

FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES COMO ESTRATÉGIA DE EXPANSÃO DA MARCA NA REPARAÇÃO AUTOMOTIVA

Autor: Charles França



**Book
Store** SSA

SEBRAE



Sistema
Sincoppeças
Assopieças
Assomotos

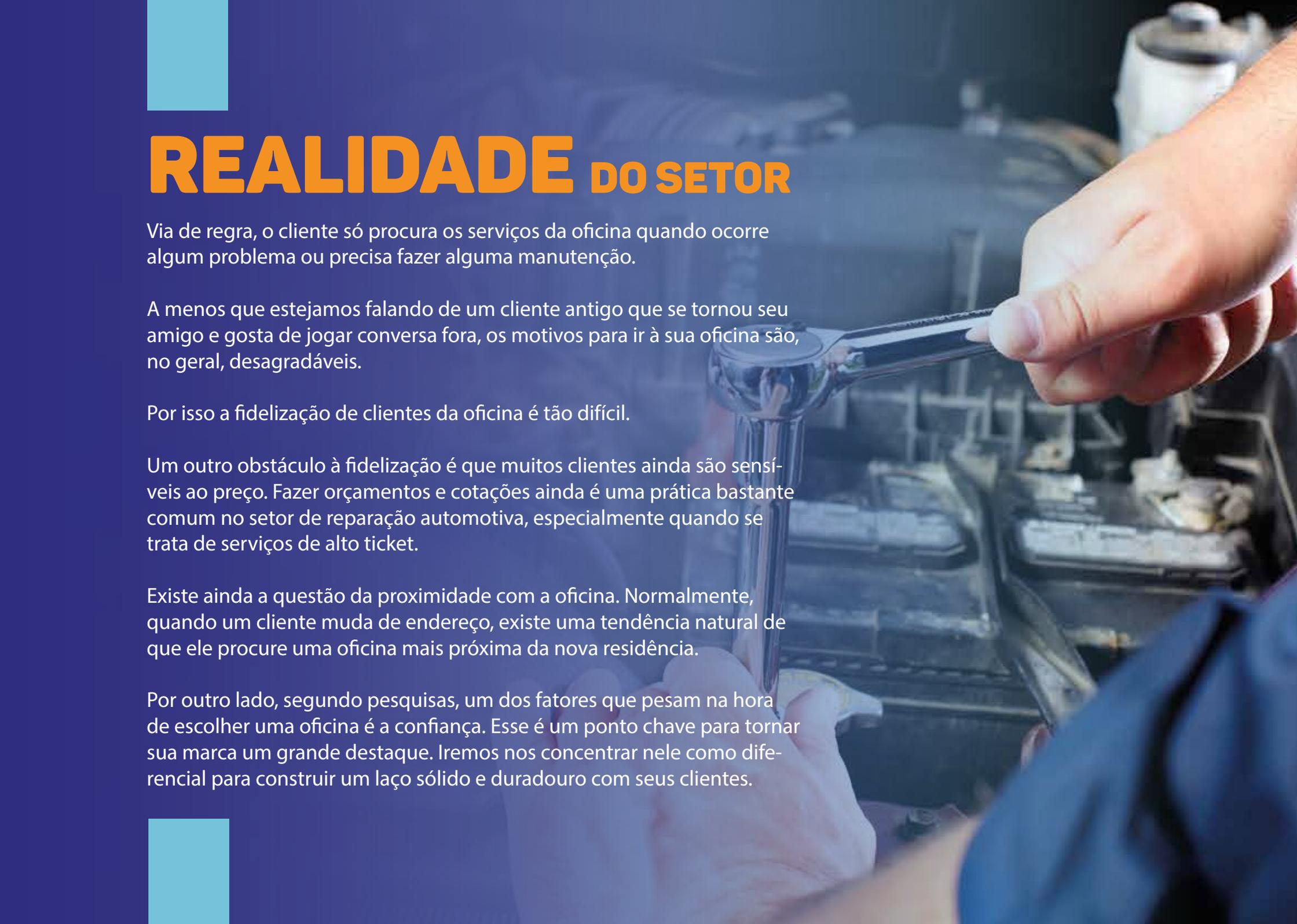
INTRODUÇÃO

Naturalmente, todo empreendedor tem o desejo de ter sua **marca reconhecida e bem posicionada no mercado**. É de se esperar que no setor de reparação automotiva não seja diferente. Sendo assim, o propósito deste e-book é apresentar ideias e estratégias para que sua oficina alcance **um lugar de destaque** frente à concorrência, ampliando sua participação no mercado através da **fidelização de clientes**.

A lógica que apresentaremos aqui é bastante simples. Entendemos que, na medida em que haja fidelização e retenção dos clientes que já utilizam os seus serviços, sua participação no mercado irá se expandir cada vez mais com a obtenção e fidelização de novos clientes.

Nossa expectativa é que você possa **colocar em prática as estratégias** que terá acesso com esta leitura e que, assim, conquiste mais e mais espaço no mercado, **expandindo sua marca**.





REALIDADE DO SETOR

Via de regra, o cliente só procura os serviços da oficina quando ocorre algum problema ou precisa fazer alguma manutenção.

A menos que estejamos falando de um cliente antigo que se tornou seu amigo e gosta de jogar conversa fora, os motivos para ir à sua oficina são, no geral, desagradáveis.

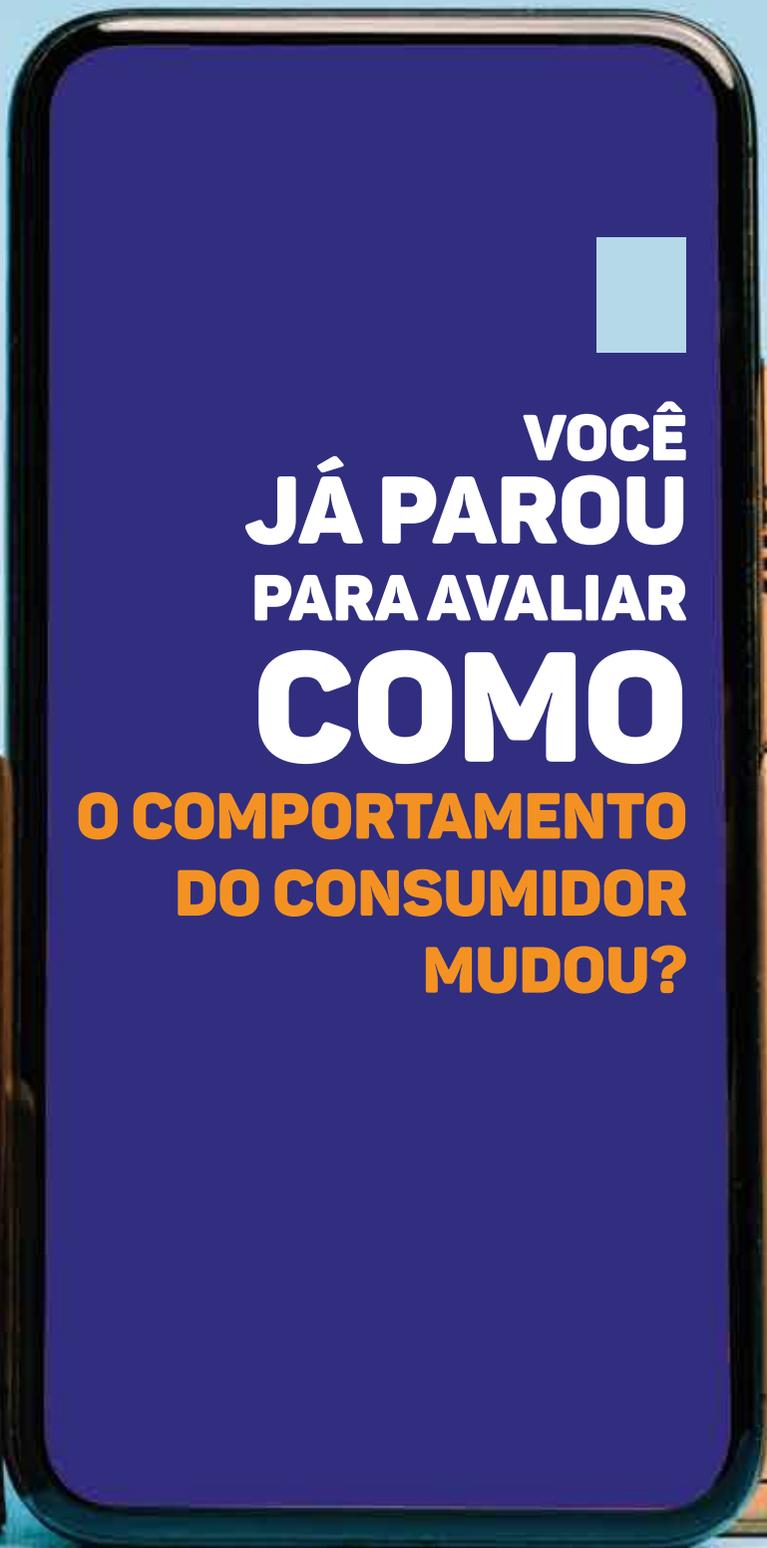
Por isso a fidelização de clientes da oficina é tão difícil.

Um outro obstáculo à fidelização é que muitos clientes ainda são sensíveis ao preço. Fazer orçamentos e cotações ainda é uma prática bastante comum no setor de reparação automotiva, especialmente quando se trata de serviços de alto ticket.

Existe ainda a questão da proximidade com a oficina. Normalmente, quando um cliente muda de endereço, existe uma tendência natural de que ele procure uma oficina mais próxima da nova residência.

Por outro lado, segundo pesquisas, um dos fatores que pesam na hora de escolher uma oficina é a confiança. Esse é um ponto chave para tornar sua marca um grande destaque. Iremos nos concentrar nele como diferencial para construir um laço sólido e duradouro com seus clientes.

Os clientes estão cada vez mais exigentes e buscando por serviços seguros e de qualidade. Se antes as oficinas mecânicas tinham fama de serem lugares escuros, mal cuidados e até feios, hoje, algumas oficinas já estão modernizadas e oferecem uma experiência diferente para seus clientes. Não pense que ter um ambiente adequado e bonito seja frescura, pois este tipo de cuidado vai transmitir segurança, comodidade e profissionalismo para o seu cliente. Com certeza ele irá levar esse tipo de experiência em consideração na hora de voltar e indicar sua oficina para outras pessoas.



**VOCÊ
JÁ PAROU
PARA AVALIAR
COMO
O COMPORTAMENTO
DO CONSUMIDOR
MUDOU?**



IMPORTÂNCIA DE FIDELIZAR CLIENTES

Além do motivo mais óbvio que é a conservação da sua carteira de clientes, existem outras razões para você manter um foco permanente na fidelização.

Quando uma oficina tem clientes recorrentes, ou seja, que habitualmente fazem serviços com o mesmo prestador, é natural que a base de clientes cresça permanentemente. Isso não é difícil de entender. Se os clientes que vão até a sua oficina se tornam fiéis à sua marca, isso significa que cada novo cliente contribui para aumentar a sua participação no mercado, com uma base cada vez maior.

Um outro aspecto importante é que, tendo uma base sólida de clientes habituais, você não fica dependente da necessidade de gerar novos clientes o tempo inteiro, reduzindo assim seus investimentos em marketing e publicidade.

Não à toa, muitos especialistas em marketing são unânimes ao afirmar que os custos para conquistar novos consumidores são muito maiores que o investimento necessário para reter os já existentes.

Pense sempre que, além de diminuir a necessidade de buscar novos públicos, uma empresa que fideliza clientes tem uma prova real de que está fazendo e entregando um bom trabalho. Afinal, somente uma pessoa satisfeita volta a consumir um serviço que já conhece e aprova. No segmento de reparação automotiva não é diferente.

Sobre esse aspecto, é importante lembrar que um condutor que precisa de reparo mecânico no seu carro só vai procurar a sua oficina mais de uma vez se acreditar que o veículo dele foi manuseado com responsabilidade e, claro, se ele próprio foi tratado com respeito e educação. Manter um alto padrão de qualidade vai garantir, inclusive, que ele esteja disposto a pagar um preço mais elevado pelos seus serviços.

Existe também uma estatística que aponta para o fato de que, normalmente, quando um cliente é fiel a uma oficina, ele tem o hábito de indicar essa oficina para todos os parentes e para pessoas do seu círculo de amizades. volta a consumir um serviço que já conhece e aprova. No segmento de reparação automotiva não é diferente.

Um chefe de família, por exemplo, tem por costume levar o carro da esposa e dos filhos na mesma loja onde faz a reparação do seu próprio veículo.

Além disso, esse tipo de cliente não se rende facilmente a um concorrente que fique mais perto de sua casa ou que faça preços menores, por exemplo.

Fidelizar o consumidor aumenta a circulação de pessoas na sua oficina, principalmente devido ao fator confiança. Muitos desses clientes vão se sentir à vontade para propor melhorias ao seu negócio ou indicar produtos e serviços dos quais sentem falta.

Esse é outro ponto positivo da fidelização: é possível receber feedbacks de maior qualidade. Cabe à oficina utilizar essas informações para crescer e atender cada vez melhor aumentando ainda mais a satisfação dos consumidores. Enquanto houver uma relação de confiança entre a sua empresa e os clientes, eles continuarão utilizando seu serviço. O relacionamento, muitas vezes, é mais forte do que fatores como preço. Até porque clientes fiéis podem usar seu histórico para negociar melhores condições de valor e pagamento.

Outro aspecto em que o relacionamento com clientes influencia na economia de recursos da empresa é o suporte. Pessoas que já conhecem seu modo de trabalho e os processos da oficina vão demandar menos da central de atendimento. Assim, uma empresa que investe na fidelização tem menos custos com funcionários e sistema de suporte.

Um último aspecto essencial para toda empresa que pretende se destacar nos dias de hoje é o marketing. Nenhuma estratégia comercial é tão efetiva quanto a indicação positiva de consumidores fiéis. Esses clientes atuam como verdadeiros embaixadores da sua marca, elogiando e indicando o seu serviço.

Sendo assim, podemos afirmar que a fidelização de clientes está entre um dos principais fatores de expansão da sua marca, garantindo sustentabilidade, longevidade e crescimento dos lucros na sua oficina.





CLIENTES FIÉIS

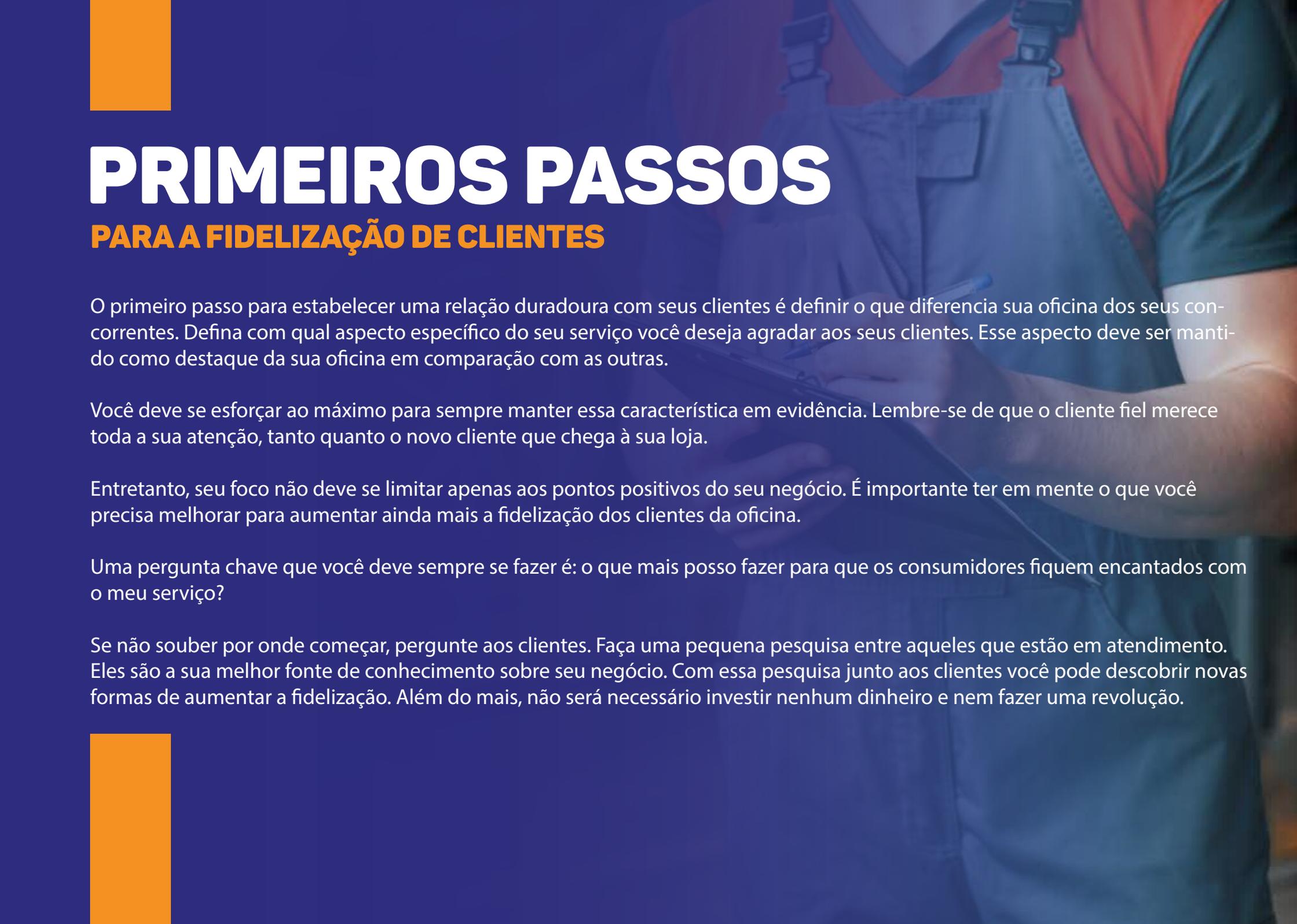
AJUDAM SEU NEGÓCIO A PROSPERAR

Para qualquer oficina mecânica, atender um cliente apenas uma vez não é um bom negócio. Afinal, quanto mais vezes o cliente voltar, além da receita financeira que ele irá gerar, maior será a qualidade e a quantidade de informações que seus mecânicos irão reunir sobre o veículo desse cliente, facilitando bastante o trabalho de diagnóstico e reparo e, é claro, diminuindo o tempo de execução dos serviços. Todos esses fatores irão impactar diretamente na satisfação deste consumidor.

Há muitas vantagens em conquistar uma carteira de clientes fixos e fiéis. Basta pensar que essas pessoas costumam procurar seus serviços com mais frequência devido à relação de confiança que se estabelece. Sem esquecer, é claro, daquilo que já falamos anteriormente: são elas que irão recomendar o seu estabelecimento para familiares e amigos, garantindo uma receita constante para a sua oficina.

Uma outra situação é que muitos proprietários de carros têm o hábito de ignorar pequenos defeitos ou mesmo fazer vista grossa para alterações mais sutis no funcionamento do veículo. Enquanto um motorista com pouco contato com o seu negócio talvez não se sinta confortável o bastante para tirar as dúvidas a respeito desses problemas, um cliente fiel, que confia e gosta do seu atendimento irá ter maior inclinação para entrar em contato e fazer uma visita para tirar eventuais dúvidas. Um número maior de visitas significa uma possibilidade maior de aumentar seu faturamento com esse cliente.

Lembre-se: estamos falando de uma pessoa que vai encarar o serviço que você presta com seriedade. Isso significa que ela não vai questionar suas recomendações ou procurar segundas opiniões. A questão, aqui, é que grandes poderes trazem grandes responsabilidades: você vai precisar lidar cuidadosamente com toda essa confiança depositada na sua oficina. Portanto, procure dar sempre explicações simples e diretas sobre os reparos realizados e mantenha uma postura transparente. Garanto que essas atitudes irão construir uma relação muito mais duradoura e lucrativa da sua marca com seus clientes.



PRIMEIROS PASSOS

PARA A FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES

O primeiro passo para estabelecer uma relação duradoura com seus clientes é definir o que diferencia sua oficina dos seus concorrentes. Defina com qual aspecto específico do seu serviço você deseja agradar aos seus clientes. Esse aspecto deve ser mantido como destaque da sua oficina em comparação com as outras.

Você deve se esforçar ao máximo para sempre manter essa característica em evidência. Lembre-se de que o cliente fiel merece toda a sua atenção, tanto quanto o novo cliente que chega à sua loja.

Entretanto, seu foco não deve se limitar apenas aos pontos positivos do seu negócio. É importante ter em mente o que você precisa melhorar para aumentar ainda mais a fidelização dos clientes da oficina.

Uma pergunta chave que você deve sempre se fazer é: o que mais posso fazer para que os consumidores fiquem encantados com o meu serviço?

Se não souber por onde começar, pergunte aos clientes. Faça uma pequena pesquisa entre aqueles que estão em atendimento. Eles são a sua melhor fonte de conhecimento sobre seu negócio. Com essa pesquisa junto aos clientes você pode descobrir novas formas de aumentar a fidelização. Além do mais, não será necessário investir nenhum dinheiro e nem fazer uma revolução.



Fale sobre a importância do atendimento com seu time

O atendimento personalizado e atencioso pode fazer toda a diferença na fidelização de clientes da oficina. A maioria das pessoas não está acostumada a ser bem atendida em oficinas. A falta de treinamento dos profissionais, aliada ao desconhecimento sobre a importância do atendimento para o sucesso do negócio costuma causar sérios problemas.

Portanto, a melhor coisa a se fazer é conscientizar sua equipe. Mostre que atender bem os clientes faz com que eles voltem e indiquem o estabelecimento para os seus conhecidos.

Diga que poucas oficinas fazem isso, mas aquelas que fizerem irão se destacar e expandir sua marca no mercado.

Explique que uma ação simples, como dedicar mais atenção aos consumidores, pode fazer maravilhas pela fidelização de clientes da oficina.

Por fim, deixe claro que quanto mais clientes voltarem à oficina, maior o faturamento e, por consequência, maiores as chances de um aumento de salário.



Ofereça o máximo de conforto ao cliente

Oferecer confortos extras para seu cliente pode ajudar na fidelização à sua marca. Do ponto de vista da fidelização, não importa se o cliente tem um carro de luxo ou uma lata velha. Você tem que tratá-lo da mesma maneira e oferecer todas as facilidades e comodidades que forem possíveis.

O futuro do seu negócio depende exclusivamente da satisfação dos clientes. Se o seu serviço for bom com um atendimento excelente, não importa o tamanho da crise que vier, dificilmente você passará aperto por muito tempo.

E não é tão difícil oferecer esse tratamento especial para o cliente. Veja opções que você pode tentar:



Instale bancos ou cadeiras macias para que o cliente possa esperar enquanto o serviço é realizado;



Disponibilize um sistema wi-fi exclusivo para clientes passarem o tempo na internet enquanto aguardam;



Ofereça água ou café. E se quiser se diferenciar mesmo, vale a pena investir em outros tipos de bebida, como sucos, refrigerantes e energéticos, assim como barbearias têm feito ultimamente. Vale também oferecer biscoitos, pipoca e o que mais a sua criatividade sugerir. A ideia aqui é causar uma experiência positiva e surpreender.

Se você conseguir implantar pelo menos duas dessas três ideias, pode acreditar que seus clientes ficarão positivamente surpresos.

Se precisar selecionar apenas uma, dê preferência à instalação dos bancos: os clientes que precisam passar por longas esperas agradecerão.

Coloque-se no lugar do cliente, sempre

Esteja sempre à disposição do cliente e busque soluções para os problemas dele.

Assim que o cliente chegar à oficina, seja educado, cumprimente-o e pergunte sobre o seu problema.

Ao abrir o capô, abra-se uma mina de ouro para sua equipe. Existem diversos serviços que podem ser feitos além do solicitado pelo cliente. Isso porque muitas vezes a pessoa não tem o hábito de fazer revisões e checagens regulares no carro. A grande probabilidade, então, é de que exista muita coisa no veículo precisando de reparos.

A ideia não é inventar serviços, o que pode desagradar o consumidor. Normalmente, o cliente já apresenta desconfiança quando precisa de reparos e confirmar essas ansiedades é muito negativo para a fidelização de clientes da oficina.

Uma forma de quebrar essa resistência é oferecer descontos nos serviços adicionais. Pode-se também oferecer apenas um telefone de contato e e-mail ao apontar a manutenção necessária.

Dessa forma o cliente não se sente pressionado e fica livre para retornar caso o problema cause danos futuros.



Cuidado para não acabar parecendo bajulador

Ao buscar fidelização de clientes, não cometa exageros. Um erro comum entre empresários e profissionais de serviços automotivos é confundir a proatividade e educação com bajulação.

O exagero na abordagem, nesse caso, é tão ruim quanto o descaso. Fazer muitas perguntas, falar demais sobre o serviço e puxar muitos assuntos ao mesmo tempo sem de fato promover um diálogo sério e objetivo são deslizes que podem incomodar o cliente. Inclusive porque, como vimos anteriormente, o cliente normalmente não está nada feliz por precisar ir até a oficina. Sendo assim, mantenha a conversa inicial focada no carro e em como solucionar o problema da forma mais rápida possível.

Se o serviço for completado rapidamente, o cliente estará mais disposto a conversar um pouco mais sobre produtos e os diferenciais do seu negócio.

Além disso, um cliente que sente que a sua prioridade é resolver o problema dele estará muito mais disposto a voltar à sua oficina.

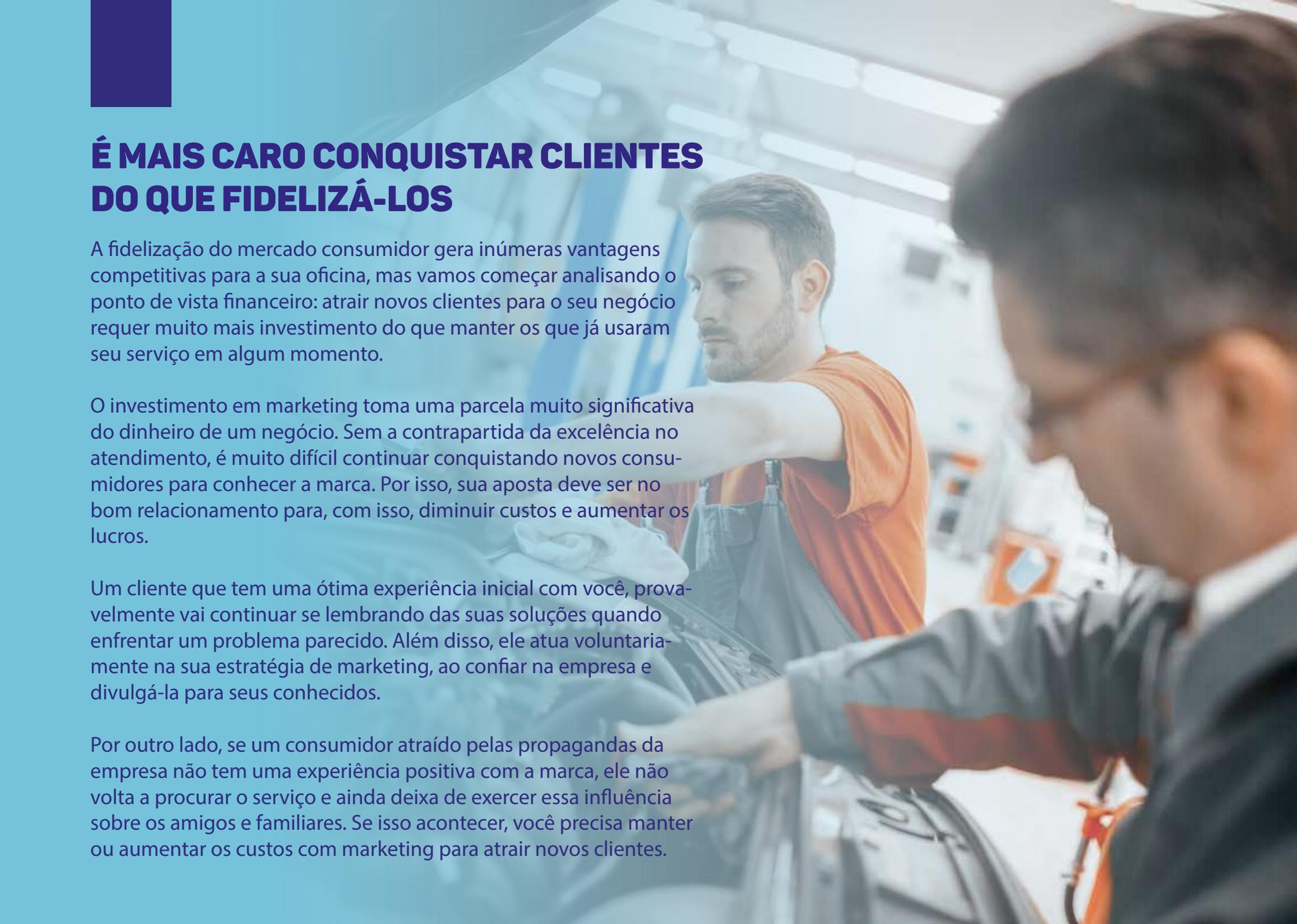


Crie ofertas e promoções

Promoções podem incentivar o seu cliente a voltar, além de indicar a loja para amigos e familiares.

Para tornar-se fiel a uma loja, o cliente precisa enxergar alguma vantagem nisso. Atendimento e serviço de excelência são um grande passo, mas, no cenário competitivo do mercado atual, é preciso oferecer outros diferenciais. Afinal, você sabe mais do que ninguém como clientes de oficinas são sensíveis a preços.

As vantagens da fidelização de clientes da oficina não param no retorno do cliente. O cliente satisfeito, como vimos no início, tende a recomendar a loja para amigos e familiares. Para estimular a volta, ofereça promoções como, por exemplo, a partir do terceiro reparo ou manutenção realizados, o cliente ganha um serviço de graça ou cupom para trocar por produtos.



É MAIS CARO CONQUISTAR CLIENTES DO QUE FIDELIZÁ-LOS

A fidelização do mercado consumidor gera inúmeras vantagens competitivas para a sua oficina, mas vamos começar analisando o ponto de vista financeiro: atrair novos clientes para o seu negócio requer muito mais investimento do que manter os que já usaram seu serviço em algum momento.

O investimento em marketing toma uma parcela muito significativa do dinheiro de um negócio. Sem a contrapartida da excelência no atendimento, é muito difícil continuar conquistando novos consumidores para conhecer a marca. Por isso, sua aposta deve ser no bom relacionamento para, com isso, diminuir custos e aumentar os lucros.

Um cliente que tem uma ótima experiência inicial com você, provavelmente vai continuar se lembrando das suas soluções quando enfrentar um problema parecido. Além disso, ele atua voluntariamente na sua estratégia de marketing, ao confiar na empresa e divulgá-la para seus conhecidos.

Por outro lado, se um consumidor atraído pelas propagandas da empresa não tem uma experiência positiva com a marca, ele não volta a procurar o serviço e ainda deixa de exercer essa influência sobre os amigos e familiares. Se isso acontecer, você precisa manter ou aumentar os custos com marketing para atrair novos clientes.

A INTERNET TEM GRANDE INFLUÊNCIA NA FIDELIZAÇÃO

Estabelecer um bom relacionamento com clientes na era do consumidor sem investir em presença online é praticamente impossível. A internet é um dos meios mais utilizados pelas pessoas para pesquisar serviços e produtos, buscar informações, avaliar empresas e compartilhar experiências com outros consumidores.

Com isso, estar no mundo virtual se tornou uma obrigação para quem deseja manter sua empresa competitiva. Inclusive, muitos negócios estão investindo no marketing de conteúdo. Essa é uma ótima maneira de estreitar os vínculos com clientes e potenciais consumidores ao oferecer informações de qualidade sobre o serviço que você presta.

Se montar um site para publicar conteúdos parece muito avançado para você, há formas mais básicas de construir sua imagem nas mídias. Ter um perfil nas redes sociais é um bom exemplo. Ao fazer isso, você se torna mais visível nas buscas e pode responder às dúvidas dos consumidores rapidamente, atraindo mais pessoas para o seu negócio.

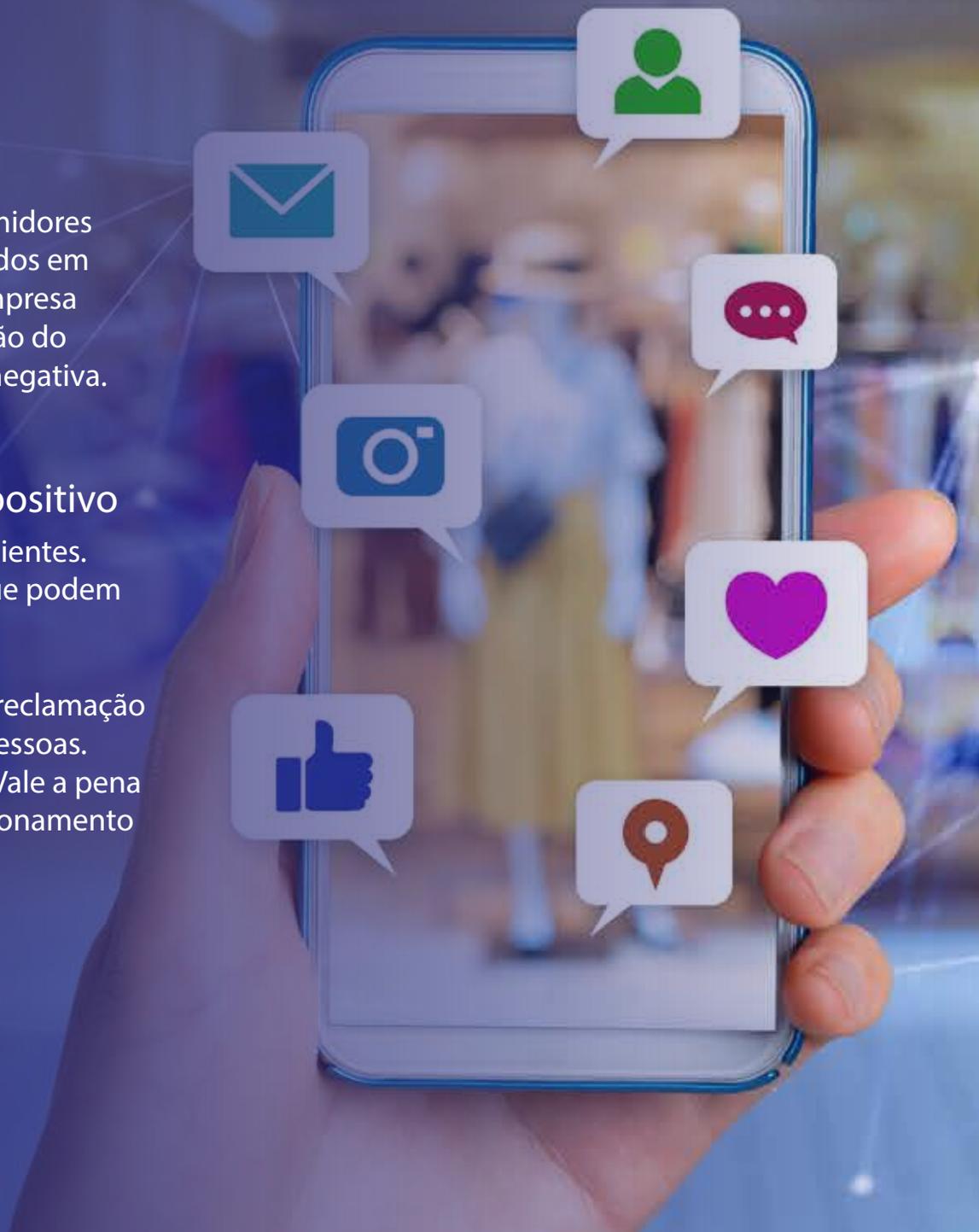
Além disso, ter um canal de comunicação online, utilizando, por exemplo, um aplicativo de mensagens instantâneas, agrega praticidade e aproxima a empresa dos clientes. Hoje em dia, muitas pessoas preferem evitar ligações e se comunicam mais rapidamente por meio dessa tecnologia.



Também vale a pena acompanhar o feedback que os consumidores dão tanto nos seus perfis online quanto em sites especializados em receber reclamações. Neles, geralmente há espaço para a empresa entrar em contato e esclarecer a situação ou ajudar na solução do problema. Esse cuidado tem o poder de reverter a imagem negativa.

Sabemos que nem sempre é possível evitar problemas, mas **mostrar capacidade de resolução é um ponto positivo para sua empresa.** Esse fator é essencial para fidelizar clientes. Dessa forma, eles conhecem o seu compromisso e sabem que podem contar com você para resolver possíveis entraves.

Nunca negligencie a importância da internet. Um elogio ou reclamação feito online chega rapidamente a um número ilimitado de pessoas. Esse é um marketing essencial e, em muitos casos, gratuito. Vale a pena conhecer e investir nessa estratégia para melhorar seu relacionamento com clientes.



COMO CONQUISTAR DE VEZ

A SATISFAÇÃO DO SEU CLIENTE

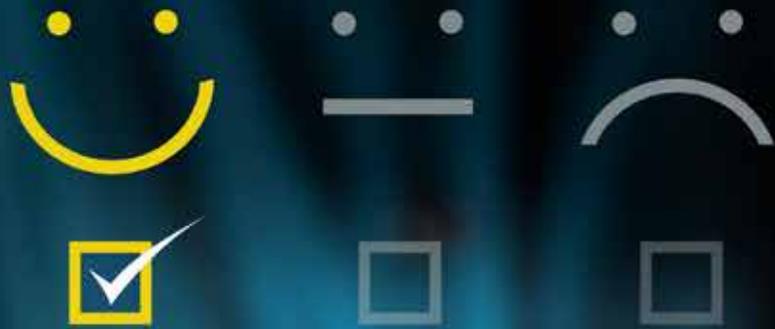
A essa altura, você já entendeu a importância da fidelização. Nesse caso, vamos conversar sobre as posturas que você deve adotar para consolidar de uma vez por todas a satisfação do seu cliente.

Estabeleça um relacionamento de qualidade

O que é um bom relacionamento entre o consumidor e um prestador de serviços? O que as pessoas buscam ao se relacionar com uma empresa do ramo de oficinas? Podemos citar aspectos indispensáveis, como acolhimento, comunicação e confiança.

Primeiramente, uma pessoa que chega até a oficina está enfrentando problemas com o seu veículo e pode estar bastante angustiada com isso, principalmente se ela não tiver entendimentos básicos sobre mecânica. Diante desse cenário, o primeiro cuidado em um relacionamento de qualidade é acolher o cliente e ajudá-lo a entender a questão.

Um diferencial nesse quesito é pensar no atendimento personalizado ao público feminino. As mulheres estão frequentando cada vez mais as oficinas mecânicas. Assim, é um segmento que merece atenção dos empresários dessa área.





Tenha uma comunicação eficiente

Um fator indispensável em uma relação de confiança é o diálogo. Saber se comunicar com quem utiliza seu serviço é essencial para manter os bons resultados do negócio. As pessoas que deixam o carro com você querem receber informações frequentes sobre o andamento do processo.

Nem sempre a linguagem técnica sobre o problema mecânico vai atender as expectativas do seu cliente. Independente de ser homem ou mulher, falar de uma maneira clara e transparente é fundamental para seu cliente sentir segurança do que será feito no veículo.

Crie um padrão de atendimento assim que o carro chegar à oficina mecânica, por exemplo. É possível fazer um check up do veículo e informar ao cliente o que será vistoriado.

Permita que o seu cliente tenha acesso ao mecânico responsável ou ainda veja o que está acontecendo com o carro, o defeito que apresenta ou peça que será trocada.

Tenha um orçamento padronizado para enviar ao seu cliente. Em tempos de tecnologia, você pode enviar por e-mail ou WhatsApp e, indiretamente, já vai criando sua base de contatos para se comunicar com eles.

Fazer ligações ou enviar mensagens para atualizar o cliente é uma

forma de se aproximar dele e fortalecer a relação de confiança. Além de fornecer informações, procure saber como ele está avaliando o seu serviço e pedir sugestões para melhorar o atendimento.

Essa estratégia também vale para quando o veículo do cliente não está sob sua responsabilidade. Que tal ter um controle do calendário das manutenções e entrar em contato com os consumidores que não aparecem há algum tempo? Enviar uma mensagem ou fazer uma breve ligação é muito útil para fortalecer os laços.

Estas medidas simples transmitem segurança e mostram que sua oficina mecânica é profissional no que faz.



Ofereça atendimento de excelência

Já falamos sobre isso, mas não custa reforçar. Para que o cliente saia satisfeito e se lembre da sua oficina na próxima necessidade, ele precisa ser bem atendido, concorda? A qualidade é um fator indispensável na fidelização. Se as pessoas não sentirem segurança nas peças utilizadas, nos funcionários que as atenderam e nos serviços realizados, dificilmente elas continuarão optando pela empresa. Logo, a excelência no atendimento influencia muito no relacionamento com clientes.

Alguns pontos são centrais para o trabalho em oficinas mecânicas, como o prazo de entrega. Ser capaz de trabalhar com eficiência e rapidez sem dúvida agrega valor ao negócio. Entretanto, é preciso ter muito cuidado para não fazer promessas que você não consegue cumprir. A transparência é indispensável — do contrário, a estratégia pode atrapalhar em vez de ajudar.

Outra dica interessante para atender com mais qualidade é padronizar os serviços. Ter um checklist para todos os carros que entram, por exemplo, oferece mais segurança para os proprietários. Registrar as informações dos veículos também é uma facilidade. Dessa forma, você pode fazer um atendimento personalizado quando o cliente surgir com uma nova demanda.



Treine e motive sua equipe

Ter funcionários capacitados é mais um ponto que afeta diretamente a satisfação dos clientes. E isso não vale apenas para a equipe de mecânicos; envolve desde a recepção até os responsáveis pelos atendimentos online ou por telefone. Cada um precisa estar treinado para realizar bem suas funções.

Ao refletir sobre esse aspecto, não foque apenas nas habilidades técnicas; procure estimular na equipe, também, as compe-

tências emocionais. Você se lembra de que já falamos aqui sobre a importância de acolher o cliente e fornecer todas as informações necessárias? Isso exige dos funcionários habilidades como paciência e empatia.

Além disso, é essencial que eles consigam manter a calma mesmo em situações de pressão. Afinal, ninguém deseja que isso aconteça, mas algumas vezes é preciso mediar conflitos com consumidores que estão frustrados ou irritados. É preciso lembrar que algumas pessoas reagem assim diante de problemas e que uma abordagem tranquila é a melhor opção.

É importante acompanhar de perto a atuação dos funcionários para identificar possíveis necessidades. Esteja disponível para escutar suas dificuldades e sugestões. A motivação é uma parte significativa do trabalho. Dessa forma, todos ajudam a aumentar a excelência do atendimento e a conquistar os clientes.

Mantenha sempre a equipe da oficina unida. Uma equipe unida trabalha melhor, facilita a gestão de pessoas da oficina mecânica e se comunica melhor. Por isso, aproximar os colaboradores é importante para motivar a equipe da sua oficina mecânica.

Um time integrado é sinônimo de trabalhos bem executados e a comunicação entre os membros de uma equipe é importante para que os processos saem conforme o esperado.

Além disso, ninguém gosta de trabalhar em um ambiente hostil. E se a equipe se dá bem, há menos conflitos e o ambiente de trabalho torna-se mais agradável.

Mas, fique atento! Não force as relações. Seu papel como gestor não é obrigar as pessoas a formarem laços. Em resumo: ninguém precisa ser o melhor amigo, mas ter diálogo e boa convivência são indispensáveis para promover a motivação.

Entretanto, uma boa dica para aproximar o time é promover alguns eventos com os colaboradores. Estimule a convivência em uma situação mais informal e ajude a melhorar o relacionamento entre as pessoas. Além disso, desperte nos colaboradores o desejo de criar grupos de interesse e atividades apenas da equipe.

É importante também dar atenção individual aos funcionários. Quando os colaboradores se sentem valorizados, eles se dedicam mais. Por isso, dê atenção individual a eles. Não os trate como números. Seus colaboradores são pessoas que precisam estar bem consigo e com o ambiente de trabalho para render mais.

Veja se nenhum funcionário sente falta de atenção ou de reconhecimento. Os elogios são bem-vindos, sobretudo quando o rendimento é acima da média.

Invista em estrutura

Quem busca um bom relacionamento com clientes para melhorar os resultados da empresa deve considerar investimentos em tecnologia e estrutura. Esses são fatores de grande relevância no mercado atual. O ramo de oficinas mecânicas passou por diversos avanços tecnológicos nos últimos anos, o que facilita a atuação dos profissionais e aumenta a eficiência dos serviços.

Assim, adquirir equipamentos modernos é uma das necessidades desse período. É preciso que as empresas se atualizem e consigam entregar melhores resultados em menos tempo. Mas lembre-se de que muitas dessas ferramentas requerem treinamentos básicos. Fazendo isso, você evita problemas e prejuízos.

Além do material, você deve pensar também na estrutura dos espaços. Delimitar os ambientes de forma organizada, por exemplo, gera mais conforto e satisfação para o consumidor. Ter uma recepção acolhedora e uma boa sala de espera são cuidados interessantes. A oficina deixou de ser um local escuro e bagunçado.

A photograph of two men in a workshop, likely mechanics, leaning over a car engine. One man is wearing a blue plaid shirt and the other is wearing a blue jacket and glasses. They are both looking intently at the engine. The background is slightly blurred, showing a typical workshop environment.

Trabalhe com diferenciais competitivos

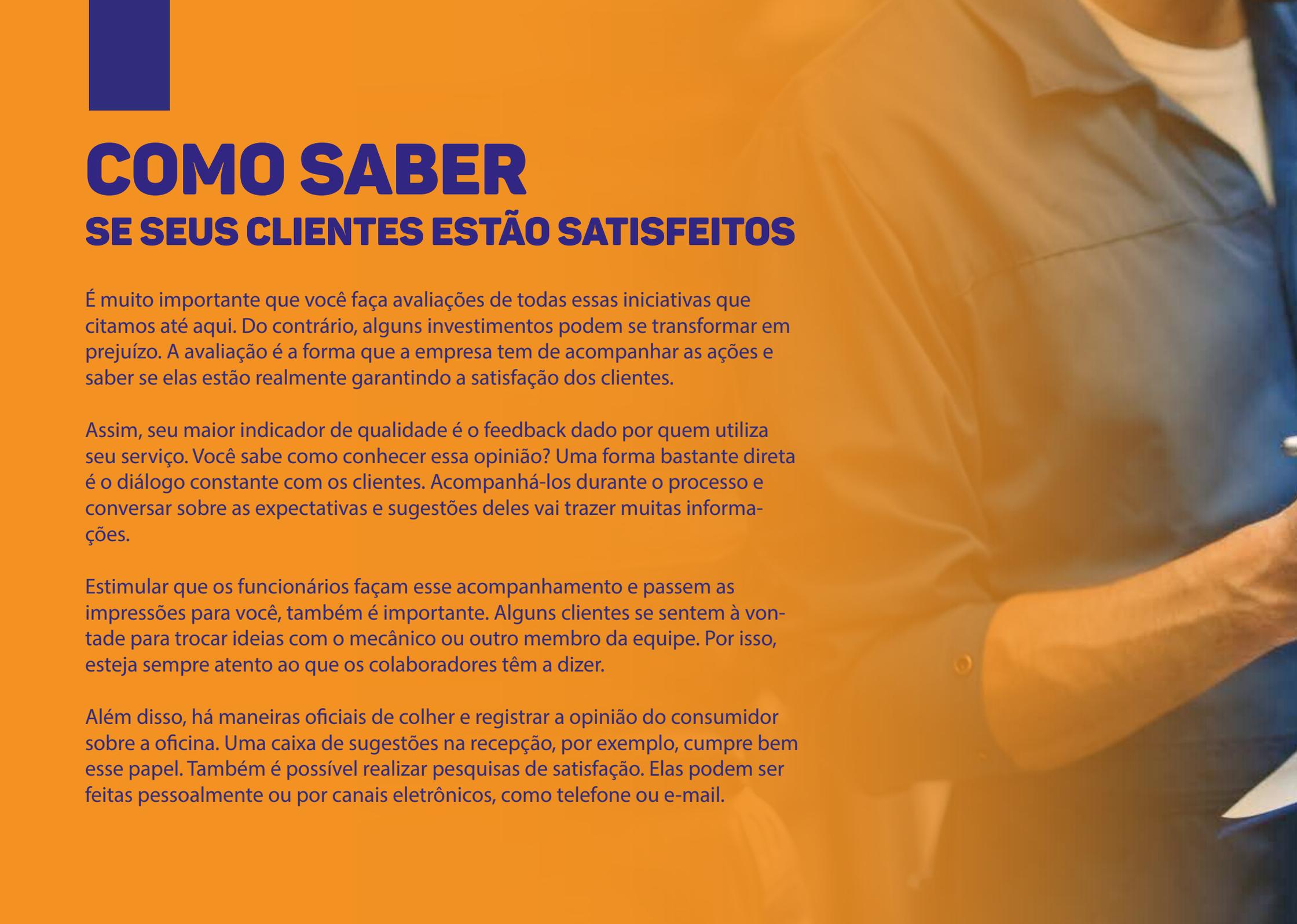
Agradar ao cliente é sempre uma boa estratégia, não é mesmo? Você conhece alguém que não gosta de receber um brinde ou aproveitar uma promoção? Provavelmente essa pessoa não existe. Por isso, uma das técnicas mais utilizadas na fidelização de consumidores é o oferecimento de presentes ou facilidades.

Algumas empresas montam verdadeiros programas de fidelidade. Geralmente, existem descontos para quem indica a oficina para um conhecido ou para quem realiza um número determinado de serviços (a cada duas manutenções há desconto na terceira, por exemplo).

Outro diferencial interessante é a parceria com serviços que você não oferece. Dar um voucher para lavagem e aspiração do carro ou conseguir desconto no aluguel de veículos são exemplos de ações que podem interessar a muitos clientes. Essa também é uma forma de trocar marketing positivo com empresas parceiras.

Fazer campanhas promocionais que relacionem produtos também é bastante válido. Dessa maneira, você agrada ao cliente e ainda aumenta a venda de serviços que estejam com baixa procura. Deixar uma margem para negociação do preço, oferecendo descontos, é outra estratégia para mostrar atenção ao cliente e conquistá-lo.

Outra dica interessante é confeccionar brindes. Ao distribuir acessórios personalizados, você alegra os consumidores e ainda faz com que a sua marca continue sendo lembrada por eles. Dê preferência para entregar objetos úteis e de grande utilização, como chaveiros, lixeiras de carro, flanelas ou canetas.



COMO SABER SE SEUS CLIENTES ESTÃO SATISFEITOS

É muito importante que você faça avaliações de todas essas iniciativas que citamos até aqui. Do contrário, alguns investimentos podem se transformar em prejuízo. A avaliação é a forma que a empresa tem de acompanhar as ações e saber se elas estão realmente garantindo a satisfação dos clientes.

Assim, seu maior indicador de qualidade é o feedback dado por quem utiliza seu serviço. Você sabe como conhecer essa opinião? Uma forma bastante direta é o diálogo constante com os clientes. Acompanhá-los durante o processo e conversar sobre as expectativas e sugestões deles vai trazer muitas informações.

Estimular que os funcionários façam esse acompanhamento e passem as impressões para você, também é importante. Alguns clientes se sentem à vontade para trocar ideias com o mecânico ou outro membro da equipe. Por isso, esteja sempre atento ao que os colaboradores têm a dizer.

Além disso, há maneiras oficiais de colher e registrar a opinião do consumidor sobre a oficina. Uma caixa de sugestões na recepção, por exemplo, cumpre bem esse papel. Também é possível realizar pesquisas de satisfação. Elas podem ser feitas pessoalmente ou por canais eletrônicos, como telefone ou e-mail.



Para realizar essas pesquisas, a primeira etapa é definir o que será questionado. É possível fazer um questionário geral de satisfação ou perguntar especificamente sobre alguma ação, como um programa de fidelidade recém-implantado.

Tenha a certeza de escrever as perguntas com clareza e oferecer opções suficientes para a resposta — se preferir, deixe as perguntas abertas para que o cliente responda livremente. Entretanto, é preciso ter atenção nesse ponto, pois se a pesquisa envolver muitos consumidores, vai ficar difícil analisar as respostas. Nesse caso, é melhor fazer questionários fechados.

Ao fazer uma pesquisa de satisfação na oficina mecânica, é muito importante ter cuidado com a quantidade de questões. Questionários muito pequenos podem não colher todas as informações necessárias, enquanto os que são muito grandes geram cansaço e desmotivação em quem responde. Logo, o ideal é procurar um equilíbrio entre esses dois extremos.

Quando for preciso incluir muitos itens, a resposta em escala é uma boa opção. Pergunte, por exemplo, que nota o cliente dá para pontos como atendimento, conforto dos espaços, qualidade do serviço, preço etc. Abaixo da pergunta, você coloca números para que ele marque — pode ser de 0 a 5 ou de 0 a 10.

Tão importante quanto a realização da pesquisa é a análise dos resultados. O esforço para conhecer a opinião dos consumidores só dá frutos quando você utiliza essas informações para melhorar sua relação com eles. Por meio do questionário de satisfação, é possível avaliar seu atendimento e identificar os pontos que precisam melhorar.



Neste e-book, trouxemos um conteúdo completo sobre a importância de uma estratégia de fidelização como diferencial para expansão da sua marca. Você entendeu que a fidelização é fundamental para sua empresa e aprendeu formas de garantir essa vantagem competitiva. Além disso, agora você também sabe como medir a satisfação dos clientes na oficina. Aproveite essas dicas e potencialize suas conquistas!

