas coordenáveis com as demais peças. Cardigãs e malhas.
- Dois pares de sapatos para cada estação, duas bolsas idem. Em cores neutras que dispensem a troca diária. Uma sandália para o verão. Uma discreta pasta executiva.
- Acessórios (cintos, bijuterias, relógio, echarpes, meias) que funcionem como tempero e acabamento. Sem exageros.

MASCULINO

- Dois ternos para cada estação (verão e inverno). Cores: preto, azul-marinho ou neutra, mais clara, como o bege.
- Dois blazers. Para o verão prefira um tecido leve e sem forro.
- Calças que possam ser coordenadas com blazers e paletós de ternos.
- Camisas clássicas e algumas adaptadas à moda. Aqui cabem toques de ousadia que combinem com você.
- Dois pulôveres lisos em tons neutros. Um par de sapatos pretos, outro de marrons, para usar com meias da mesma cor.
- Acessórios: cintos da mesma cor dos sapatos, gravatas de varias padronagens, sem exagero na quantidade, para ir acrescentando novas opções de acordo coma as últimas tendências. Se preferir, aposte no clássico. Difícil de errar, mas com o risco de faltar tempero.

b) Como se maquiar

- Use uma maquiagem leve para o dia.
- Passe sempre uma base no rosto da cor da sua pele e um pó da mesma cor para disfarçar as imperfeições.
- Se usar sombra, procure usar tons neutros um pouco mais escuros que a própria pele.
- Comece fazendo o fundo dos olhos com a sombra. Você pode passar um tom um pouco mais claro nas partes mais salientes para ressaltá-las.
- Passe um lápis marrom para ressaltar o contorno dos olhos e, se precisar, nas sobrancelhas, para completar falhas. Mas bem discreto.
- Passe me seguida, uma máscara preta ou incolor para cílios para curvar os cílios. Para muitos, a maquiagem feita dessa forma será até despercebida. Só que dá a impressão de rosto bem cuidado.
- Os cabelos devem estar sempre bem tratados e limpos. Para as mulheres um coque é sempre bem-vindo.
- Mantenha as unhas em tamanho confortável, limpas e não muito compridas. As unhas muito compridas dificultam o trabalho no teclado do computador. Elas devem ser feitas toda a semana, e não use esmalte escuro no trabalho. Eles são próprios para festas.

Importante:

O mau hálito, em 90% dos casos, tem origem na boca. Quando ele acontece é sinal que você não está fazendo uma boa higiene oral. Ou então, há algo errado no seu organismo. Visite regularmente o dentista pois a saúde bucal é um fator importantíssimo para a sua apresentação pessoal. Além disso, é fundamental para a preservação da sua saúde.

Nada mais detestável do que odores desagradáveis debaixo do braço. Escolha um bom desodorante, pois mesmo suando, não há formação de odores. Se você suar muito, normalmente, e for participar de uma reunião, por exemplo, use o desodorante antitranspirante que impede a saída do suor. Mas, não o use sempre, pois impede a saída das toxinas que precisam ser eliminadas do seu organismo junto com o suor.

Etiqueta Social



Quando o recepcionista apresenta um conjunto harmônico de boas maneiras, bons costumes, boas atitudes, gestos próprios, palavras certas, tom de voz adequado, além da fisionomia e traje corretos, isso facilita as relações humanas, tornando-as mais agradáveis e simpáticas. Melhora o relacionamento em todos os níveis.

- O cumprimento é obrigatório tanto ao chegar quanto ao sair do seu local de trabalho. Um “bom dia” dito num tom agradável e atencioso é mais do que suficiente para começar um bom dia de trabalho. Peça aos colegas notícias de suas famílias, mas evite as questões indiscretas.
- Se for falar ao seu patrão, peça licença antes de entrar na sala e mantenha-se de pé enquanto fala com ele. Caso seja necessário faltar, explique-se corretamente com o seu supervisor. Não minta e não fique falando de problemas pessoais na sua empresa. Lembre-se: a vida no escritório e a vida privada nada tem em comum.
- Não impeça os outros de trabalhar para contar o filme a que assistiu ou os seus projetos para o final de semana.
- Se alguém muito superior ao seu cargo lhe dirigir a palavra para uma ordem ou recomendação, fique de pé para ouvir se não tiver nenhuma cadeira para lhe oferecer.
- Mesmo que você seja íntimo do seu patrão, não o trate com intimidade no trabalho.
- Não adquira o hábito desagradável de reclamar por tudo ou por nada e não discuta as ordens recebidas.
- Mantenha a postura ereta quando sentada em sua cadeira de trabalho. Além de proporcionar boa saúde para a sua coluna, faz com que você fique elegante. Uma

postura correta transmite harmonia, elegância e saúde. A boa postura é essencial para o bom funcionamento dos órgãos, evitando o aparecimento de deformidades e proporcionando melhor circulação sanguínea.

- Mantenha o seu lugar de trabalho limpo e organizado. Isso também faz parte da boa educação e, com certeza, será percebido por todos.
- Seja prestativo com todos, na sua empresa. Seja generoso. Nunca sugira que só está fazendo o favor para obter retribuição.
- Quando for pedir ajuda a alguém, faça-o de tal maneira que a pessoa não se sinta obrigada a te ajudar. Quando um colega te ajudar e você não puder retribuir imediatamente, agradeça o favor com um pequeno presente, um almoço, um livro, um objeto de mesa ou uma caixa de bombons.
- Procure guardar a data de aniversário de seus colegas de trabalho e dos seus superiores. É sempre elegante enviar um cartão de felicidades nesse dia.
- Quando conversar com alguém, procure olhá-lo nos olhos. Quando você olha transmite segurança e atenção.
- Quando falamos, geralmente, usamos gestos para acompanhar a fala. Procure não usar gestos exagerados.
- Procure manter a fisionomia sempre serena e sorria sempre. Isso é contagiante. Mantenha o autocontrole emocional e não se irrite. Um recepcionista temperamental não tem lugar em nenhuma empresa.
- Cultive sempre a paciência. A pessoa paciente tem inteligência emocional. Você ficará sabendo que é paciente quando uma pessoa lhe fazer uma mesma pergunta várias vezes, e, na última, você lhe responder com o mesmo tom de voz da primeira vez.
- Quando falar com alguém, preocupe-se com o seu tom de voz. Nunca fale alto demais ou baixo de mais que dificulte que os outros lhe ouçam. Também não fale rápido ou devagar demais.
- Quando falar ao telefone, antes de retirar o fone do gancho, respire fundo, sorria e não permita que o seu tom de voz deixe de passar nenhuma emoção negativa.
- Ao telefone, não remeta o cliente de uma seção para a outra só porque decidiu que ele é um chato.
- Tente sentir como a outra pessoa se sente em determinadas situações para compreendê-la, ante de tomar qualquer atitude.
- A linguagem usada deve ser respeitosa e simples. Não use palavras em outras línguas quando tiver alguém que não as entenda. Não use gírias ou palavrões.
- Use sempre por favor, bom dia, boa tarde, e boa noite, com licença, obrigada e desculpe-me.
- Seja objetivo nas conversas com clientes e colegas de trabalho.
- Fumar faz mal a saúde. No entanto se você fuma, não pode, em hipótese alguma, incomodar os outros. Não fume na presença de clientes e jamais jogue cinzas no chão, em pires ou em copos. Fume em um local afastado, no seu horário de folga.
- Seja sempre amável e gentil. Esteja sempre pronto a dar informações corretas. Respeite cada indivíduo como eles são. Não faça discriminação entre os seus colegas ou clientes. Mostre interesse sempre que alguém lhe dirigir a palavra
- Deixe todos os problemas pessoais em casa. Nada pode interferir na qualidade o seu trabalho.
- A higiene corporal é de grande importância, pois transmite um aspecto saudável e cuidadoso.
- O vestuário é o símbolo extremo da nossa elegância, refletindo nossa personalidade e influenciando nos contatos pessoais e profissionais. O traje deve ser confortável, bem cuidado e que se tenha bom senso ao usá-lo. Use de uniforme é ideal, pois transmite imagem de organização e cuidado da empresa.

- Existe também elegância on-line. Em primeiro lugar, responda todos os e-mails e não perturbe os outros com correntes de piadinhas.
- Nunca deixe visível a lista de pessoas para a qual você enviou uma mensagem.
- Evite saudações pomposas como ilustríssimo senhor. Utilize Sr. ou Sr^a.

Ética Profissional

Reafirmamos, aqui, que a ética também faz parte do marketing pessoal. A relação de confiança consolida, através da perfeita integração do funcionário, com os objetivos da empresa.

De forma geral, a ética inclui outros elementos que já salientamos como imprescindíveis ao perfil do recepcionista, dentre eles, a discrição, o sigilo e o sentido empresarial, muito importante nas comunicações transmitidas por palavras, atitudes e documentos escritos.

A ética estuda a moral e as obrigações do homem, o que é bom e o que é mau. Toda a atividade do ser humano está sujeita a valorizações éticas que lhe indiquem o que é correto e o que é incorreto em sua conduta, ou seja, os homens (num sentido geral) são obrigados moralmente a manter determinados princípios que serão explicados a seguir.



Com a sociedade

A atuação profissional tem de estar em posição de dignidade, para satisfazer as aspirações legítimas da sociedade à qual servimos e da qual fazemos parte. A obrigação que temos com a sociedade e nós mesmos consiste na responsabilidade social de nossas atividades profissionais. A pessoa que atua com ética profissional se sentirá orgulhosa de seus atos e satisfeita de haver escolhido o caminho certo para a sua conduta.

Aquele que age sem ética profissional se transforma em um ser infeliz, nunca satisfeito, exceto com o engano. Uma pessoa que age sem ética, além de não contribuir com a sociedade, prejudica-a.

Com a empresa onde trabalha

A empresa onde trabalhamos é parte da vida e da sociedade na qual vivemos. Quando atendemos os clientes de uma empresa, nós a representamos em sua honra, reputação e imagem.

Um funcionário é a voz e a imagem da empresa onde trabalha, e suas ações farão com que ela seja valorizada positiva ou negativamente. É necessário justificar a confiança que a empresa deposita em seus funcionários e agir como pessoas de bem, sendo justas e eqüitativas, prometendo somente aquilo que se pode cumprir. Além disso, deve-se ter em conta que o principal para toda a empresa é o cliente, que sustenta a empresa e cuja existência garante a sobrevivência dela e de seus funcionários, sendo, dessa forma, a pessoa mais importante, que “sempre tem razão”.

Nas empresas há que se portar revelando também a obrigação moral de empenhar-se para conseguir um espírito de trabalho em equipe, com todos os companheiros. Assim, mesmo o erro sendo de um membro da equipe ele deve ser considerado como um erro da empresa em seu conjunto.

O cliente é muito importante para a empresa, a qual se mantém com a sua confiança. Ter o cliente satisfeito significa não somente que ele irá retornar, mas também que ele recomendará os serviços a seus familiares e amigos. Por outro lado, aquele que sai descontente do estabelecimento não voltará e dará referências ruins.

Nas decisões, devem ser utilizados argumentos sólidos e não exagerados, pois seria falta de ética, criando inimigos, despertando rancores contra a empresa e contra nós mesmos. Nunca se devem enfrentar seus inimigos, uma vez que, quando se ganha, como contrapartida perde a empresa e os próprios funcionários. A obrigação moral consigo mesmo é a força que guia o trabalho, que marca o caminho para atuar corretamente na sociedade em que vivemos, com a empresa que nos emprega e com os clientes que são recebidos.

Muitas vezes, acontecem situações ou aspectos que nos desmotivam, como o tratamento que recebemos, as remunerações que não se ajustam à realidade do mercado, os méritos que não são reconhecidos, a falta de respeito. Por algumas ou por muitas dessas razões, podemos colocar nosso comportamento em dúvida, porém, como profissionais, sempre devemos atuar da mesma maneira, sem perder o trabalho ou unindo-se à concorrência e revelando segredos que nos foram confiados.

O profissional deve ter a força para não mudar seu modo de ser, pois a mudança prejudicaria a ética profissional.

Para um bom desempenho, é necessário realçar as seguintes características e atitudes que se espera do bom recepcionista:

1. Seja honesto. Isso significa que, além de não pegar nada que não lhe pertença, você deve usar o seu horário comercial para tratar de assuntos pessoais, fazer compras, telefonar, escrever suas cartas, ler, passar seus e-mails ou navegar na Internet em sites que não são de interesse da empresa. Tenha espírito de equipe. Nunca se delata um companheiro de profissão a não ser que o fato de tal gravidade que haja uma obrigação moral nesse sentido.
2. Não dê conselhos a um colega do mesmo nível a não ser que seja solicitado. Ao contrário, deve-se dar conselho a uma pessoa subordinada se perceber que ela tomaria o conselho como uma prova de boa vontade.
3. Não tenha inveja de outros por receberem gratificações, serem elogiados ou serem promovidos. Se você fizer a sua parte também terá a sua recompensa.

4. Seja objetivo nas conversas com clientes e colegas de trabalho.
5. A discricção também faz parte da ética. Assuntos de trabalho não devem ser comentados com ninguém . É desaconselhável falar sobre assuntos da empresa para estranhos. Evite criticar colegas e outros profissionais.
6. Não seja ambicioso de forma excessiva. Querer evoluir na profissão é um direito de todos. Mas não faça nada imoral para alcançar os seus objetivos.
7. Tenha respeito pela empresa e pelas pessoas que lidam diretamente com você. Lembre-se de que, não se deve desejar ao próximo o que não se deseja para si mesmo.
8. Se cometer algum erro, admita que errou e desculpe-se imediatamente. Busque soluções para resolver.
9. Seja leal a sua empresa. A partir do momento em que fez um contrato com ela, vista a camisa e defenda-a como se fosse sua.
10. Cuide sempre da sua aparência.
11. Seja pontual com suas atividades.
12. Colabore com sua empresa e colegas de trabalho, em tudo que estiver ao seu alcance.
13. Trate a todos com educação e respeito.
14. Procure não deixar que problemas pessoais interfiram em seu trabalho.

O Arquivo

Arquivo é toda coleção de documentos para serem consultados posteriormente. Pode ser virtual, quando feito no computador ou arquivo físico, se o documento for armazenado em pastas, armários ou nos vários meios próprios.

Saiba arquivar documentos de forma dinâmica. Só assim você terá controle sobre tudo que for arquivado e poderá obter uma informação no menor tempo possível.



Funções do Arquivo:

1. Preservar a documentação;
2. Organizar e classificar a documentação;
3. e Proporcionar consulta rápida.

Se o arquivo não cumprir essas três funções é sinal de que não está devidamente organizado. Existem três tipos de arquivo:

a) Arquivo ativo: aquele que guarda os documentos de uso freqüente e continua recebendo novos documentos.

b) Arquivo inativo: Guarda documentos que são consultados ocasionalmente

c) Arquivo Histórico: guarda documentação que tem conotação histórica para a empresa, funcionando como um museu. Guarda documentos de propaganda, fotos, matérias de jornais e revistas, tecnologias, produtos novos etc.

Existem detalhes muito importantes, com os quais você deve se preocupar para que o seu arquivo seja organizado:

- As gavetas nunca devem ficar abarrotadas e as pastas superlotadas. Quando chegar no ponto em que a pasta estiver cheia, abra uma nova com o mesmo tipo de controle.
- Dê preferência ao plástico, para separar documentos. Não utilize cliques, e sim grampos. Os papéis presos com isso “sumirem” dentro do arquivo.
- Grampeie sempre do lado superior esquerdo do papel. Isso facilita a leitura e a passagem das paginas.
- O material volumoso deve ser dobrado, ficando o título para fora. Isso tornará mais fácil a localização.
- Os furos do papel devem ser reforçados com etiqueta própria, porque, com o tempo, esses furos podem ir rasgando, o papel se solta e se perde dentro do arquivo.
- Todos os papéis rasgados devem ser consertados com fita adesiva.
- Os papéis amassados devem ser estirados. Além de conservar melhor o documento, economiza espaço.

FORMAS DE ARQUIVAMENTO

Arquivo Frontal: é um armário de aço, no qual os documentos são dispostos uns atrás dos outros, com a frente voltada para quem os consulta.

Armários de Aço: São móveis com portas, usados para a guarda de classificadores A/Z, volumes encadernados ou documentação sigilosa.

Arquivo portátil: é uma arquivo de aço transportável, com número variado de gavetas. Este tipo de arquivo é muito utilizado para fichas de informações, índice, cheques etc.

Arquivo de fichas: são pequenas caixas de madeira, aço ou acrílico, onde são colocadas em ordem todas as fichas de um determinado item. Este arquivo é muito utilizado para controle de clientes, estoque etc.

Arquivo por pastas suspensas: Este método é muito utilizado, serve para arquivamento em armário de aço frontal.

Arquivo por pasta sanfonada: é a pasta com divisões internas de cartolina e dotada de vincos na parte inferior, comportando grande número de documentos, sem se deformarem.

MÉTODOS DE ARQUIVAMENTO

- Método alfabético: é muito indicado para arquivos de correspondência. As pastas devem ser organizadas, rigorosamente, por ordem alfabética, para evitar enganos e demoras desnecessárias. A separação das pastas devem ser por guias alfabéticas simples que facilitam a organização.
- Método Específico ou por assunto: Nesse método, as pastas são ordenadas por assunto. Em primeiro lugar analise a empresa onde trabalha. Detalhe suas atividades, seus interesses e objetivos. Prepare uma relação de seus assuntos básicos em ordem alfabética. Os assuntos poderão, em seguida, ser divididos, conforme a necessidade do serviço, a frequência das consultas e a facilidade e rapidez de localização dos documentos. Assim que você terminar de fazer a relação de assuntos, com as respectivas divisões e subdivisões, pode começar a aplicar o método de arquivamento por assunto.
- Método geográfico: é um método muito usado quando arquivamos documentos, conforme divisão por países, estados, cidades, regiões, distritos, bairros e outras estado dependendo da empresa. É muito comum nos departamentos de vendas e nos de importação e exportação. Esse método se propõe a agrupar os clientes, os correspondentes etc., de acordo com os locais ou praças em que atuam.
- Método numérico: Nesse método, você dispõe as pastas e documentos, em sequência numérica crescente. Devem obedecer sempre a mesma ordem de entrada. É considerado indireto, pois sua consulta depende de um índice. Para cada pasta será atribuído certo número que obedecerá a uma ordem numérica crescente. Este sistema pode facilitar seu trabalho, pois o número é mais fácil de localizar de que o subtítulo. Também, para o arquivo confidencial, o sistema numérico é mais discreto do que o nome. Exemplo:

I- Assinatura de Revistas

1.1- Correspondência Expedida

1.2- Correspondência recebida

1.3- Acervo

1.3.1- Sugestões para a aquisição

1.3.2- Orçamentos

- **Método por cores:**
Existem duas formas muito fáceis de arquivar de acordo com a cor:
 - Identifica os arquivos que necessitam de atenção ou de manuseio especial. O uso de uma cor contrastante destaca, de imediato, pastas especiais como, por exemplo: Clientes especiais, projetos rápidos ou contas a pagar. Em uma gaveta, com pastas azuis, guarde as contas a pagar em pastas vermelhas. Isso permite auxiliá-las no lugar certo e auxiliá-las rapidamente.
 - Dividem –se os grupos de documentos em uma gaveta de arquivos, destacando uma categoria da outra. Aqui, os grupos de pastas coloridas atuam como guia visual, levando o usuário, rapidamente, a determinada seção usuário, rapidamente, a determinada seção do alfabeto, mês ou trimestre, ou mesmo um sistema diferente colocado na mesma gaveta. Uma grande vantagem desse tipo de classificação é permitir, de imediato, que se descubra uma pasta arquivada em lugar adequado. Uma pasta amarela, por exemplo, numa seção verde, emite um superalerta.

Comunicação



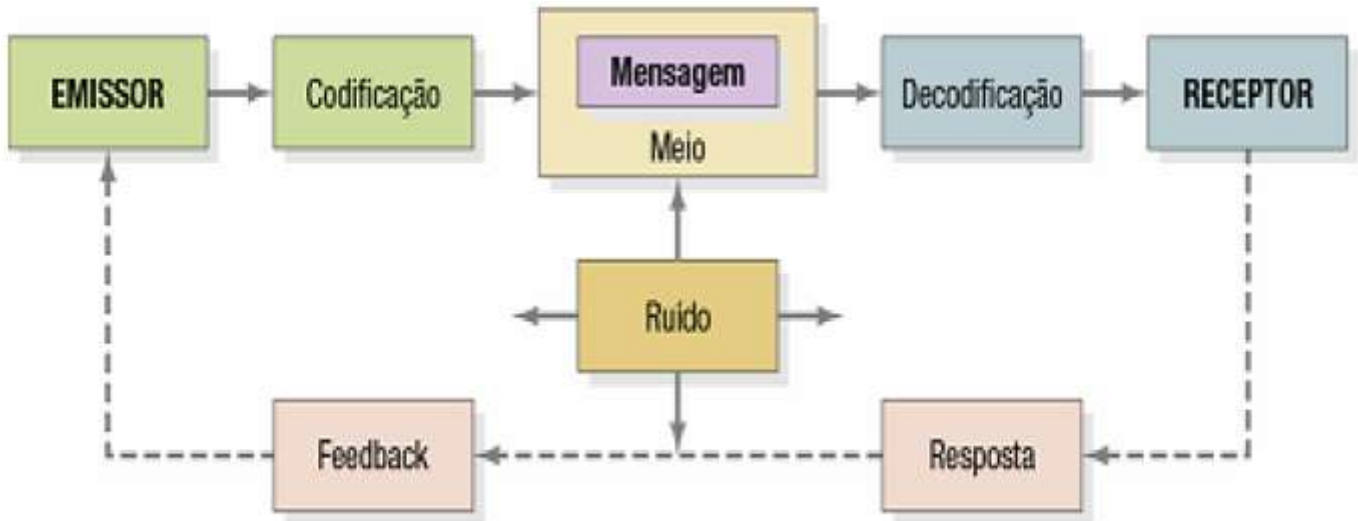
É o processo que consiste em transmitir e receber mensagens com finalidade de afetar o comportamento das pessoas. É o processo que permite ao homem estabelecer contatos, exprimir os seus desejos, aprender e partilhar conhecimentos, etc.

Este sistema ocorre sempre que alguém procura dar a conhecer uma determinada informação ou dado e os envia através de códigos convencionados por um canal de transmissão para uma segunda ou terceira pessoa. A comunicação é o primeiro passo para todo e qualquer relacionamento.

Comunicamos a todo instante, mesmo se estivermos calados. Comunicar é estabelecer contato com as pessoas, idéias, experiências; manter-se informado, negociar, influenciar e aprofundar ligações. Comunicar é estabelecer contato com as pessoas, idéias, experiências; manter-se informado, negociar, influenciar e aprofundar ligações. Comunicar é descobrir um jeito próprio de se expressar através das palavras e dos gestos. É a troca de idéias, com intuito de influenciar o comportamento da outra pessoa, sendo o principal objetivo o entendimento interpessoal. A comunicação deve ser:

- clara
- coerente
- adequada
- oportuna

- distribuível
- adaptável
- interessante



Conteúdo e forma:

Na comunicação interpessoal o que está sendo dito é tão importante quanto a forma (linguagem, ambiente, momento, recursos estilísticos, intenções). Para que o processo da comunicação aconteça é necessária a presença de cinco elementos:

1. Emissor
2. Receptor
3. Mensagem
4. Canal (meio de transmissão)
5. Código (fala, escrita)



A comunicação que estabelecemos no cotidiano pode facilitar ou dificultar muito as nossas relações. O receptor nunca assimila passivamente a mensagem, reagindo à significação em função de suas preocupações, de seu sistema de referências pessoais.

Em muitas situações, falamos e não somos compreendidos, nem sempre ouvimos o que as pessoas querem nos fazer entender,

ou seja, a dificuldade da comunicação humana é que o significado captado pelo ouvinte pode não ser exatamente a mensagem que o emissor quis transmitir.

O recepcionista comunica durante o seu trabalho em tempo integral, seja face a face e ou por telefone, com cliente interno e externo da empresa. É através deste recurso que conseguirá estabelecer uma relação de confiança e de qualidade com os clientes.

PROCESSO DA COMUNICAÇÃO

Emissor... Mensagem... Receptor

Pontos importantes a serem lembrados pelo EMISSOR para evitar problemas na comunicação:

1. Preparar sua fala
2. Utilizar “feedback”,
3. Confirmar a recepção da mensagem;
4. Falar com a linguagem verbal e não verbal.

Elementos críticos da comunicação

Auto – imagem;

Saber ouvir;

Clareza de expressão;

Capacidade de lidar com a contrariedade;

Auto abertura.

Inteligência

Espacial;

Corporal;

Musical;

Matemática.

Componentes da influência humana na comunicação

Palavra
Tom de voz;

Fisiologia.

A capacidade de transmitir nossas mensagens, nossos pensamentos e sentimentos estão:

- 7% - PALAVRA (capacidade de influência entre as pessoas);
- 38% - TOM DE VOZ (postura corporal);
- 55%- FISILOGIA (estudo das funções orgânicas dos seres vivos).

OBS.: Quanto mais a educação se faz através das palavras, menos comunicativas as pessoas ficam.

PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

As causas principais das falhas de comunicação mensagem.

- Dificuldade de expressão
- Escolha inadequada do receptor
- Escolha inadequada do meio
- Falhas na mensagem
- Diferenças de percepção

Condições para uma BOA Comunicação

- Falar com clareza e precisão
- Ter objetividade
- Tom de voz moderado
- Saber ouvir
- Respeitar
- Ter boa vontade, ser receptivo.

Obstáculos à comunicação

Os principais obstáculos à comunicação, como contraponto aos princípios de qualidade da mesma, podem ser resumidos nos seguintes aspectos:

- Emprego de código não adequado
- Falta de clareza
- Mensagens não desejadas
- Várias fontes concorrentes
- Fatores psicológicos e sociais
- Limitações da capacidade do receptor
- distração
- Má interpretação
- Canal inadequado
- Canais sobrecarregados
- Distorção por intermediários

“A comunicação é o ponto chave do atendimento da recepção das empresas de qualidade” e envolve as seguintes etapas:

1. O que comunicar? (o tema / conteúdo)
2. Para quê? (os objetivos)
3. Para quem? (público-alvo)
4. Como? (metodologia / estratégias)
5. Quanto tempo? (duração)
6. Quando (data e frequência)
7. Onde? (local)

COMUNICAÇÃO VERBAL E NÃO-VERBAL

A comunicação é a utilização de qualquer meio pelo qual uma mensagem é transmitida. Podemos dizer que a comunicação é a transmissão de um modo de pensar, de ser e de sentir. Seu objetivo é influenciar com o objetivo de se obter uma reação específica de quem recebe a mensagem.

Através da comunicação que as pessoas conseguem expressar suas emoções, motivar outras pessoas, transmitir fatos, opiniões e experiências. É preciso que se tenha um bom conhecimento sobre como bem utilizar esta ferramenta. Saber comunicar é um atributo que todos nós possuímos, porém, alguns sabem utiliza-la melhor do que os outros. É preciso que a comunicação, como ferramenta, seja usada em benefício do indivíduo da empresa.

Para que a comunicação aconteça será necessária à existência de um emissor e de um receptor, que a mensagem seja clara e objetiva, que o veículo utilizado seja adequado, que o código seja de pleno domínio do receptor, que não exista ruídos ou barreiras (ou ocorrendo possam ser superados) e, finalmente, que haja um feedback indicado que a mensagem foi recebida e principalmente entendida.

Na maioria das vezes, as situações desagradáveis no relacionamento da empresa com o cliente é fruto do descaso, da negligência ou da falta de conhecimento ao tratar da comunicação.

O relacionamento humano é a principal ferramenta do profissional de atendimento. O atender com qualidade passa necessariamente pelo bom relacionamento pessoal. O relacionamento nada mais é do que a maior ou menor capacidade do ser humano conviver ou comunicar-se com seus semelhantes. Assim, o relacionamento profissional é uma ligação de amizade condicionada a uma série de atividades recíprocas, devendo também permitir uma boa comunicação com os colegas de trabalho.

Comunicação é a transmissão de informações, idéias e atitudes de uma pessoa diretamente para os sentidos de outra pessoa: visão, audição, olfato, tato ou paladar.

Comunicação verbal: Através de palavras. É a transmissão da mensagem através da fala e escrita.

Para a linguagem verbal ser eficiente, na transmissão de mensagens, é necessário que o emissor utilize palavras cujo significado seja entendido por ele e pelo receptor.

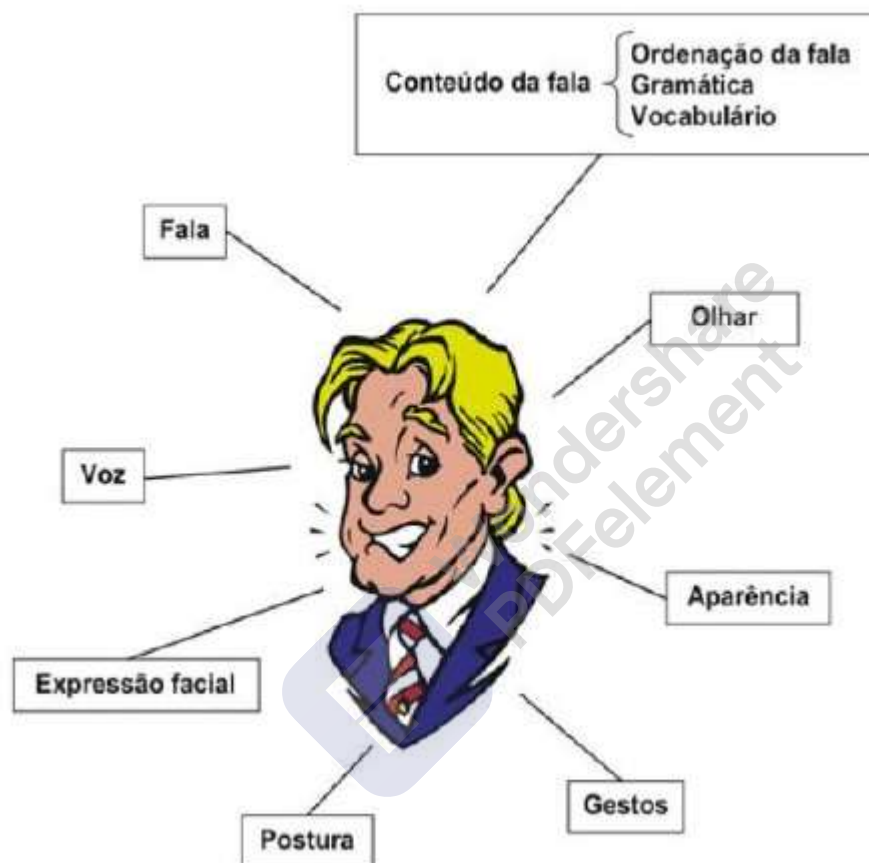
A comunicação Verbal é fundamental nos relacionamentos interpessoais além de ser a mais utilizada. Ocorre por meio de conversas, livros, jornais, rádio, TV, cartas, relatórios, entre outros. Exige cuidado e preparo, tanto da parte de quem a origina como a de quem a recebe. É necessário passar idéias com clareza, mas a comunicação nem sempre consegue atingir o objetivo de passar uma mensagem clara.

Comunicação não-verbal: é a transmissão da mensagem através das expressões corporais, gestos, olhar, posturas, vestuário, tom de voz. Um sinal não-verbal pode ser praticamente qualquer coisa que comunique uma mensagem, mas que não esteja em forma de palavras.

A Comunicação Não-Verbal o emissor está transmitindo mensagem com expressões faciais ou corporais e ainda por meio de gestos. Sem que se perceba, frequentemente se está transmitindo mensagens. O comportamento inadequado de um

condutor no trânsito gera “mensagens” negativas que permitem aos outros analisar o seu perfil. Seu tom de voz e sua expressão facial dizem mais que palavras. O tom, a inflexão de voz e a expressão facial são responsáveis por 93% de sua mensagem.

As palavras reais são responsáveis por, somente, 7%. Para que a comunicação alcance o impacto positivo é preciso que exista coerência entre os sistemas verbal e não-verbal.



A comunicação não-verbal é um poderoso complemento, e às vezes um substituto, para a mensagem verbal. Apesar da expressão corporal assumir até mais importância do que a expressão verbal ela é comumente posta em segundo plano. Quando você estiver se comunicando com seu cliente preste atenção nos sinais que seu corpo e o do seu cliente estão emitindo. Saiba ler nestas entre linhas e garanta melhores negócios. Seja simples e natural.

“A combinação verbal e não-verbal combinam para formar um estilo pessoal que é único para cada comunicador”.

Algumas formas não-verbais de comunicação

- Erguer as sobrancelhas quando nos espantamos.
- Cruzar os braços para se proteger.
- Coçar a cabeça num instante de dúvida.
- Dar de ombros quando sentimos indiferença. Esfregar as mãos por impaciência.

Posturas positivas na comunicação não-verbal

- Manter uma postura relaxada, porém atenta.
- Gesticular evitando acenos e exagero.
- Balançar a cabeça ou sorrir.
- Participar ativamente da conversa.

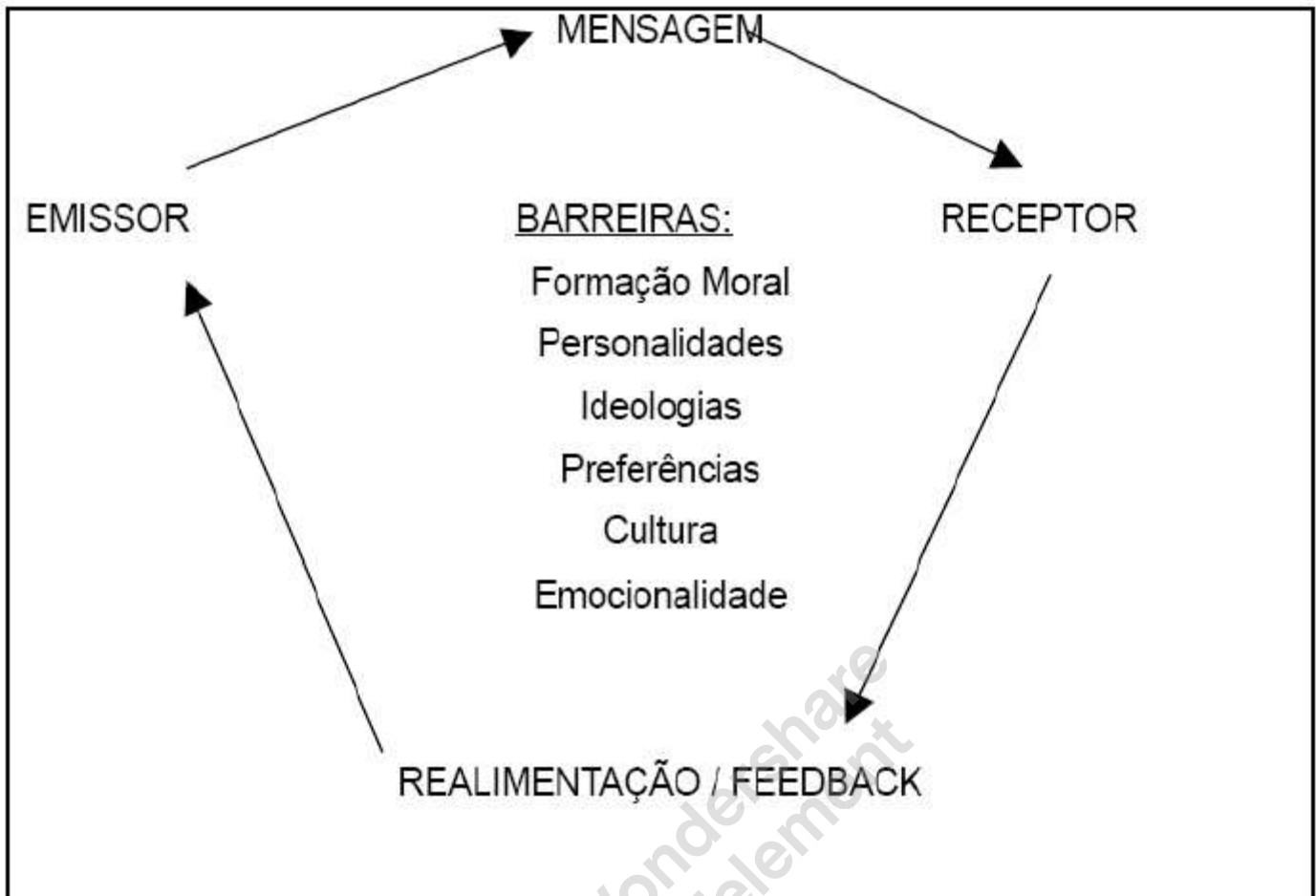
PROCESSO DE COMUNICAÇÃO

No processo de comunicação pode-se considerar o emissor como o ponto de partida. É ele quem envia a mensagem através da palavra oral ou escrita, gestos, expressões, desenhos, etc. O emissor pode ser também uma organização informativa como rádio, TV, cinema. Não confundir o emissor como fonte da mensagem! Ao ler uma mensagem, um locutor poderá estar dando início a um processo de comunicação, porém não será ele a fonte que originou a mensagem.

Receptor (destinatário ou ouvinte) é a pessoa ou grupo de pessoas situadas na outra ponta da cadeia de comunicação. Pode ser a pessoa que lê, que ouve, um pequeno grupo, um auditório ou uma multidão. O receptor recebe a mensagem e a interpreta internamente, manifestando externamente essa interpretação.

Entendendo o Processo de Comunicação

- Por meio de comunicação expressamos pensamentos, experiências e emoções;
- A comunicação é o processo de transmitir e receber mensagens;
- Para que a comunicação se realize, são necessários um emissor e um receptor;
- A comunicação ocorre de duas maneiras: Verbal e não-verbal.



Canais de Comunicação

Canal é a forma utilizada pelo emissor para enviar a mensagem. É o modo escolhido pelo emissor, através do qual a mensagem é levada até o receptor. Deve ser escolhido cuidadosamente, para assegurar a eficiência e o bom êxito da comunicação. A escolha de um canal inadequado ou até mesmo impedir a comunicação. O emissor deve estar sempre preocupado com a escolha do canal mais adequado à sua mensagem, sem perder de vista as características do receptor.

Código

Código é o conjunto de signos e regras de combinação desses signos capazes de dar sentido a um modo de pensar ou de se expressar. Exemplos de código: as diferentes línguas, o vocabulário técnico utilizado por profissionais de diferentes áreas, o "código" braile, o "código" de sinais.

Ruídos

Obstáculos podem acontecer ser em função do emissor, do receptor, ou de ambos, ou ainda devido a interferências existentes nos canais de comunicação. Podemos definir ruído como qualquer tipo de interferência existente no processo de comunicação, que resulte na dificuldade ou mesmo na impossibilidade do receptor decodificar a mensagem.

Feedback

É a última etapa do processo de comunicação. Sem que haja o feedback a comunicação não pode ser considerada completa. Esta fase se constitui de um conjunto de sinais, enviados pelo receptor, que permitem ao emissor conhecer o resultado da sua mensagem. Esta fase que informa ao emissor se a sua mensagem original foi recebida e compreendida, ou não.

O feedback confirma que a comunicação é um processo bilateral. Nele está contida toda a reação do receptor com relação a mensagem que o emissor enviou.

Percepção

A percepção não é uma fase da comunicação, mas é de extrema importância e não pode deixar de ser considerada. Um processo bem sucedido de comunicação começa pela percepção de tudo que nos rodeia, e para isso é preciso que se tenha muita sensibilidade. Sabemos que nossa percepção é influenciada por preconceitos e estereótipos. É através dos nossos sentidos que captamos e adquirimos informações, por isso a percepção não é estática. Ela é um processo que envolve a apreensão de estímulos sensoriais, permitindo que se faça uma interpretação da realidade observada.

Relacionamento Intrapessoal e Interpessoal

RELACIONAMENTO INTRAPESSOAL

É o relacionamento consigo próprio. Exprime-se na comunicação interna, na autoimagem e na estima que a pessoa tem por si mesma. Se a pessoa tem esta auto-imagem positiva, automaticamente também tem estima alta. Caso contrário, se a sua imagem é desvalorizada, sua auto-estima é baixa. Isto provoca sentimentos de insegurança e indecisão frente ao mundo, faz com que a pessoa distorça a realidade e tenha

dificuldades em colocar-se num grupo, admitir erros, expressar idéias diferentes e ou aceitar críticas. Geralmente são pessoas muito preocupadas com a imagem que as outras pessoas têm dela. O homem é um ser social, que vive em grupos diferenciados para atender as suas necessidades sociais.

Conviver com o semelhante, conseguindo uma relação saudável e construtiva é um grande desafio para muitos de nós. Mas é fundamental. É preciso desenvolver habilidades, aprender novos comportamentos para melhor estabelecer as nossas relações interpessoais, tanto profissionalmente quanto na vida pessoal.

A orientação é: Trate seu semelhante da forma com que você gosta de ser tratado.

RELACIONAMENTO INTERPESSOAL



Em todo grupo de trabalho existem pessoas que se relacionam com maior ou menor facilidade. Já sabemos que o relacionamento interpessoal envolve as competências e habilidades mais exigidas nos profissionais na atualidade. As organizações valorizam as características pessoais e não apenas profissionais e técnicas de seus colaboradores. Observam

temperamento, atitudes (inclusive fora da organização), relacionamento e liderança entre pessoas. A simpatia, saber se comunicar, o respeito humano, ganham novas dimensões na atualidade.

As pessoas se destacam não apenas pelo seu lado profissional, mas também pela capacidade de se relacionar e ajudar seus colegas de trabalho, obtendo consenso em uma equipe. Para que se obtenha êxito é de fundamental importância que a organização estimule seus colaboradores a desenvolverem suas habilidades de relacionamento interpessoal, objetivando compreender e conviver melhor com os outros.

O ambiente profissional tem que ser harmonioso e cooperativo, para isso, necessário se faz administrar as emoções; controlar os impulsos; aliviar a ansiedade; direcionando para objetivos substitutivos à raiva, à frustração e à mágoa, sem reprimi-las.

As habilidades interpessoais são tão importantes quanto às técnicas e profissionais, por isso as organizações investem em treinamentos para o desenvolvimento das mesmas. É o relacionamento entre os indivíduos de um grupo, seja profissional, familiar ou social cujos membros estejam constantemente integrados em torno de um objetivo em comum.

Relacionamento interpessoal quer dizer relacionamento entre as pessoas. Quando falamos em relacionamento interpessoal, falamos em relacionamento entre as pessoas que de alguma forma, interrelacionam-se, seja no trabalho, seja na família, etc. Neste caso, enfatizaremos as relações no trabalho. Envolve competências e habilidades utilizadas, não só na inteligência lógica e raciocínio, mas na inteligência emocional predominante nas ações e atitudes. Ninguém é uma ilha isolada no oceano: somos todos componentes de um todo e separável e a convivência humana é o fundamento para nossa própria existência. Nada somos sem os demais: Estamos todos condenados a conviver e a nos relacionarmos com as demais pessoas, queiramos ou não, gostemos ou não, concordemos ou não: é o que basta para que compreendamos a importância máxima do relacionamento interpessoal.

De fato - e principalmente no trabalho - não temos como evitar o relacionamento interpessoal, seja com nossa clientela,

destinatários de nosso serviço ou de nossa produção, seja mesmo com os que colaboram com nossa atividade, senão os que dirigem nossos esforços. Se, sob a ótica da Administração - o ser humano é visto apenas por um meio para os fins organizacionais - meros agentes cumpridores de tarefas - nem por isso se pode ignorar que as pessoas se exibem como personalidades integrais e próprias, que são repassadas para suas tarefas profissionais.

Faz-se importante, pois, que no relacionamento interpessoal não só a pessoa conheça a si mesma, como conheça também aqueles, com quem se relacionará.

Importância do relacionamento interpessoal

Parece que ainda há quem duvide da importância de um bom relacionamento interpessoal com os colegas de trabalho, e esta constatação chega a ser surpreendente, porque tanto as consultorias de recursos humanos quanto toda chefia em uma empresa afirmam ser este um ponto imprescindível na formação de um líder, de um executivo, do profissional do futuro. Se algumas pessoas ignoram aspectos de relacionamento interpessoal é porque desconhecem a sua importância, ainda não aprenderam como praticá-lo ou deixaram de adquirir conhecimentos que o possam levar a construir um bom relacionamento.

No mundo profissional, como em qualquer outro círculo de relacionamentos, tudo gira em torno do poder e da habilidade política. O profissional que domina aspectos de relacionamento interpessoal domina a arte do posicionamento estratégico em uma empresa; torna-se imprescindível para a imagem da empresa; associa-se aos vencedores e escala os degraus da ascensão profissional.

O relacionamento interpessoal torna-se uma característica fundamental para a sobrevivência profissional das pessoas, e pode ser o diferencial na busca por uma melhor oportunidade ou por uma promoção repentina.

Importância para as empresas

Tudo isso nos faz usar cada vez mais o que chamamos de inteligência interpessoal, ou seja, a habilidade de nos relacionarmos, pois são as características do contato pessoal como olho no olho, aperto de mão, tom de voz, gestos, emoção e convicção que nos permitem criar ligações de confiança, respeito, companheirismo – e por que não dizer também de afeição – em nossos relacionamentos profissionais.

Os gurus da moderna gestão de pessoas não cansam de dizer que o sucesso das empresas está muito ligado à qualidade das relações que os funcionários têm entre si e com seus parceiros de negócios. Incentivam a intensa troca de informações entre as pessoas e valorizam a diversidade cultural. Mas como chegar a isso num ambiente em que as relações humanas estão cada vez mais virtuais e as pessoas se isolam em suas fortalezas digitais?

Manter relações de longo prazo com os colegas de trabalho fora do ambiente profissional; dominar as habilidades interpessoais importantes, como escutar os outros; trabalhar orientando-se nas pessoas e não nas tarefas. Essas e outras atitudes pertencem a uma habilidade muito valiosa e bem requisitada no meio corporativo pelas grandes empresas: a capacidade de relacionamento interpessoal.

Para aprimorar essa habilidade: compartilhe com os demais seus assuntos pessoais; escolha pessoas que mais têm afinidade contigo, e estabeleça uma relação de confiança dentro e fora do ambiente de trabalho; trate cada um de forma personalizada; amplie sua rede de relacionamentos, entrando em contato com pessoas novas em reuniões, por exemplo.

DEZ DICAS PARA DESENVOLVER O BOM RELACIONAMENTO INTERPESSOAL NA EMPRESA

1. Antes de tomar uma decisão importante para você e para a empresa, procure escutar diferentes pontos de vista dos colegas.
2. Aprenda a negociar perguntando e obtendo o máximo de informações antes de apresentar seus argumentos ou idéias.
3. Aprenda a ser claro e objetivo em sua comunicação, falando mais com menor uso de palavras e tempo.

4. Desenvolva sua capacidade de persuasão, procurando sempre entender o ponto de vista de seu interlocutor e encontrando nele um ponto de partida para apresentar o seu.
5. Esteja pronto a buscar consenso entre seus colegas, abrindo mão da defesa de idéias ou posturas que sejam irrelevantes para o caso em questão.
6. Esteja pronto para acatar sugestões, mesmo que parecerem ruins. Você está recebendo uma consultoria grátis.
7. Procure aprender o significado real da empatia, colocando-se no lugar de seus colegas, procurando sentir o que sentem e pensar como pensam.
8. Procure elogiar, motivar e encorajar seus colegas. Pessoas elogiadas e encorajadas saem da defensiva e passam a se relacionar melhor.
9. Seja ético, respeite as pessoas e construa credibilidade. Ninguém gosta de se relacionar com pessoas falsas, desonestas ou sem opinião.
10. Seja pontual, cumpra sua palavra e seus compromissos e evite ao máximo decepcionar aqueles que estão observando sua atuação.

RELAÇÕES INTERPESSOAIS, SOCIAL E PROFISSIONAL.



"Relações Humanas". Juntas, estas duas palavras traduzem o significado do convívio social humano. Os relacionamentos podem existir por vários motivos. Nós podemos nos relacionar com as pessoas profissionalmente ou simplesmente porque tivemos empatia por ela(s), ou ainda por vários outros motivos. O que devemos avaliar no momento do relacionamento é o seu propósito, principalmente para que não se tenha ambivalência nas interpretações. No momento, falamos do ponto de vista profissional.

Se as pessoas aprendessem a se relacionar profissionalmente de forma correta, poderíamos evitar muitos problemas nos locais de trabalho. No ambiente de trabalho o que predomina e o que devemos avaliar são as condições para uma verdadeira harmonia entre o homem e o trabalho, e vice versa.

Identificando real motivo e o propósito de um relacionamento, estaremos caminhando dentro de um processo evolutivo para alcançarmos com êxito um bom relacionamento com os nossos colegas de trabalho.

A base concreta para um bom relacionamento ter percepção dos nossos deveres e obrigações, e dos limites e regras que fazem a relação social ser harmônica.

A Primeira Impressão

O contato inicial entre pessoas gera a chamada "primeira impressão", o impacto que cada um causa ao outro. Essa primeira impressão está condicionada a um conjunto de fatores psicológicos da experiência anterior de cada pessoa, suas expectativas e motivação no momento e a própria situação do encontro.

Quando a primeira impressão é positiva de ambos os lados, haverá uma tendência a estabelecer relações de simpatia e aproximação que facilitarão o relacionamento interpessoal e as atividades em comum. No caso de assimetria de percepções iniciais, isto é, impacto positivo de um lado, mas sem reciprocidade, o relacionamento tende a ser difícil, tenso, exigindo um esforço de ambas as partes para um conhecimento maior que possa modificar aquela primeira impressão.

Quantas vezes geramos e recebemos primeiras impressões errôneas que nos trazem dificuldades e aborrecimentos desnecessários, porque não nos dispomos a rever e, portanto, confirmar ou modificar aquela impressão. É muito como jogar a culpa no outro pela situação equívoca, mas a realidade mostra a nossa parcela de responsabilidade nos eventos interpessoais.

Não há processos unilaterais na interação humana: tudo que acontece no relacionamento interpessoal decorre de duas fontes: eu e outro(s).

As relações interpessoais desenvolvem-se em decorrência do processo de interação.

Em situações de trabalho, compartilhadas por duas ou mais pessoas, há atividades predeterminadas a serem executadas, bem como interações e sentimentos recomendados, tais como: comunicação, cooperação, respeito, amizade.

À medida que as atividades e interações prosseguem, os sentimentos despertados podem ser diferentes dos indicados inicialmente e então - inevitavelmente - os sentimentos influenciarão as interações e as próprias atividades. Assim, sentimentos positivos de simpatia e atração provocarão aumento de interação e cooperação, repercutindo favoravelmente nas atividades e ensejando maior produtividade.

OS DEZ MANDAMENTOS DAS RELAÇÕES HUMANAS

- 1) **FALE** com as pessoas. Não há nada tão agradável e animado como uma palavra de saudação, particularmente hoje em dia quando precisamos mais de sorrisos amáveis.
- 2) **SORRIA** para as pessoas. Lembre-se, que acionamos 72 músculos para franzir a testa, e 14 somente para sorrir.
- 3) **CHAME** pelo nome. A música mais suave para muitos, ainda continua sendo o próprio nome.
- 4) **SEJA** amigo e prestativo. Se você quer ter um amigo seja um amigo.
- 5) **SEJA** cordial. Fale e aja com toda sinceridade: tudo o que fizer faça-o com todo prazer

6) INTERESSE-SE sinceramente pêlos outros. Mostre que as coisas da qual gostam e com as quais se preocupam também têm valor para você, de forma espontânea, sem precisar se envolver diretamente.

7) SEJA generoso em elogiar, cauteloso em criticar. Os líderes elogiam. Sabem encorajar, dar confiança e elevar os outros.

8) SAIBA considerar os sentimentos dos outros. Existem três lados em qualquer controvérsia: o seu, o do outro e o que está certo.

9) PREOCUPE-SE com a opinião dos outros. Três comportamentos de um verdadeiro líder: ouça, aprenda e saiba elogiar.

10) PROCURE apresentar um excelente trabalho. O que realmente vale na nossa vida é aquilo que fazemos para os outros.

RELAÇÕES HUMANAS

As seis palavras mais importantes:

ADMITO QUE O ERRO FOI MEU,

As Cinco Palavras Mais Importantes:

VOCÊ FEZ UM BOM TRABALHO

As quatro palavras mais importantes:

QUAL A SUA OPINIÃO;

As três palavras mais importante:

FAÇA O FAVOR;

As duas mais importantes: MUITO OBRIGADO;

A palavra mais importante:

Nós;

A palavra menos importante:

EU.

20 DICAS PARA O SUCESSO

- 01 – Elogie 03 pessoas por dia;
- 02 – Tenha um aperto de mão firme;
- 03- Olhe as pessoas nos olhos;
- 04 – Gaste menos do que ganha;
- 05 – Saiba perdoar a si mesmo e aos outros;
- 06 – Trate os outros como gostaria de ser tratado;
- 07 – Faça novos amigos;
- 08 – Saiba guardar segredos;
- 09 – Não adie uma alegria;
- 10 – Surpreenda aqueles que você ama com presentes inesperados;
- 11 – Aceite sempre uma mão estendida;
- 12 – Sorria;
- 13 – Pague as suas contas em dia;
- 14 – Não ore para pedir coisas. Ore para agradecer e pedir sabedoria;
- 15 – Dê às pessoas uma Segunda chance;
- 16 – Não tome nenhuma decisão quando estiver cansado (a) ou nervoso (a);
- 17 – Respeite todas as coisas vivas, especialmente as indefesas;
- 18 – Dê o melhor de si no seu trabalho;
- 19 – Seja humilde, principalmente nas suas vitórias;
- 20 – Jamais queira tirar a esperança de uma pessoa. Pode ser que ela só tenha isso.

HABILIDADES DE RELACIONAMENTO

As pessoas difíceis possuem as mais diversas características. Podem ser colegas de trabalho, parentes, vizinhos, clientes, fornecedores, independente de quem sejam, são irritantes, dão trabalho e você não gosta de tratar com elas.

Cabe ao recepcionista saber lidar com todos eles e é fundamental que conheça algumas regras básicas sobre como conseguir sair bem das situações embaraçosas.

1. Ouça com atenção.
2. Não se irrite! Mantenha controle da situação.
3. Seja objetivo. Concentre-se nos fatos.
4. fique calado e deixe que a pessoa descarregue a sua ira.
5. Durante a explosão de alguém, não a ignore, mostre que está atento, o tempo todo.
6. Se estiver errado, admita-o, peça desculpas e diga o que vai fazer para corrigi-lo.
7. Tente mostrar ao interlocutor que você entende o que ele está sentindo.
8. Tenha atitude firme! Coloque suas idéias e opiniões.
9. Faça que o interlocutor participe da busca de uma solução para o problema.
10. Faça uma auto-avaliação e promova o seu crescimento profissional. Verifique o seu comportamento profissional sempre.

Comunicar e relacionar sem barreiras



Existem algumas estratégias que devemos observar em nossa comunicação para que os relacionamentos pessoais e profissionais alcancem resultado positivo. Procure sempre desenvolver suas habilidades de comunicação, estando atento aos seguintes fatores:

- Clareza: comunique-se de maneira límpida fácil de compreender.
- Objetividade: Seja fiel ao assunto, evite misturá-lo com suas opiniões pessoais.
- Precisão: faça da sua mensagem algo exato, não seja vago, indeterminado.
- Emoções: Esteja atento aos seus sentimentos e emoções, pois quando estamos tensos, o que ouvimos e percebemos parece ser mais ameaçador que quando estamos tranquilos e seguros. A nossas emoções interferem diretamente na interpretação do que foi transmitido.
- Sentido completo: Verifique se você está transmitindo assunto por inteiro. Caso contrário, o receptor terá de procurar outras fontes e isto pode produzir consequências ruins para o andamento de sue trabalho.
- Saiba ouvir: Ouça com atenção, procure compreender o significado da mensagem recebida, atingindo o objetivo da comunicação.

Aprenda a ouvir

Os maiores problemas encontrados na comunicação interpessoal estão na nossa incapacidade de ouvir as mensagens que nos são

passadas. Então, de que maneira podemos tornar nossa audição cada vez melhor? Basta estar atento aos aspectos básicos do bom ouvinte:

- Interrompa a sua fala não é possível falar ao mesmo tempo.
- Concentre-se no assunto; não distraia com nada ao seu redor.
- Paciência: espere o interlocutor terminar sua idéia antes de respondê-lo.
- Confirme se o que você entendeu é realmente o que o interlocutor emitiu, resumindo os pontos chaves do assunto.
- Cuidado com a velocidade da fala, pois esta é de 100 a 150 ppm, sendo a velocidade do pensamento de 400 a 500ppm. Não fale muito depressa muito devagar.
- Suspenda julgamentos críticos e avaliativos, tente se livrar dos seus preconceitos. Seja empático procure se colocar no lugar do outro, e ver o mundo como ele vê.

Empatia

Esse filtro seleciona e rejeita toda informação não ajustada a esse sistema ou aquela que possa ameaçá-lo. Há uma percepção seletiva que atua como defesa, bloqueando informações não desejadas ou não relevantes. Assim, cada pessoa desenvolve seu próprio conjunto de conceito para interpretar o ambiente interno e externo, e para organizar suas múltiplas experiências da vida cotidiana.

Os padrões pessoais de referência são importantes para o entendimento do processo de comunicação humana. Aquilo que duas pessoas comunicam é determinado pela percepção de si mesmas e de outra pessoa, em determinada situação, graças a seus diferentes sistemas cognitivos e sua motivação naquele momento. Daí resulta a empatia, meio pelo qual a pessoa forma impressões de outra, na esperança de compreendê-la.

À medida que o individuo compreende e aceita o seu próprio mundo, torna-se mais compreensivo e tolerante para com o mundo dos outros. Para que se consiga ser empático é necessário fazer abstrações dos próprios valores, sentimentos e necessidades .

Através do autoconhecimento é possível fazer perceber isso, evitando-se assim, interferências nas relações com os outros.

Atendimento ao Cliente

O profissional do atendimento

Para conhecermos melhor a postura de atendimento, faz se necessário falar do verdadeiro profissional do atendimento.



Os três passos do verdadeiro profissional de atendimento:

01. Entender o seu VERDADEIRO PAPEL, que é o de compreender e atender as necessidades dos clientes, fazer com que ele seja bem recebido, ajudá-lo a se sentir importante e proporcioná-lo um ambiente agradável. Este profissional é voltado completamente para a interação com o cliente, estando sempre com as suas antenas ligadas neste, para perceber constantemente as suas necessidades. Para este profissional, não basta apenas conhecer o produto ou serviço, mas o mais importante é demonstrar interesse em relação às necessidades dos clientes e atendê-las.

02. Entender o lado HUMANO, conhecendo as necessidades dos clientes, aguçando a capacidade de perceber o cliente. Para entender o lado humano, é necessário que este profissional tenha uma formação voltada para as pessoas e goste de lidar com gente. Se espera que ele fique feliz em fazer o outro feliz, pois para este profissional, a felicidade de uma pessoa começa no mesmo instante em que ela cessa a busca de sua própria felicidade para buscar a felicidade do outro.

03. Entender a necessidade de manter um ESTADO DE ESPÍRITO POSITIVO, cultivando pensamentos e sentimentos positivos, para ter atitudes adequadas no momento do atendimento. Ele sabe que é fundamental separar os problemas particulares do dia a dia do trabalho e, para isso, cultiva o estado

de espírito antes da chegada do cliente. O primeiro passo de cada dia, é iniciar o trabalho com a consciência de que o seu principal papel é o de ajudar os clientes a solucionarem suas necessidades. A postura é de realizar serviços para o cliente.

Atendimento Eficaz (de qualidade)

O atendimento a clientes não significa apenas oferecer serviços de alta qualidade, embora esta seja uma parte importante desse atendimento, pois as pessoas não toleram serviços de má qualidade.

O atendimento a clientes envolve todas as atividades da empresa e seus funcionários. O atendimento a clientes também significa sair em sua busca, fazendo todo possível para satisfazê-los e tomando decisões que os beneficiem.

Atender clientes. Essas duas palavras aparentemente simples englobam um número grande de ações: prestar ajuda dar atenção, observar, auxiliar, resolver problemas, recuperar um cliente descontente, descobrir necessidades, atender e superar expectativas.

Empresas e profissionais que aspiram permanecer prestigiadas no mercado têm como uma das metas prioritárias prestar atendimento de qualidade aos clientes. Todas as atitudes da empresa passam pelos critérios de avaliação daqueles seguindo este raciocínio, todos os funcionários contribuem para melhorar a imagem da empresa em que trabalham.

Ao entrar na empresa, o cliente sente o impacto de toda imagem ao seu redor, desde a limpeza, organização, aparência do espaço físico e do profissional que o recebe.

Algumas orientações para causar impacto positivo:

- O atendimento é comunicação.
- Atenda a pessoa olhando nos olhos e de forma cordial.
- Tenha sempre um sorriso, atitude cortês.
- Preste tratamento personalizado, chame pelo nome. Faça com que se sinta alguém muito especial, num ambiente tranquilo e agradável.
- Encaminhe o cliente, e, se possível, acompanhe-o até o local, sem lhe dar as costas.
- Utilize vocábulos adequados a cada cliente.

- Paciência com pessoas que têm dificuldades para expressar-se e ou entender informações.
- Projete um visual agradável e de respeito.
- Não reaja à provocações ou estímulo do cliente.
- Desculpe-se por eventuais demoras.
- Não fume, não converse com outras pessoas nem desenvolva outras tarefas, ao mesmo tempo. Isso gera dispersão, até descaso para o cliente.

O atendimento do recepcionista de excelência segue algumas etapas, independente do tempo que o cliente utilize o serviço da recepção. Os requisitos para o bom atendimento As etapas a seguir proporcionarão melhor compreensão do processo de atender.

Para trabalhar com atendimento ao público, alguns requisitos são essenciais ao atendente. São eles:

1. Gostar de SERVIR, de fazer o outro feliz.
2. Gostar de lidar com gente.
3. Ser extrovertido.
4. Ter humildade.
5. Cultivar um estado de espírito positivo.
6. Satisfazer as necessidades do cliente.
7. Cuidar da aparência.

Com estes requisitos, o sinal fica verde para o atendimento.

Princípios Básicos para o Bom Atendimento Pessoal

1. Ser cortês – atender bem a qualquer clientela que se dirija a empresa. Para isso, o funcionário precisa suplantar seus próprios preconceitos ou eventual má impressão inicial que tenha do cliente.

2. Dar boas vindas - Cumprimentar a todos com um sorriso natural e espontâneo, facilitando o contato com o cliente. Sempre que possível chamá-lo pelo nome, pronunciando corretamente. E nunca diga que o nome do seu cliente é horrível, estranho, engraçado e etc.

3. Atender de imediato – O cliente deve ser priorizado em qualquer atendimento, principalmente se o funcionário estiver realizando apenas uma conversa ou um ato que não esteja relacionado com o seu trabalho. Lembre-se que para quem chega a sua empresa você é o responsável pela primeira impressão e um minuto de espera pode representar uma eternidade.

4. Mostre boa vontade - Mesmo fora de sua área de trabalho, o funcionário pode cumprimentar a todos e tentar ajudar, na medida do possível, a gentileza não precisa ficar restrita ao setor de trabalho ou às pessoas que conhece. É sempre gratificante para o cliente ser atendido ou cumprimentado por um funcionário da empresa que o reconheça.
5. Dispensar atenção ao cliente – Dar tempo para o cliente explicar o que deseja. Escutá-lo e não apenas ouvir. Lembre-se de manter uma atitude agradável buscando principalmente respeitar a opinião de seu cliente.
6. Agir com rapidez – O tempo é muito importante tanto para você como para o seu cliente. Ele deseja que o seu problema seja solucionado o mais rápido possível e você, deve atendê-lo com agilidade para que possa dar andamento ao atendimento dos demais clientes. Mas lembre-se que rapidez não é sinônimo de descaso ou irritação. Nunca demonstre ao cliente que está sendo rápido para se livrar dele.
7. Não dê ordens - Jamais ordene algo ao cliente. Uma expressão cordial é o necessário para que o cliente faça o que você quiser. “Por favor, o Senhor pode assinar nesta linha?”
8. Em casos especiais chame o superior – Diante de um cliente imperioso (e muitas vezes sem razão), o funcionário deve buscar ajuda com habilidade é claro, e sem demonstrar ao cliente insegurança ou pouco conhecimento do assunto.
9. Evitar atitudes negativas – expressões negativas tendem a criar um clima negativo. Evite: “não deve”, “não pode”, “não dá”.
10. Falar a verdade – A verdade é extremamente importante nas informações dadas, mas lembre-se que nem sempre o nosso superior coopera para que digamos a verdade, e nesses casos a mentira não é sua, você está apenas cumprindo ordens.
11. Agir como o melhor cartão de visitas – Lembre-se de que sua imagem equivale a imagem da empresa, seu local de trabalho deve estar sempre limpo, organizado, a sua linguagem deve ser a mais correta, sem exageros, o seu vestuário deve ser o mais sóbrio possível, sem exageros.

Aspectos necessários para um bom atendimento:

- **Preparo:** Conhecimento do seu serviço e do funcionamento da instituição em suas partes e no todo. Prepara nas habilidades emocionais exigida pelas relações sociais inerentes a situação de atendimento.
- **Dedicação:** O atendente deve estar sempre atualizado nas informações que possui e que sua função exige. A auto-observação e percepção do atendente são instrumentos utilizados com constância e, portanto, necessário para excelência do atendimento.
- **Presença de espírito:** Permite que o atendente seja criativo e assertivo em sua conduta, em especial nas situações de conflito e tensão.
- **Intuição:** Deve basear-se na observação atenta das necessidades do cliente, as verbalizadas e as não-verbalizadas, mas que podem ser percebidas. Por exemplo, quando o cliente não compreender com clareza a informação, mas não tem coragem de dizer ao atendente; ou quando o cliente chega à instituição e não tem certeza do que quer.

Os Sete Pecados do Atendimento ao Cliente

Segundo o autor Karl Albrecht, os sete pecados do atendimento ao Cliente são:

1. **Apatia** - ocorre quando os funcionários de uma empresa não demonstram que se importam com o Cliente. As pessoas ficam bravas, ofendem-se.
2. **Má vontade** - os funcionários tentam livrar-se do Cliente sem resolver o seu problema.
3. **Frieza** - O Cliente é tratado de forma distante, até desagradável.
4. **Desdém** - Há funcionários que se dirigem ao cliente de cima para baixo, como se ele não soubesse nada, trata como uma criança. Isso enfurece as pessoas.
5. **Robotismo** - O funcionário deixa de agir como se fosse uma pessoa e repete sempre a mesma coisa, da mesma maneira, com os movimentos como se estivesse em outro lugar.

6. Demasiado apego às normas - Acontece com o funcionário que diz "sinto muito, mas não podemos fugir das regras, não podemos ser flexíveis".
7. Jogo de responsabilidades - A síndrome do vai-para-lá-e-vai-para-cá. Há pessoas que mandam os Clientes de um lugar para outro, sem nunca resolver nada.

Qualidade de Atendimento ao Público

A primeira tarefa da recepção é a identificação do visitante, a apuração de sua proveniência e o propósito que o trouxe, àquela empresa ou repartição pública: um cumprimento bem humorado, seguido da pergunta de seu nome pessoal e da organização a que pertence ou representa - é o melhor atendimento, que se enfeixa com a pergunta gentil em que posso servi-lo?

É preciso ter em mente que no convívio com as pessoas, deve estar sempre presente à certeza do compromisso de atender bem, com paciência e cortesia, independente do cansaço físico ou de problemas pessoais. O funcionário da recepção é o elo de ligação entre o visitante e a empresa.

Uma das tarefas específicas de todo funcionário é prestar informações, o que deve ser feito com gentileza, mostrando certeza no que é indicado e habilidade para não transmitir o inconveniente. Deve-se tomar cuidado com as informações de ordem particular.

Especial atenção e simpatia devem ser dedicadas às visitas frequentes, e, preferencialmente, devem ser reconhecidas pelo nome, para que se sintam à vontade e se convençam de que é prazeroso chegar à recepção: sua conquista nesse primeiro contato ecoará em sua boa vontade no trato do assunto, que os trouxe ao local. Aliás, é de bom realce que um bom tratamento inicial dedicado à visita ou ao cliente da empresa ou organização, é um bom cartão de visitas, para a criação de boas relações externas, seja no aspecto pessoal seja, seja no empresarial.

A recepção é o start do atendimento a clientes, e, por isso, não se pode dar ao descuido de faltar com a cortesia, ou a falta de presteza, se impressionado pela eventual má aparência do visitante: a arrogância com os humildes irrita também os privilegiados, afora refletir pobreza de espírito da recepcionista, e

da própria Organização, que não orientou sua recepção sobre tais infelicidades.

Procedimentos adotados no atendimento

- a) Acolhida ao visitante. Cumprimente-o com alegria;
- b) Se manifestar vontade de deixar algum recado, receba-o e guarde-o em lugar que você possa encontrar facilmente. Não deixe jogado dentro de qualquer gaveta;
- c) Trabalhe também para seu visitante. Procure ajudá-lo a conseguir a entrevista que ele necessita;
- d) Em alguns casos é necessário convencer o visitante a desistir da entrevista;
- e) Coopere com seu executivo e ajude-o a por fim a uma entrevista prolongada indesejadamente. Seja criativa nessas horas e encontre uma saída;
- f) Deixe transparecer que a visita de qualquer pessoa é muito importante para você;
- g) Proteja o tempo de seu executivo e resolva você mesmo tudo que estiver ao seu alcance;
- h) Com os chatos, procure identifica-lhes o nome, a empresa que representam, o assunto de que vão tratar. Só você reconhecerá se há necessidade de serem recebidos pelos executivos. Em quaisquer circunstâncias é prioritário o conforto da clientela. A sala deve dispor de cadeiras confortáveis, revistas e jornais atuais, que amenizem o tempo da espera, e se for possível, café, chá ou suco, podem ser oferecidos.

LEMBRETES:

- 1) Cumprimente o visitante sempre com um "Bom dia" ou "Boa tarde". Deixe-o dizer o que deseja e escute atentamente para poder encaminhá-lo à pessoa apropriada.
- 2) Solicite-lhe que aguarde um instante e ofereça-lhe uma cadeira.

3) Chame a pessoa com que deseja falar ou, se possível, leve-o até a pessoa, depois de avisá-la. Este último procedimento só deve ser adotado se a pessoa solicitada estiver bem perto do seu local de trabalho.

4) Se você estiver atendendo uma ligação e chegar algum visitante, cumprimente-o com um movimento de cabeça para que ele saiba que foi notado. Assim que terminar o atendimento da ligação, dirija-se imediatamente ao visitante.

5) Use sempre as expressões por favor, por gentileza. E obrigado. Elas fazem parte de uma educação.

Postura

A POSTURA pode ser entendida como a junção de todos os aspectos relacionados com a nossa expressão corporal na sua totalidade e nossa condição emocional.

Podemos destacar 03 pontos necessários para falarmos de POSTURA. São o eles:

01. ter uma POSTURA DE ABERTURA: que se caracteriza por um posicionamento de humildade, mostrando-se sempre disponível para atender e interagir prontamente com o cliente. Esta POSTURA DE ABERTURA do atendente suscita alguns sentimentos positivos nos clientes, como por exemplo:

a) postura do atendente de manter os ombros abertos e o peito aberto, passa ao cliente um sentimento de receptividade e acolhimento;

b) deixar a cabeça meio curva e o corpo ligeiramente inclinado, transmite ao cliente a humildade do atendente;

c) o olhar nos olhos e o aperto de mão firme, traduzem respeito e segurança

d) a fisionomia amistosa, alenta um sentimento de afetividade e calorosidade.

02. ter sintonia entre fala e expressão corporal: que se caracteriza pela existência de uma unidade entre o que dizemos e o que expressamos no nosso corpo. Quando fazemos isso, nos sentimos mais harmônicos e confortáveis. Não precisamos fingir, mentir ou encobrir os nossos sentimentos e eles fluem livremente. Dessa forma, nos sentimos mais livres do stress, das doenças, dos medos.

03. as expressões faciais: das quais podemos extrair dois aspectos: o expressivo, ligado aos estados emocionais que elas traduzem e a identificação destes estados pelas pessoas; e a sua função social que diz em que condições ocorreu a expressão, seus efeitos sobre o observador e quem a expressa. Podemos concluir, entendendo que, qualquer comportamento inclui posturas e é sempre fruto da interação complexa entre o organismo e o seu meio ambiente.

O olhar

Os olhos transmitem o que está na nossa alma. Através do olhar, podemos passar para as pessoas os nossos sentimentos mais profundos, pois ele reflete o nosso estado de espírito.

Ao analisar a expressão do olhar, não vamos nos prender somente a ele, mas a fisionomia como um todo para entendermos o real sentido dos olhos.

Um olhar brilhante transmite ao cliente a sensação de acolhimento, de interesse no atendimento das suas necessidades, de vontade de ajudar. Ao contrário, um olhar apático, traduz fraqueza e desinteresse, dando ao cliente, a impressão de desgosto e dissabor pelo atendimento.

Mas, você deve estar se perguntando: O que causa este brilho nos nossos olhos ? A resposta é simples: Gostar do que faz, gostar de prestar serviços ao outro, gostar de ajudar o próximo. Para atender ao público, é preciso que haja interesse e gosto, pois só assim conseguimos repassar uma sensação agradável para o cliente. Gostar de atender o público significa gostar de atender as necessidades dos clientes, querer ver o cliente feliz e satisfeito.

Como o olhar revela a atitude da mente, ele pode transmitir:

Interesse quando: brilha; tem atenção; vem acompanhado de aceno de cabeça.

É Desinteresse quando: apático; imóvel, rígido; não tem expressão.

O olhar desbloqueia o atendimento, pois quebra o gelo. O olhar nos olhos dá credibilidade e não á como dissimular com o olhar.

O sorriso

O SORRISO abre portas e é considerado uma linguagem universal.

Imagine que você tem um exame de saúde muito importante para receber e está apreensivo com o resultado. Você chega à clínica e é recebido por uma recepcionista que apresenta um sorriso caloroso. Com certeza você se sentirá mais seguro e mais confiante, diminuindo um pouco a tensão inicial. Neste caso, o sorriso foi interpretado como um ato de apaziguamento.

O sorriso tem a capacidade de mudar o estado de espírito das pessoas e as pesquisas revelam que as pessoas sorridentes são avaliadas mais favoravelmente do que as não sorridentes.

O sorriso é um tipo de linguagem corporal, um tipo de comunicação não-verbal . Como tal, expressa as emoções e geralmente informa mais do que a linguagem falada e a escrita. Dessa forma, podemos passar vários tipos de sentimentos e acarretar as mais diversas emoções no outro.

A Primeira Impressão

Você já deve ter ouvido milhares de vezes este jargão: A PRIMEIRA IMPRESSÃO É A QUE FICA. Você concorda com ele ?

No mínimo seremos obrigados a dizer que será difícil a empresa ter uma segunda chance para tentar mudar a impressão inicial, se esta foi negativa, pois dificilmente o cliente irá voltar.

É muito mais difícil e também mais caro, trazer de volta o cliente perdido, aquele que foi mal atendido ou que não teve os seus desejos satisfeitos.

Estes clientes perdem a confiança na empresa e normalmente os custos para resgatá-la, são altos. Alguns mecanismos que as empresas adotam são os contatos via telemarketing, mala-direta, visitas ..., mas nem sempre são eficazes.

A maioria das empresas não têm noção da quantidade de clientes perdidos durante a sua existência, pois elas não adotam mecanismos de identificação de reclamações e/ou insatisfações destes clientes. Assim, elas deixam escapar as armas que teriam para reforçar os seus processos internos e o seu sistema de trabalho.

Quando as organizações atentam para essa importância, elas passam a aplicar instrumentos de medição. Mas, estes coletores de dados nem sempre traduzem a realidade, pois muitas vezes trazem perguntas vagas, subjetivas ou pedem a opinião aberta sobre o assunto. Dessa forma, fica difícil mensurar e acaba-se por não colher as informações reais. A saída seria criar medidores que traduzissem com fatos e dados, as verdadeiras opiniões do cliente sobre o serviço e o produto adquiridos da empresa.

ETAPAS DO ATENDIMENTO

Abordagem

Cumprimente o cliente: Bom dia! Boa tarde! Boa Noite! Fale com entusiasmo; isto faz a diferença.

IR AO ENCONTRO DO CLIENTE é um forte sinal de compromisso no atendimento, por parte do atendente.

Este item traduz a importância dada ao cliente no momento de atendimento, na qual o atendente faz tudo o que é possível para atender as suas necessidades, pois ele compreende que satisfazê-las é fundamental.

Ir ao encontro do cliente, o atendente demonstra o seu interesse para com ele.

Apresentação Pessoal

Apresente-se dizendo seu nome, e pergunte qual é o dele.
Que imagem você acha que transmitimos ao cliente quando o atendemos com as unhas sujas, os cabelos despenteados, as roupas mal cuidadas... ?

O atendente está na linha de frente e é responsável pelo contato, além de representar a empresa neste momento. Para transmitir confiabilidade, segurança, bons serviços e cuidado, se faz nesses rios, também, ter uma boa apresentação pessoal.

Alguns cuidados são essenciais para tornar este item mais completo. São eles:

01. tomar um BANHO antes do trabalho diário: além da função higiênica, também é revigorante e espanta a preguiça;

02. cuidar sempre da HIGIENE PESSOAL: unhas limpas, cabelos cortados e penteados, dentes cuidados, hálito agradável, axilas asseadas, barba feita;

03. roupas limpas e conservadas;

04. sapatos limpos;

05. usar o CRACHÁ DE IDENTIFICAÇÃO, em local visível pelo cliente.

Quando estes cuidados básicos não são tomados, o cliente se questiona : “ puxa, se ele não cuida nem dele, da sua aparência pessoal, como é que vai cuidar de me prestar um bom serviço ? “
A apresentação pessoal, a aparência, é um aspecto importante para criar uma relação de proximidade e confiança entre o cliente e o atendente.

Atendimento

Faça perguntas para descobrir a(s) necessidade (s) que o levaram a procurá-lo.

Use palavras educadas por favor, com licença, um momento, por gentileza.

Ouçá até o fim o que o cliente tem a dizer.
Demonstre interesse ao que ele diz. Olhe para ele.
Verifique se o que o cliente necessita é exatamente o que você entendeu.

Desculpe-se por eventuais demoras.

Escutar é muito mais do que ouvir, pois é captar o verdadeiro sentido, compreendendo e interpretando a essência, o conteúdo da comunicação. O ato de ESCUTAR está diretamente relacionado com a nossa capacidade de perceber o outro. E, para percebermos o outro, o cliente que está diante de nós, precisamos nos despojar das barreiras que atrapalham e empobrecem o processo de comunicação.

São elas:

- * os nossos PRECONCEITOS;
- * as DISTRAÇÕES;
- * os JULGAMENTOS PRÉVIOS;
- * as ANTIPATIAS.

Para interagirmos e nos comunicarmos a contento, precisamos compreender o TODO, captando os estímulos que vêm do outro, fazendo uma leitura completa da situação o. Precisamos querer escutar, assumindo uma postura de receptividade e simpatia, afinal, nós temos DOIS OUVIDOS E UMA BOCA, O QUE NOS SUGERE QUE É PRECISO ESCUTAR MAIS DO QUE FALAR.

Quando não o sabemos escutar o cliente - interrompendo-o, falando mais que ele, dividindo a atenção o com outras situações es - tiramos dele, a oportunidade de expressar os seus verdadeiros anseios e necessidades e corremos o risco de aborrecê -lo, pois não o iremos conseguir atendê - las.

Agradecimento

Agradeça ao cliente: - Nós que agradecemos! A empresa agradece! Para finalizar, despeça-se cordialmente: Tenha um bom dia! Bom trabalho! Bom final de semana! Agradeça Sempre!

Acompanhamento

Acompanhe a (s) solução (ões) do cliente, mesmo que não seja diretamente com você, não esqueça de que iniciou com você,

assim você faz parte do processo de solução. Ao passar pelo seu setor, na entrada ou saída da empresa, você deve estar atento.

TIPOS MAIS COMUNS DE CLIENTES

A) Cliente impulsivo: é apressadinho e costuma interromper quem está falando.

Como agir: seja rápido, tenha agilidade e seja objetivo. Ele não tem paciência para ouvir muita explicação. Além disso, ele deve notar segurança no seu modo de agir e falar. Você deve ter bons argumentos e conhecimentos do assunto.

B) Cliente Meticuloso: É paciente muito minucioso. Repara nos mínimos detalhes enquanto aguarda ser atendido. Analisa toda as propostas feitas a ele, de todos os ângulos. É muito exigente. Como agir: seja paciente, tenha calma e segurança. Demonstre alto grau de conhecimento e explique, com detalhes, todo o processo pelo qual ele terá de passar, passo a passo.

C) Cliente tímido: Ele é inseguro. Hesita a cada proposta. Ora quer continuar como projeto, ora acha que não deve. Tem muita dificuldade em tomar decisões. Geralmente fala devagar e baixo. Como agir: procure decidir por ele, sem que ele perceba. Dê opções prontas, onde ele terá de escolher uma delas. É um cliente a quem se deve dar bastante atenção.

D) Cliente convencido: Normalmente, são pessoas que gostam de demonstrar que conhecem tudo. Normalmente, também, são ameaçadores e não aceitam errados em nada.

Como agir: Dê-lhe opções, sem decidir por ele. Mostre as conseqüências de cada escolha. Não o ajude a pensar qual delas seria a melhor. Ele ficaria ofendido. Concorde sempre com ele, pois achará que você tem a mesma opinião que a dele, que é sempre a melhor. Cultive sua vaidade.

E) Cliente desconfiado: Ele não dá a menor atenção e faz com que você não saiba se ele esta gostando ou entendendo. Ouve tudo sem muita reação. Tenta sempre testar você e seus conhecimentos e ou informações, para analisar se o que você está falando é besteira ou não.

Como agir: Mostre que você faz bem a sua função, e que ele fez um grande negocio procurando a sua empresa. Segurança nos

argumentos e conhecimento é a alma do negócio. Normalmente, são clientes que têm algum receio com o negócio, por saber de experiências anteriores.

F) Cliente simpático: ele é conversador, contador de histórias e é muito bom nisso. Por esse motivo, leva muito tempo para dizer o que realmente quer, atrapalhando o andamento do seu serviço. Como agir: Não desfaça do cliente. Atenda-o sendo objetivo, rápido e educado. Dessa forma, ele entenderá que seu tempo é curto para atender a todos os chamados.

G) Cliente Nervoso: Normalmente, quando ele chega até você, já está nervoso. Muitas vezes, fala sobre assuntos que não têm relação com o problema que o levou a procurar a empresa. Geralmente, é agressivo no falar, utilizando xingamentos. Como agir: Deixe-o falar. O estado emocional do cliente está alterado. Assim, a melhor maneira de acalmá-lo é deixar que extravase as emoções, falando. Após o cliente ter esgotado a necessidade de falar, você poderá conversar sobre seu real problema. Para esse tipo de cliente é essencial que você mantenha a calma.

H) Cliente conquistador: Normalmente, dizem frases insinuantes e fazem elogios desconcertantes. Como agir: agradeça os elogios e vá direto ao assunto, sem ser rude. Basicamente, são estes os tipos mais comuns de clientes que você vai encontrar. Com esse tratamento dado a eles você poderá desarmá-los e obter êxito no seu atendimento.

Atendimento Telefônico



Atualmente, o telefone é cada vez mais utilizado. Clientes esperam o máximo de informações, de forma clara e objetiva, no mínimo de tempo, onde possam ser compreendidos e direcionados à solução das suas questões.

Através do telefone, é possível, de forma eficiente, encaminhar assuntos, solicitar favores, prestar serviços e auxílios, resolver grande parte dos assuntos funcionais diários, enfim, dar e receber informações.

Nos contatos telefônicos, você transmite a qualidade dos serviços da sua empresa. Por isso, é de fundamental importância conhecer e dominar habilidades de relacionamento por telefone. O tom de voz, clareza, objetividade, atenção e solicitude são cuidados essenciais nas suas comunicações telefônicas. Sua responsabilidade, como parte da organização, ao fazer ligações ou ao receber chamadas telefônicas é muito grande.

Cliente por um fio

Porque Você é a Empresa. E a Empresa é Você.

Para demonstrar excelência no atendimento fique atento a algumas dicas:

1. Prepare-se, diariamente: Além das informações já conhecidas (ramais dos setores, nomes de supervisores, gerentes, atendentes) procure-se informar das alterações administrativas, promoções, solenidades e eventos da empresa.

2. Atenda prontamente: Ao primeiro toque ou, no Máximo, no terceiro toque, não deixe o cliente esperar muito tempo.

3. Identifique-se: diga o nome da empresa, o seu nome e cumprimente. A identificação precisa ser completa, clara e objetiva.

4. Simpatia: fale somente o necessário, pergunte o nome do cliente e desperte nele a confiança para falar.

5. Ouça-o: não interrompa o cliente, deixe-o acabar de falar para depois de apresentar a solução.

6. Solucione: demonstre interesse e resolva de verdade as questões que surgirem. Acompanhe o cliente ao encaminhá-lo a outro ramal.

7. Palavras: Utilize palavras positivas, causando impacto (sim, por favor, obrigado pela atenção, estamos disponíveis para esclarecimentos, um momento por favor).

8. Demonstre conhecer sua empresa, dominando as informações prestadas. Auxilie na solução de necessidades.

9. Encerramento: qualquer que seja o resultado da ligação, encerre cordialmente, de forma agradável e bem humorada.

10. Fazendo ligações: defina o objetivo da ligação, confira as informações necessárias para realizar um trabalho seguro.

11. Entusiasmo: fale de forma que o cliente deseje continuar a ouvi-lo, seja espontâneo e natural.

PRINCÍPIOS BÁSICOS PARA O BOM ATENDIMENTO TELEFÔNICO

O uso da comunicação telefônica tornou-se imprescindível em todas as áreas. Indicamos as principais regras básicas para um atendimento excelente, na área de trabalho:

- Atenda com rapidez, clareza, simpatia, de forma atenciosa e educada;
- Identifique-se e identifique o interlocutor;
- Use sempre: Senhor, Senhora, por favor, e muito obrigado;
- Não deixe o interlocutor "pendurado na linha";
- Transfira corretamente a ligação e avise ao ramal transferido quem está na linha;
- Ofereça um retorno de ligação, no caso de o ramal estar ocupado;
- Tome nota de todos os dados importantes e repita-os para o interlocutor
- Nunca fale "comendo" / de boca cheia
- Não mantenha conversas paralelas. Concentre-se na ligação que está atendendo
- Faça suas próprias ligações
- Comunique a telefonista quando não estiver na sala.
- Fique disponível quando solicitar uma ligação.

AO TELEFONE TENHA ATENÇÃO:



1. Tom de voz, inflexão e volume. Sua voz é uma das ferramentas vitais do corpo da comunicação. As palavras ditas entre os dentes, com raiva, passam uma mensagem totalmente diferente de quando são ditas em alta voz, com alegria ou mesmo

quando são sussurradas com medo. Um tom de conversa equilibrado e bem modulado é persuasivo, sem ser intimidante. Um sussurro monótono torna mais difícil convencer os outros. Considere as três dimensões de sua voz:

2. Tom. Seu tom é áspero, lamuriante, calmo, raivoso? As mulheres tendem a possuir uma voz mais calma e entoada do que os homens. Uma voz menos entoada, normalmente, é mais eficiente.

3. Inflexão. Você enfatiza certas sílabas em uma questão, fala de uma forma monótona ou cantada? Desequilíbrios emocionais podem ser mostrados com a variação de entonação.

4. Volume. Você tenta chamar a atenção sussurrando ou domina os outros gritando? É difícil para você gritar, mesmo quando deseja? Sua voz é uma ferramenta importante para sua expressão. Controle e use-a de maneira eficiente.

5. Fluência. Um fluxo suave de discurso ajuda-o a chegar ao ponto ideal, em qualquer tipo de conversa. Não é necessário falar durante um longo período. Se seu discurso for interrompido por longas hesitações, seus ouvintes ficarão entediados e sentirão facilmente compreendidos e poderosos; Mais do que um discurso rápido, que é excêntrico.

6. Ritmo. Em geral, a espontaneidade de expressão é o objetivo. A hesitação diminui a eficiência de sua mensagem. Se surge um problema, e você não está preparado para expressar-se de forma adequada, no momento, vale a pena procurar a pessoa, mais tarde, para dizer-lhe o que está em sua mente. A comunicação eficaz ajuda a manter suas relações abertas e transmite, precisamente, seus sentimentos.

ATENDIMENTO POR TELEFONE

12 passos para um fantástico atendimento telefônico ao cliente:

1. **ATENDA** no primeiro toque. O pronto atendimento causa uma excelente impressão.

2. **SAUDAÇÃO** enfática. Dê o nome da empresa. Cumprimente o cliente. Dê seu nome e coloque-se à disposição. Tudo isso com ênfase, com calor humano.

3. **TOM DA VOZ.** O tom da voz é tão importante no atendimento telefônico, quanto à postura do corpo é importante no atendimento pessoal. Se o corpo fala, o tom da voz também fala e diz muito ao cliente. Pelo tom da voz, o cliente percebe sinceridade, boa vontade, disposição, gentileza, etc.
4. **DISPONIBILIZE-SE.** Coloque-se à disposição do cliente. Mostre-se prestativo.
5. **ESCUTE** com atenção. A máxima atenção. Concentrado. Deixe o cliente falar. Preste atenção aos detalhes. Anote os pontos principais (ou dados) fornecidos pelo cliente.
6. Seja **EMPÁTICO.** Imagine-se como se fosse o cliente. Ponha-se na pele dele. Isso facilita a compreensão.
7. **CERTIFIQUE-SE** de que você entendeu tudo. Senão, pergunte. Peça a gentileza de o cliente repetir ou confirmar o que você entendeu.
8. **INFORME** com clareza e objetividade o que for pertinente à colocação do cliente.
9. Seja **ÁGIL** na solução, no atendimento. Uma chamada toma tempo. Tempo é dinheiro. Ninguém quer perdê-lo, muito menos o cliente. Seja objetivo. Atenção: Alguns clientes demandam um atendimento mais cadenciado. Sendo rapidinho, nesses casos, o cliente poderá ter a percepção de que você quer livrar-se dele. Portanto, fique atento, sintonize-se com o ritmo de cada cliente. Cada caso é um caso.
10. **CERTIFIQUE-SE** de que o cliente entendeu, concorda e está satisfeito. Senão, repita, use outros meios. Explique pacientemente. Se o cliente continua sem entender ou concordar, passe-o para um superior. Evite, ao máximo, concluir um contato com a insatisfação do cliente.
11. **PERGUNTE** em que mais você poderia ajudar o cliente. Não meça esforço para oferecer algo a mais.
12. **DESPEÇA-SE** de forma calorosa. Ratifique a sua sempre disponibilidade. Convide o cliente a retornar, fazer uma visita. Agradeça a ligação. “Use a palavra mágica obrigado”. Deseje bons negócios e/ou um excelente dia para o cliente.

Atitudes abomináveis ao telefone

1. Chamar o cliente de: “bem”, “benzinho”, “amor”, “amorzinho”, “meu anjo”, “querido”.
2. Pedir para o cliente se acalmar, afirmando: “O senhor está muito nervoso”.
3. Negar algum pedido dizendo: “Não podemos fazer nada, é norma da casa”.
4. Deixar o cliente esperando por muito tempo. O ideal é não deixá-lo esperar. Se for inevitável, nunca mais que um minuto. Explique o motivo.
5. Interromper a fala do cliente. Evite a todo custo interromper o cliente ao telefone. Se for inevitável a interrupção, tenha o máximo de cuidado ao fazê-lo. Normalmente a interrupção é percebida como uma intromissão, uma indelicadeza. Portanto, deixe o cliente falar, às vezes desabafar, isso faz parte do atendimento, até facilita.
6. Prometer e não retornar uma ligação.
7. Pedir para o cliente ligar depois. A obrigação é sempre sua como fornecedor/prestador de serviços.
8. Não estar preparado para dar as informações ou prestar os esclarecimentos necessários.
9. Gritar ou falar alto com o cliente. Mesmo que ele o faça. Nada justifica uma insensata atitude dessas. O cliente pode até perder a paciência; quem atende não, jamais!

NO TELEFONE, AO ATENDER O CLIENTE:

Em vez de dizer...	Diga...
“Sinto muito, mas não sei”.	“Vou me informar sobre o assunto”
“É só?”.	“Mais alguma coisa que poderia fazer pelo (a) senhor (a)?”.
“Ligue mais tarde” “Ligue depois”.	“Retornaremos a ligação”
“Um momento, por favor”, quando não puder atender a um cliente de imediato.	“O (A) senhor (a) poderia me fazer a gentileza de aguardar um momento, pois estou com outro cliente na linha?”
“Um minutinho, por favor”, quando tiver que interromper a ligação com o cliente.	“O (A) senhor (a) me permite um minutinho, pois tenho que atender uma linha que está me chamando agora?” Explique a situação que você está vivendo.
“O (A) senhor (a) não está sendo claro (a)”	“O (A) senhor (a) poderia fazer a gentileza de repetir para que eu entendesse melhor?”.
“Isso não é comigo”	“Vou encaminhá-lo a pessoa responsável”
“É norma da empresa” “Não podemos fazer isso”	“Sentimos muito, mas isso foge as nossas responsabilidades no momento”.
“O (A) senhor (a) tem que...”.	“Sugiro que o (a) senhor (a)...”.

ATENDIMENTO TELEFÔNICO – CÓDIGO FONÉTICO

O código internacional para soletrar por telefone é o Alfabeto Radiotelefônico que, muitas vezes, é confundido com o Alfabeto Fonético Internacional, algo que pertence ao domínio da Linguística e que é a transposição dos sons de letras em símbolos internacionais que facilitem a dicção de palavras que não são autóctones.

Um Alfabeto Radiotelefônico é um sistema de identificação das letras do alfabeto por meio de palavras-código, utilizado na comunicação falada, especialmente por rádio ou telefone, para soletrar palavras. Esse alfabeto é muito utilizado por radioamadores, hotéis, agências de viagem, companhias aéreas, polícia militar, pilotos de avião, marinha, exército, força aérea, taxistas, turistas experientes etc. E, em certa altura, começam a falar em Yankees, Zulus, Tangos, Hotels e não sei mais o quê, o que deixa geralmente quem assiste muito intrigado. Nada disso!



Para os menos esclarecidos com tão “estranha linguagem” aqui fica uma breve explicação sobre o assunto.

No mundo todo, existem inúmeros sistemas para identificar as letras do alfabeto e para unificá-los internacionalmente foi criado um alfabeto-padrão pela Organização de Aviação Civil Internacional e também adotado pela Organização do Tratado do Atlântico Norte (OTAN).

Desta forma, soletrando pausadamente letra por letra, podemos explicar a qualquer pessoa do mundo que estamos a transmitir, por exemplo, desde CANTANHEDE:

Charlie...Alfa...November...Tango...Alfa...November...Hotel...Echo
...Delta...Echo



Letra	Código	Pronúncia no Alfabeto Fonético Internacional	Pronúncia em todas as línguas
A	alpha	[ˈɑl.fɑ]	al fa
B	bravo	[ˈbrɑ.vɔ]	bra vó
C	charlie	[ˈtʃɑr.li]	txar li
D	delta	[ˈdɛl.tɑ]	del ta
E	echo	[ˈe.ko]	ê cō
F	foxtrot	[fɒks tɹɒt]	fox trot
G	golf	[gɒlf]	golf
H	hotel	[ˈo.tɛl]	ho tel
I	india	[ˈɪn.djɑ]	in dī a
J	juliett	[ˈdʒu.ʌjɛt]	dju li et
K	kilo	[ˈki.lo]	qui lô
L	lima	[ˈli.ma]	li ma
M	mike	[majk]	mái que
N	november	[no.ˈvɛm.bɛr]	nou ven bar
O	oscar	[ˈɒs.kɑr]	ox car
P	papa	[pa.ˈpɑ]	pa pa
Q	quebec	[ke.ˈbɛk]	qué béc
R	romeo	[ˈrɒ.me.o]	rou mi ô
S	sierra	[si.ˈe.ɹɑ]	si é ra
T	tango	[ˈtɑŋɡo]	tan gou
U	uniform	[ˈju.ni.ˈfɔrm]	iu ni form
V	victor	[ˈvɪk.tɔr]	vic tor
W	whiskey	[ˈwi.ski]	uis qui
X	x-ray	[ˈɪks.ɹeɪ]	ecs rei
Y	yankee	[ˈjɑ̃.ki]	iam qui
Z	zulu	[ˈzu.lu]	zu lu

Bibliografia/Links Recomendados

Leituras indicadas:

- GABARDO, Maristella; MORAZ, Caterine Pereira. **Recepcionista – Apostila**. MEC. Instituto Federal do Paraná, 2012.
- LEITE, Emanuel. **O fenômeno do empreendedorismo: criando riquezas**. 3 ed. Recife: Bagaço, 2002.
- SANTOS, Tommy Alves dos. **Recepcionista de Eventos**. Instituto Federal do Paraná Câmpus Palmas.
- http://www.sefaz.mt.gov.br/portal/download/arquivos/Apresentacao_Etiqueta_Profissional_2011.pdf
- <http://www.sinsesp.com.br/artigos/comport/18-dicas-uteis-para-falar-corretamente-ao-telefone/>

