

# EXCELÊNCIA NO ATENDIMENTO

Eixo: Pessoas



 Escola de Serviço Público do Espírito Santo - Esesp

**EIXO: PESSOAS**

**EXCELÊNCIA NO ATENDIMENTO**

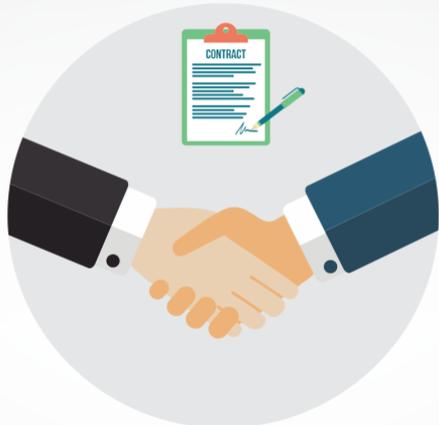
2019

GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO  
Secretaria de Gestão e Recursos Humanos



1

**CONTRATO DIDÁTICO**



**EXPECTATIVAS E CONTRIBUIÇÕES**

O que preciso melhorar?

Quais são as minhas forças?

Expectativas?

3



## OBJETIVOS

- Formar uma “Cultura de Atendimento” em que o servidor público venha a melhorar a comunicação com os cidadãos por meio de uma imagem de credibilidade.
- Desenvolver com os servidores uma postura de comprometimento consigo mesmo, com o grupo de trabalho e com o direcionamento para um atendimento de excelência.
- Sensibilizar para a necessidade de se manter uma imagem profissional adequada às necessidades da Instituição/Organização Pública.

## PROGRAMA

Unidade I: O atendimento na gestão pública

Unidade II: Comportamento profissional e equilíbrio emocional

Unidade III: O ponto de vista do cliente

Unidade IV: Imagem profissional

5



## UNIDADE I: O ATENDIMENTO NA GESTÃO PÚBLICA

- A gestão pública na qualidade do atendimento ao cidadão.
- O poder do atendimento e a satisfação do cidadão.
- Como construir uma cultura de atendimento de qualidade.

6



## QUALIDADE NO ATENDIMENTO



“O produto final de um serviço é sempre um sentimento. Os clientes/usuários ficam satisfeitos ou não, conforme suas necessidades.”

LAS CASAS, 2011.

7



## QUALIDADE NO ATENDIMENTO

“Se traduz pela busca da economia de tempo, dinheiro e esforço ao cidadão, com a oferta de informações corretas, completas, atualizadas e compreensíveis...”.



LAS CASAS, 2003

8



## QUALIDADE NO ATENDIMENTO

“...de modo que sirvam de referência para que todos falem “a mesma língua” e haja a satisfação das necessidades do usuário.”

LAS CASAS, 2003



9



## VIDEO FUNCIONÁRIO PÚBLICO



10



## O PODER DO ATENDIMENTO E A SATISFAÇÃO DO CIDADÃO



11



- Quem, na atualidade não foi obrigado a enfrentar fila no banco, ou em uma organização pública...?
- Quantas vezes ao chegar o momento aguardado para ser atendido, deparou-se com a informação do funcionário: "O senhor entrou na fila errada".

São fatos rotineiros os quais poderiam ser facilmente contornados desde que houvesse interesse, como uma placa, ou uma informação adicional.

12



Do outro lado do balcão, o funcionário, às vezes, encontra dificuldades para explicar ao usuário que não é ele quem faz as leis ou que ele não é responsável pelas normas da município, ou que ele não é detentor da informação; ou porque o terminal de computador está fora do ar.



13



## E O SERVIÇO PÚBLICO?

Você pode e deve  
se orgulhar de ser  
um Servidor Público!



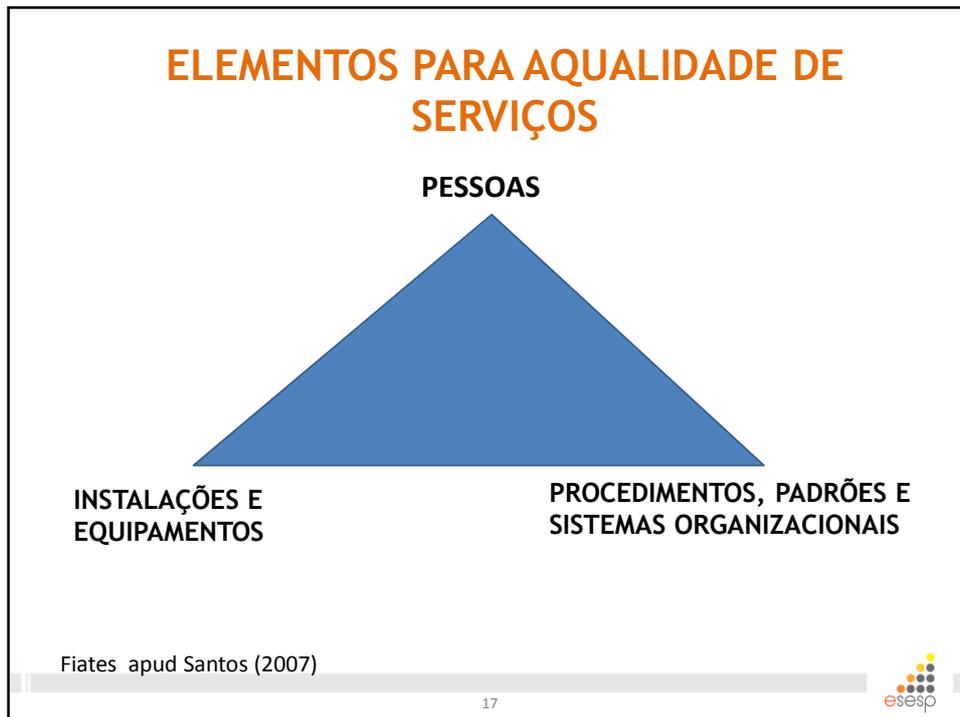
14





## POSTURAS E PRÁTICAS DOS SERVIDORES

- Ter entusiasmo e capacidade de transformar as coisas, de fazer dar certo.
- Parar de reclamar.
- Buscar o autodesenvolvimento.
- Agir, evitar transferir para outro dia.
- Ter perseverança, tenacidade, atenção aos detalhes.
- Acabar com a arrogância e o mau humor.
- Ser flexível , usar o bom senso.
- Estar aberto(a) às mudanças e saber que fazem parte constante da nossa vida.



17



18

## COMO CONSTRUIR UMA CULTURA DE ATENDIMENTO DE QUALIDADE



19



## FORMAÇÃO DA CULTURA

Complexo dos padrões de comportamento, crenças, instituições, manifestações artísticas e intelectuais transmitidos coletivamente, e típicos de uma sociedade. No caso do Brasil, a pluralidade é a característica principal da formação de sua cultura.



20



## CULTURA DE QUALIDADE NO ATENDIMENTO

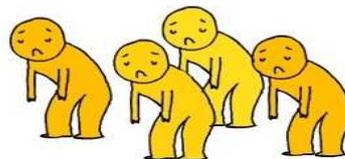
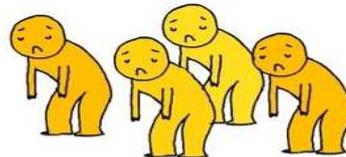
- Conhecer os clientes/cidadãos
- Identificar as necessidades
- Adaptação da área física
- Capacitação dos servidores
- Padronização e implantação de sistemas
- Controlar os resultados
- Ações corretivas

21



## MOTIVAÇÃO

E aí galera,  
quero ver todo  
mundo feliz!!



22



## A IMPORTÂNCIA MOTIVAÇÃO



“... Motivação é o que faz com que os indivíduos **deem o melhor de si** e façam o possível para conquistar o que almejam”.

23



## MOTIVAÇÃO

- É a força, ou impulso, que leva os indivíduos a agirem de uma forma específica.
- Enquanto para alguns a motivação pode ser o fator financeiro, para outros é o desejo de ser saudável, de ser amado, reconhecido, de participar das decisões ou realizar tarefas desafiadoras.



24



## UNIDADE II: COMPORTAMENTO PROFISSIONAL E EQUILIBRIO EMOCIONAL

- A promessa e o cumprimento
- Conhecer e entender as necessidades do outro
- Postura profissional
- Comportamento assertivo
- Ética no trabalho público

25



## A PROMESSA E O CUMPRIMENTO

Existem profissionais descompromissados com algo maior  
e mais sublime:

A necessidade do outro!!!!

Prometeu? Criou expectativas! Cumpra!



26



## CONHECER E ENTENDER AS NECESSIDADES DO OUTRO

Entender o seu **Verdadeiro Papel**. Demonstrar interesse em relação às necessidades dos cidadãos e atendê-las.

Entender o **Lado Humano**. Conhecer suas necessidades, ajudá-lo(a) a sentir-se uma pessoa importante.

**PORTADORES DE DEFICIÊNCIA - LEI N. 7.853, DE  
24 DE OUTUBRO DE 1989**

27



## POSTURA PROFISSIONAL

### Comportamentos

- Discurso coerente com suas ações
- Objetivos claros e estratégias adequadas para atingi-los
- Entusiasmo pelo trabalho em equipe
- Habilidade em inspirar confiança
- Espírito democrático
- Competência técnica

28



## ÉTICA NO TRABALHO PÚBLICO



“ A ética profissional é um conjunto de atitudes e valores positivos aplicados no ambiente de trabalho ”.

Sá, 2001

29



## ÉTICA NO TRABALHO PÚBLICO

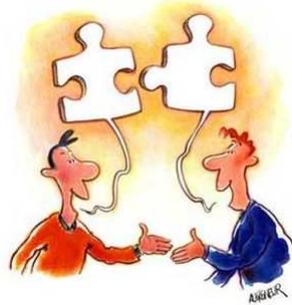
- Ser ético é mais do que agir direito, proceder bem, sem prejudicar os outros. É ser altruísta, é estar tranquilo com a consciência pessoal. É também agir de acordo com os valores morais de uma determinada sociedade.



30



## COMPORTAMENTO ASSERTIVO



A importância do equilíbrio emocional

31



## COMPORTAMENTO ASSERTIVO

Quanto mais equilibrado você for, melhor poderá lidar com os confrontos, menos estresse, mais confiança em si mesmo, saberá agir com mais tato, melhorará sua credibilidade, saberá lidar com as tentativas de manipulação, chantagem emocional e bajulação.

Marisa de Abreu – psicóloga  
Psicólogos em São Paulo

32



## COMUNICAÇÃO ASSERTIVA

### OBJETIVIDADE

Fluente e descomplicada

### TRANSPARÊNCIA

Notícias verdadeiras e sem alardes

### EQUILÍBRIO EMOCIONAL

Postura segura e comedida

33



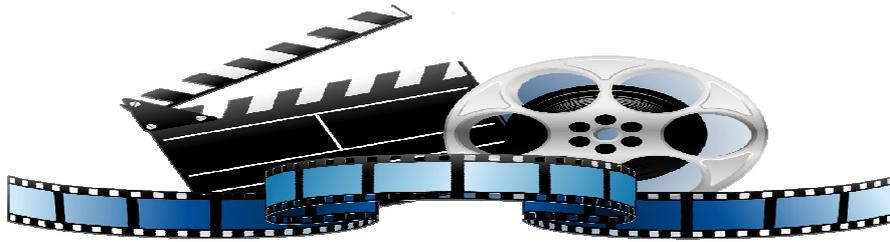
## UNIDADE III: O PONTO DE VISTA DO CLIENTE /CIDADÃO

- Atendimento Reativo x Proativo
- Como fazer o cliente/cidadão se sentir importante
- Tipos de clientes/cidadãos: tratamento individual e personalizado
- Resistências e obstáculos dos clientes/cidadãos
- Reclamações: ir além da solução do problema

34



## VÍDEO SUPER SINCERO



35



## ATENDIMENTO REATIVO X PROATIVO

### COMPORTAMENTO REATIVO

Não há nada que eu possa fazer.  
 Sou assim e pronto.  
 Ela me irrita muito.  
 Eles nunca vão aceitar minha ideia.  
 Tenho de fazer isso.  
 Não posso.  
 Não preciso.  
 Ah, se eu pudesse...

### COMPORTAMENTO PROATIVO

Vou procurar alternativas.  
 Posso tomar outra atitude  
 Posso controlar meus sentimentos.  
 Vou preparar uma apresentação eficaz.  
 Posso achar uma ação apropriada.  
 Eu escolho.  
 Eu prefiro.  
 Eu vou fazer.

36



## COMPORTAMENTO PROATIVO

- Falar claramente, pausadamente e sem gírias.
- Evitar tomar café ou água enquanto atende e falar com chicletes ou balas na boca.
- Colocar-se no lugar do outro. Empatia.
- Fazer perguntas apropriadas
- Fornecer respostas apropriadas
- Chamar sempre a pessoa pelo nome, dando o tratamento adequado: “Sr.”, “Sra.”

37



## FRASES RECEPTIVAS

- “Bom dia! Posso ajudar?”
- “Obrigado(a)”(com um sorriso)
- “Estou à disposição”
- “É sempre uma satisfação falar com o senhor.”
- “O que posso fazer para ajudá-lo?”
- “Foi um prazer atender a senhora.”
- ”Nós damos muito valor à sua opinião.”
- “Tenha uma boa semana”.



38



## ORGANIZAÇÃO

- Mesa organizada.
- Não construa uma barreira entre você e o cliente.
- O ambiente de trabalho deve estar agradável para o cliente.



39



## COMO FAZER O CLIENTE/CIDADÃO SE SENTIR IMPORTANTE

- Atenda com presteza às suas necessidades
- Escute mais evitando perguntas evasivas
- Use mais frases positivas e crie um clima de otimismo e possibilidades
- Proporcione um serviço técnico + atenção + simpatia + urbanidade + presteza
- Perceba os detalhes - o local; o tipo de serviço oferecido e o perfil do cidadão; os gestos; a forma de comunicar; a altura da voz; as promessas feitas que devem ser cumpridas...

LAS CASAS, 2012

40



## RESISTÊNCIAS E OBSTÁCULOS DOS CLIENTES/CIDADÃOS

- Apatia
- Negligência
- Frieza
- Prepotência
- Inflexibilidade
- Vai-pra-cá e vai-pra-lá



41



## RECLAMAÇÕES: IR ALÉM DA SOLUÇÃO DO SOLUÇÃO

- Deixe o cliente/cidadão falar
- Diga que sente muito pelo ocorrido.
- Ouça com atenção.
- Mantenha a mente aberta
- Examine os fatos
- Não discuta
- Não imponha uma solução
- Faça um resumo e verifique se ele concorda

42



## ATENDIMENTO AO TELEFONE



- Tom de voz, a velocidade e o volume adequados!
- Dar ênfase aos pontos mais importantes!

43



## ATENDIMENTO AO TELEFONE

- Concentre toda sua atenção no que a pessoa está dizendo.
- Na hora em que o interlocutor estiver falando não fique pensando em sua resposta.
- Não interrompa o interlocutor.
- Tome nota das informações essenciais.
- Faça todas as perguntas necessárias, de forma objetiva e delicada.
- Confirme as informações anotadas.

44



## UNIDADE IV: IMAGEM PESSOAL

- Apresentação pessoal
- Linguagem corporal
- Pontualidade e comprometimento
- Cooperação e trabalho em equipe

45



## APRESENTAÇÃO PESSOAL

Imagem pessoal é a marca que você deixa nas pessoas, é como será lembrado - positiva ou negativamente.



46



## APRESENTAÇÃO PESSOAL

É o conjunto de percepções, atitudes, competências, e qualidades do profissional, que, somado a uma imagem visual adequada é capaz de conduzir à realização e a conquista do sucesso.

### O QUE NÃO É ...

Bajulação

Futilidade

Querer aparecer a qualquer preço

Predominância da aparência sobre conteúdo

47



## CUIDADOS PESSOAIS

Aparência ( cabelo, maquiagem, pele)

Roupas/ sapatos

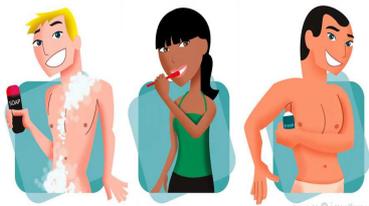
Acessórios

Educação

Postura (não verbal)

Vocabulário

Saúde/higiene ( hálito, desodorização)



48



## LINGUAGEM CORPORAL

Braços cruzados

Queixo apoiado

Tamborilar os dedos

Andar de um lado ao outro



49



## LINGUAGEM CORPORAL

Cenho franzido

Recostar-se na cadeira

Balançar a cabeça lateralmente

Virar os olhos

Dar de ombros descomprometido,  
desinformado



50



## DICAS DE BELEZA

- Cumprimente o porteiro
- Dê passagem no trânsito
- Faça elogios (só os sinceros)
- Tenha paciência na fila
- Agradeça ao garçom
- Olhe nos olhos
- Dê mais abraços
- Leia
- Sorria sempre

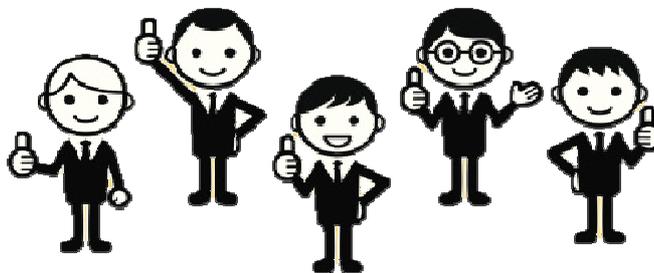


51



## PONTUALIDADE E COMPROMETIMENTO

### TAREFA X RESPONSABILIDADE



52



## COOPERAÇÃO E TRABALHO EM EQUIPE

O trabalho isolado limita a produtividade. Limita a eficiência e a criatividade: várias mentes podem encontrar soluções que, isoladamente, jamais seriam descobertas.



53



## CULTURA DA INTERDEPENDENCIA

- Clima de ajuda mútua (cuidado de uns com os outros);
- Comunicação espontânea entre os diversos departamentos;
- Equipes funcionam como um times;
- Pessoas e as equipes são valorizadas por suas contribuições;
- Relação gerência - empregados é de respeito e de apoio;
- Gestão participativa.

54



## PARA REFLEXÃO

1. Quem são seus clientes/cidadãos internos?
2. Cite algumas características de um atendimento com qualidade.
3. Quantas pessoas ou clientes/cidadãos são influenciados por um mau atendimento?
4. Você seria seu próprio cliente/cidadão?
5. O que você mais preza no atendimento?
6. Você avalia o seu atendimento?

55



## REFERÊNCIAS

- Abreu, Marisa. Psicólogos em São Paulo.
- BERGAMINI, Cecília Whitaker; CODA, Roberto. **Psicodinâmica da vida organizacional**. São Paulo: Ática, 1997.
- BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Organização de Alexandre de Moraes. 16. ed. São Paulo: Atlas, 2000.
- CHAUÍ, Marilena. **Convite à filosofia**. São Paulo: Atlas, 2008.
- COSTA, Daniel. **Endomarketing Inteligente**: a empresa pensada de dentro para fora. Porto Alegre: DUBLIDENSE, 2010.
- FIATES, Gabriela Gonçalves Silveira. A utilização do QFD como suporte a implementação do TQC em empresas do setor de serviço. In: SANTOS, Cintia Aguiar dos. **Qualidade na prestação dos serviços: a visão do cliente com relação ao serviço esperado e o serviço previsto e os seus determinantes**. Disponível em: [www.administradores.com.br/producao.../qualidade...servicos/.../download/](http://www.administradores.com.br/producao.../qualidade...servicos/.../download/) Acesso em: 30 mar. 2015.

56



NOVAES, Cristina B., LASSO, Sarah V., MAINARDES, Emerson W. **“Percepções de qualidade do serviço público”**. Revista Pensamento Contemporâneo em Administração. V. 9, n. 1, jan./mar. 2015, 107-123, 122, ISSN 1982-2596.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing de serviços**. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Excelência em Atendimento ao Cliente – Atendimento e serviço ao cliente como fator estratégico e diferencial competitivo**. São Paulo: M.Books, 2012.

ROBBINS, Stephen P. **Comportamento Organizacional**. 11ª ed. São Paulo: Pearson, 2006.

ROCHA-PINTO, Sandra Regina da, et al. **Dimensões funcionais da gestão de pessoas**. 9. ed. Ver. Ampl. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

SÁ, Antonio Lopes de. **Ética profissional**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

SPILLER, Eduardo Santiago, et al. **Gestão de serviços e marketing interno**. 3. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

VIGOTSKY, L. **S.Psicologia pedagógica**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

## SOLUÇÕES EDUCACIONAIS



Presenciais



A Distância



Customizadas



Lato e Stricto  
Sensu

 **FaceEsesp**  
**esesp.es.gov.br**