

A importância do atendimento humanizado nos canais de vendas online

Priorizar a experiência do consumidor é uma estratégia considerada indispensável que precisa ser estendida ao suporte online

Maringá – PR, abril de 2021 - A humanização do atendimento é uma estratégia que foca na experiência do consumidor com o objetivo de aproximá-lo da marca. Ao entender como esse diálogo deve ser construído, é possível aumentar as vendas e fortalecer a reputação de um negócio no marketplace.

O atendimento humanizado busca dar assistência ao cliente de forma “humana” e personalizada, evitando respostas prontas e interações rasas. O suporte é individual, transparece empatia e foca na **resolução dos problemas**.

Esse tipo de atendimento faz diferença, já que as interações positivas da uma marca com o consumidor podem resultar em fidelização. Por outro lado, quando a experiência é negativa, o comerciante corre o risco de perder clientes e prejudicar a reputação da empresa.

Atendimento de alta performance

Mas ao contrário da crença popular, investir na humanização não significa deixar as ferramentas e tecnologias de lado. O atendimento de alta performance é o equilíbrio perfeito entre a automação de processos e a experiência do usuário.

Canais de autoatendimento, tais como chatbots e páginas da FAQ, podem ser personalizados de acordo com o perfil da marca. Além disso, com o apoio da tecnologia, é possível responder as questões com **rapidez e assertividade**, aumentando o nível de satisfação do cliente e melhorando a reputação da empresa nos canais de venda.

Benefícios do atendimento digital

Com o ambiente digital ganhando cada vez mais espaço no segmento de varejo, humanizar o atendimento no ambiente virtual também tornou-se indispensável. Os consumidores se acostumaram e passaram a desejar fluidez, agilidade e exclusividade no atendimento e o mundo digital oferece os recursos para cumprir essas expectativas.

Os canais digitais oferecem inúmeras outras vantagens, tais como facilitar o fluxo de comunicação, automatizar e agilizar processos, gerar dados e indicadores, personalizar e alinhar a comunicação de acordo com a jornada do cliente, fidelizar clientes e conquistar promotores da marca, gerar novas oportunidades de negócio e aumentar o lucro.

Treinamento e aperfeiçoamento da equipe

Mas para isso, profissionais capazes de atender o público de maneira assertiva e personalizada são indispensáveis. Capacitação e aperfeiçoamento contínuos para que os colaboradores desenvolvam as habilidades necessárias e consigam resolver os problemas de maneira ágil e efetiva é um investimento que tende a trazer ótimos frutos em médio e longo prazo.

Além disso, colaboradores que estão imersos na realidade do negócio e nas necessidades dos clientes antecipam problemas e encontram deficiências com mais facilidade, podendo também sugerir melhorias e oferecer dicas.

Diálogo com o cliente e feedbacks

A proposta do atendimento humanizado é melhorar a relação com o consumidor, mas isso só acontece se a empresa estiver disposta a ouvi-lo. É necessário abrir espaço para que ele dê a sua opinião, dando destaque para suas necessidades e insatisfações. Ninguém melhor que o próprio cliente para mostrar os pontos fracos do processo do atendimento.

Investir em um canal para **receber feedbacks e insights** e utilizar esses indicadores para realizar as melhorias necessárias é fundamental, já que não faz sentido manter práticas que geram insatisfação ou não apresentam solução para os questionamentos.

É recomendável coletar o sentimento dos clientes em perguntas ao final de cada atendimento, nas redes sociais ou em pesquisas de satisfação. Esse é mais um exemplo do uso da tecnologia em favor do atendimento humanizado.

Para Murilo Cezar Cucolo, analista de marketing do Predize, [uma plataforma inteligente que centraliza o atendimento ao cliente \(SAC\), especializada em otimizar o atendimento ao consumidor e pensada para quem vende em múltiplos marketplaces](#), “investir em ferramentas para aprimorar a linguagem e interação entre consumidor e marca é sempre uma boa ideia. Plataformas de SAC que integram contas, centralizam e integram as interações de todos os canais de venda em um só local são indispensáveis”.

Sobre o Predize:

O Predize é uma [plataforma inteligente que centraliza o atendimento ao cliente \(SAC\), especializado em vendas em marketplaces](#). Desenvolvido pelo [DB1 Group](#), visa atender ao universo e-commerce. O objetivo do Predize é oferecer uma experiência positiva aos consumidores junto aos marketplaces e aumentar a reputação dos sellers. Para os sellers, o valor é inegável, já que o Predize possibilita centralizar o atendimento ao consumidor em um só painel, independentemente do número de marketplaces nos quais vende de maneira ágil, além de reduzir drasticamente o tempo investido pelas equipes de atendimento em múltiplos

canais de contato. De maneira dinâmica, o Predize é capaz de entender corretamente o contexto, avaliar as possibilidades e sugerir soluções para os problemas dos consumidores.

Mais informações: <https://predize.com.br/>

Atendimento à imprensa:

Neris Comunicação

Alessandra Neris (11) 99104-4938 – alessandra@neris-comunicacao.com.br

Daniel Neris (13) 98881-9596 – daniel@neris-comunicacao.com.br

Ana Maria C. Garcia –Diretora de Marketing – (44) 3033-6300 - marketing@db1.com.br