



UFCD-3533 RECEÇÃO E ACOMPANHAMENTO NO APOIO À COMUNIDADE

Cofinanciado por:



- Acolher e atender os utentes/clientes presencialmente.
- Atender e encaminhar chamadas telefónicas.

Objetivos

- No atendimento direto ao público tente **não improvisar** e preveja com antecedência com que tipo de circunstâncias se irá deparar.
- A improvisação com um cliente que chega pode fazê-lo **perder credibilidade**. Cuide também do quadro ou contexto, bem como do local, em que irá efetuar o atendimento.

Receção

- Saúde (saudar) os clientes, dando a entender que está interessado(a) na pessoa que irá atender. Tenha em atenção o seu tom de voz, a linguagem verbal e linguagem não-verbal.
- O tom de voz suscetível de conduzir ao sucesso na relação com o cliente deverá conter as seguintes características: ser jovial, agradável, percetível, controlado, calmo, direto e natural.
-

Acolhimento

- Interrompa aquilo que estiver a fazer quando o cliente chegar; **cumprimente-o, sorria**; ofereça-lhe os seus serviços imediatamente.
- Se a tarefa não puder ser interrompida, contacte com o cliente com o olhar e indique-lhe que em breve lhe dará a atenção necessária.
- Seja discreto(a), pois num excesso de familiaridade poderá dar mais atenção do que aquela que realmente é necessária.

❖ RESPEITO HUMANO

- É importante termos sempre em mente que o outro, exatamente como nós, tem muitas qualidades e defeitos e que cada um de nós possui sentimentos e que nos guiamos por escala de valores diferentes.
- Trate o outro como ele gostaria de ser tratado.

❖ INTERESSE E DISPONIBILIDADE PELAS PESSOAS

- Por mais diferentes que possam ser, todos queremos que se interessem por nós, e pelos nossos problemas.
- Para os outros a nossa vida pode parecer uma comédia, mas para nós que a sentimos, é uma tragédia.

❖**SILÊNCIO**

- Respeitar o silêncio, o silêncio é de ouro e a palavra é de prata, mesmo no silêncio podemos comunicar.

❖**REFLETIR PARA MELHORAR**

- Ninguém é perfeito e se tivermos a humildade de assumir os erros e dificuldades, procurando aprender e melhorar, iremos sempre crescer.

❖ Visualmente

- **Mostre-se** amável e acolhedor; **justifique** uma eventual demora;
- **Olhe** para as pessoas **diretamente** e mostre-se atento;
- **Prenda** a atenção do recetor;
- Incline-se para a frente e utilize gestos abertos;
- Não escreva enquanto fala com o utente;
- **"OUÇA" o que o utente NÃO lhe está a dizer.**
- É lícito que o utente chore, esteja deprimido, ria, por vezes, ou manifeste qualquer outro sentimento.

PORTUGAL E GRÉCIA

❖ Modelo de proteção social mediterrânico

Cuidados seletivos baseados no seguro social

- Público/ Privado/ mercado/ voluntário/ família
- Centralizados, focam-se na dependência, solidão e isolamento
- A família é legalmente responsável pelos cuidados.

- A voz que se apresenta ao telefone deve ser tão atraente que provoque no cliente o desejo de nos conhecer só por ouvi-la.
- Esta não transmite apenas informação, mas também atitudes como cortesia, interesse e/ou preocupação, bem como desinteresse, agressividade e insegurança.

2.1. Atendimento telefónico

- Além da voz, a **entoação** e a forma de atender o telefone **revela a educação**, a **sociabilidade**, a **afabilidade** e a **eficiência do funcionário** que está por detrás do aparelho.

2.1. Atendimento telefónico

20. Conclua o telefonema agradavelmente

- Ao concluir o telefonema, **despeça-se** para que o interlocutor se aperceba de que terminou;
- **Finalize** o contacto como o iniciou, **de forma cordial e simpática**;
- Utilize expressões como:
 - *"Tive muito gosto em ser--lhe útil";*
 - *"Tive gosto em poder ajudá-lo";*
 - *"Sempre que desejar..."*
- Deixe que **quem ligou desligue em primeiro lugar**;
- Se o interlocutor se alonga, assuma algumas **atitudes de forma cuidadosa**:
 - *"...Irei dizer isso ao Sr..., assim que ele chegar"*
 - *"...Pronto, irei de seguida fazer..."*
 - *"...Logo que tiver terminado, contacto..."*
-

- Tenha presente que, embora para uma grande parte da população os SMS sejam comuns, existe um número vasto de pessoas que desconhece a sua existência.
- Um SMS não é um e-mail: o seu conteúdo tem de ser pequeno para ser simples de escrever e de ler. Evite usar calão ou excessivas abreviaturas, mesmo as mais frequentes, como "LOL", "ROFTLOL" ou "THX" podem não ser decifradas facilmente.
- As fórmulas de saudação costumam igualmente ser breves e bastante menos formais: "Olá", "Bom dia", "Obrig" ou "Cump".
-

- Por cortesia, devemos responder o mais rapidamente possível a um SMS. Mas há que ter bom senso: temos de ter em conta a hora, o local e com quem estamos.
- É extremamente desagradável estar numa reunião com uma pessoa que passa o tempo agarrada ao telemóvel a escrever SMS.
- Em reuniões, use um toque de aviso discreto. Ou, preferencialmente, mantenha o telefone em silêncio.
- Os SMS não servem para a transmissão de todo o tipo de mensagens. Por exemplo, não usar para convidar para um evento ou para transmitir notícias desagradáveis.
- A informalidade pode inclusive diminuir o impacto e a importância da mensagem.
- Há uns outros aspetos que não podemos esquecer. Um SMS é um texto escrito, o que significa que pode ser guardado, reenviado e lido por terceiros.
- Tenha, por isso, a maior das atenções com o conteúdo. Mais: os telemóveis podem ser perdidos ou mesmo roubados e com os SMS memorizados.
- E, para finalizar, não se esqueça de assinar a mensagem, o interlocutor poderá não ter o seu contacto.

- Exemplo de mensagem de e-mail para ausências prolongadas:

- *Estimado/a cliente/ utente:*

- *Estarei ausente entre (dia e mês) e (dia e mês).*

- *Para qualquer assunto urgente por favor contactar (sector/ nome da pessoa) através do e-mail (endereço de e-mail) ou através do telefone (....)*

As sete regras de ouro do e-mail

- Há muito tempo que o e-mail deixou de ser um meio alternativo de comunicação e se transformou numa ferramenta indispensável para o trabalho e o relacionamento pessoal.
- Mas para que essa ferramenta seja utilizada em todo o seu potencial é preciso que os usuários sejam treinados para tirar melhor proveito de seus recursos.
- A comunicação online possui regras que norteiam a interação entre remetentes e destinatários de mensagens electrónicas.