

GUIA DE IMPLEMENTAÇÃO

QUALIDADE DE SERVIÇO PARA PEQUENO COMÉRCIO



ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE NORMAS
TÉCNICAS

ABNT NBR 15842:2010

FICHA CATALOGRÁFICA

Documento elaborado no âmbito do Convênio ABNT/SEBRAE, destinado às micro e pequenas empresas.

A849g

Associação Brasileira de Normas Técnicas

Guia de implementação: Qualidade de serviço para pequeno comércio [recurso eletrônico] / Associação Brasileira de Normas Técnicas, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. – Rio de Janeiro: ABNT; SEBRAE, 2012. 51 p.: il.color.

Modo de acesso:

<http://portalmpe.abnt.org.br/bibliotecadearquivos/>.

ISBN 978-85-07-03411-7.

1. Gestão da qualidade. 2. Normalização. 3. Comércio. I. Título.

II. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.

CDU: 006:005.6+339.3(083)

Copyright© 2012. Associação Brasileira de Normas Técnicas

Copyright© 2012. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

Conteudistas técnicos: Alexandre Eliasquevitch Garrido e Denise Port Nascimento

SEBRAE

Roberto Simões
Presidente do Conselho Deliberativo Nacional

Luiz Eduardo Pereira Barretto Filho
Diretor-Presidente do Sebrae Nacional

José Cláudio dos Santos
Diretor de Administração e Finanças do Sebrae Nacional

Carlos Alberto dos Santos
Diretor Técnico do Sebrae Nacional

Enio Duarte Pinto
Gerente da Unidade de Acesso à Inovação e Tecnologia

Gláucia Zoldan
Gerente Adjunta da Unidade de Acesso à Inovação e Tecnologia

EQUIPE TÉCNICA

Maria de Lourdes da Silva
Analista técnica
Gestora do Convênio ABNT/SEBRAE

Hulda Oliveira Giesbrecht
Analista Técnica
Gestora da ação de desenvolvimento dos Guias de Implantação de Normas

ABNT

Pedro Buzatto Costa
Presidente do Conselho Deliberativo

Walter Luiz Lapietra
Vice-Presidente do Conselho Deliberativo

Ricardo Rodrigues Fragoso
Diretor Geral

Carlos Santos Amorim Junior
Diretor de Relações Externas

Eugenio Guilherme Tolstoy De Simone
Diretor Técnico

Odilão Baptista Teixeira
Diretor Adjunto de Negócios

EQUIPE TÉCNICA

Janaína da Silva Mendonça
Gerente de Editoração e Acervo
Coordenação geral

Marcia Cristina de Oliveira
Gerente de Planejamento e Projetos
Apoio técnico

Anderson Correia Soares
Assistente Técnico da Gerência de Editoração e Acervo
Apoio técnico

SUMÁRIO

I. Introdução7

II. Objetivo8

III. Orientações Gerais9

IV. Qualidade10

V. Método de implementação12

1. SERVIÇOS13

 1.1 CORTESIA13

 1.2 CREDIBILIDADE16

 1.3 CAPACIDADE DE RESPOSTA.....18

 1.4 COMPREENSÃO DO CLIENTE.....20

 1.5 CONFIANÇA.....23

 1.6 COMUNICAÇÃO25

 1.7 SEGURANÇA.....30

 1.8 ACESSIBILIDADE32



GUIA DE IMPLEMENTAÇÃO

SUMÁRIO

GUIA DE IMPLEMENTAÇÃO

2. ELEMENTOS TANGÍVEIS.....	33
2.1 INSTALAÇÕES.....	33
2.2 EQUIPAMENTO E MOBILIÁRIO	39
2.3 EMBALAGENS	42
2.4 DOCUMENTOS DE COMPRA.....	43
2.5 PRODUTOS.....	45
3. PESSOAL.....	49
3.1 IMAGEM	49
3.2 COMPETÊNCIA PROFISSIONAL.....	51
4. MELHORIA	54
Referências.....	57



ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE NORMAS
TÉCNICAS

I. INTRODUÇÃO

O COMÉRCIO REÚNE HOJE 52% DO TOTAL DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (MPE). DOS 5,9 MILHÕES DOS MICRO E PEQUENOS NEGÓCIOS E EMPREENDEDORES INDIVIDUAIS EXISTENTES NO PAÍS, 3,1 MILHÕES ATUAM NO COMÉRCIO.

Com isso, a importância de estabelecer requisitos para qualidade no atendimento tornou-se mais evidente, o mercado está cada vez mais competitivo e é essencial para a sobrevivência do comércio que ele ofereça qualidade em seus serviços e atinja as expectativas do cliente.

A ABNT NBR 15842:2010, *Qualidade de serviço para pequeno comércio – Requisitos gerais*, auxilia empresas de vários pontos do País no atendimento aos clientes e na gestão de negócios. Publicada em 8 de junho de 2010, a norma, elaborada pela Comissão de Estudo Especial de Serviço em Pequeno Comércio (ABNT/CEE-79), tem como objetivo contribuir para o desenvolvimento de uma área de negócios de alta relevância para a economia nacional, tanto pelo número de estabelecimentos, como pelos empregos gerados e seu impacto para as cidades.

A Norma é uma ferramenta de gestão para estabelecimentos comerciais e apresenta requisitos específicos para a qualidade de serviço e para satisfazer as expectativas do cliente, como, por exemplo, cortesia, credibilidade, receptividade, compreensão do cliente, confiança, comunicação, segurança e acessibilidade; requisitos de elementos tangíveis, como instalações, equipamentos, mobiliário, materiais, serviços e produtos; e requisitos pessoais, como imagem e competência profissional.

A utilização da Norma ajuda a verificar a situação da empresa e a criar um padrão de qualidade no atendimento, orientando como avaliar e treinar os colaboradores do comércio, aplicando na prática um padrão de excelência.

Além da certificação proporcionada aos pequenos comércios, a ABNT NBR 15842:2010 visa a melhoria da imagem e dos serviços oferecidos aos clientes, profissionalização e aumento da competitividade no setor, que são fatores fundamentais para um mercado que vem se desenvolvendo cada vez mais e onde o cliente busca pequenos comércios em que possa confiar e que atendam às suas expectativas.

II. OBJETIVO

O GUIA TEM COMO OBJETIVO ORIENTAR OS PEQUENOS COMÉRCIOS NA IMPLEMENTAÇÃO DE AÇÕES COM ELEMENTOS BÁSICOS DE QUALIDADE, DE ACORDO COM A ABNT NBR 15842, DEVENDO, PORTANTO, SER UTILIZADO EM CONJUNTO COM A NORMA.

O Guia apresenta uma proposta de roteiro de implementação em linguagem acessível e ações para o atendimento aos requisitos apresentados na ABNT NBR 15842. Ressalta-se que os exemplos apresentados não são a única ou a melhor forma de atender aos requisitos definidos na Norma.

Os pequenos comércios devem utilizar este Guia como fonte de consulta, levando em consideração as características aplicáveis e adequadas para cada negócio, como produtos e serviços oferecidos, entre outros.

A ABNT NBR 15842:2010 foi desenvolvida seguindo uma metodologia Servqual (instrumento de mensuração da qualidade de serviços percebida pelo cliente) e critérios de gestão da qualidade da ABNT NBR ISO 9001:2008. A utilização deste Guia em conjunto com a Norma tem como objetivo:

- Melhorar a qualidade dos serviços prestados ao cliente;
- Obter a fidelização de clientes;
- Melhorar a gestão nos estabelecimentos comerciais;
- Melhorar a imagem dos estabelecimentos comerciais perante seus clientes;
- Aumentar a confiança de clientes e consumidores;
- Melhorar as competências profissionais;
- Profissionalizar a gestão dos estabelecimentos comerciais, potencializando o desenvolvimento dos recursos humanos;
- Proporcionar aos clientes uma garantia de percepção da qualidade dos serviços oferecidos;
- Diferenciar os estabelecimentos comerciais que adotem esta norma, por meio da qualidade do serviço, proporcionando mais competitividade no setor.
- Prover orientação para implantação da ABNT NBR 15842.

III. ORIENTAÇÕES GERAIS

O MÉTODO DE IMPLANTAÇÃO DA ABNT NBR 15842 APRESENTADO NESTE GUIA ESTÁ DIVIDIDO EM QUATRO CAPÍTULOS:

1. SERVIÇOS

Este capítulo trata de alguns pontos a serem trabalhados para a melhoria dos serviços prestados pelo estabelecimento, como cortesia, credibilidade, capacidade de resposta, compreensão do cliente, confiança, comunicação, segurança e acesso.

2. ELEMENTOS TANGÍVEIS

É a parte física que intervém na prestação de serviços, produtos que o consumidor tem acesso, que pode ver e tocar. Devem-se considerar as instalações, equipamento e mobiliário, embalagens, documento de compra e, claro, os produtos.

3. PESSOAL

Este capítulo inclui todos os aspectos relacionados aos colaboradores, isto é, vendedores, atendentes, caixas e todos aqueles que trabalham no estabelecimento comercial. Devem ser consideradas a imagem do comércio e a competência profissional frente aos clientes e consumidores.

4. MELHORIA

A melhoria contínua é uma atividade fundamental para manter a qualidade dos serviços no pequeno comércio. Neste capítulo são descritas ações para implementação de um plano de ação em melhoria contínua.

Os capítulos descritos acima são divididos em itens de acordo com aqueles apresentados na Norma. Para facilitar a utilização do Guia em conjunto com a norma, é possível visualizar o item referente à ABNT NBR 15842 no rodapé da página, ao final de cada item deste documento.

Para cada item da Norma, são apresentados neste Guia exemplos de ações, encontrados através do título “Como implementar?”, que podem ser utilizadas pelo pequeno comércio para facilitar a implantação da Norma e o atendimento aos requisitos estabelecidos.

IV. QUALIDADE

O TERMO QUALIDADE PODE SER DEFINIDO DE MANEIRAS BEM DISTINTAS:

- A definição normativa da ISO é: “Qualidade é o grau no qual um conjunto de características inerentes satisfaz requisitos”.
- A *American Society for Quality* (Sociedade Americana para a Qualidade – ASQ), apresenta o seguinte conceito: “Qualidade – Um termo subjetivo, para o qual cada pessoa, ou setor, tem a sua própria definição. Em sua utilização técnica, a qualidade pode ter dois significados:
 - 1 – As características de um produto ou serviço que dão suporte (ou sustentação), à sua habilidade em satisfazer requisitos especificados ou necessidades implícitas; e
 - 2 – Um produto ou serviço livre de deficiências”.
- A definição de Ralph Barra está mais relacionada ao setor de pequenos comércios: “Dar ao cliente o que ele quer, seja um serviço ou um produto, adequado ao seu uso e feito de tal maneira que todas as tarefas sejam realizadas corretamente desde o início”.

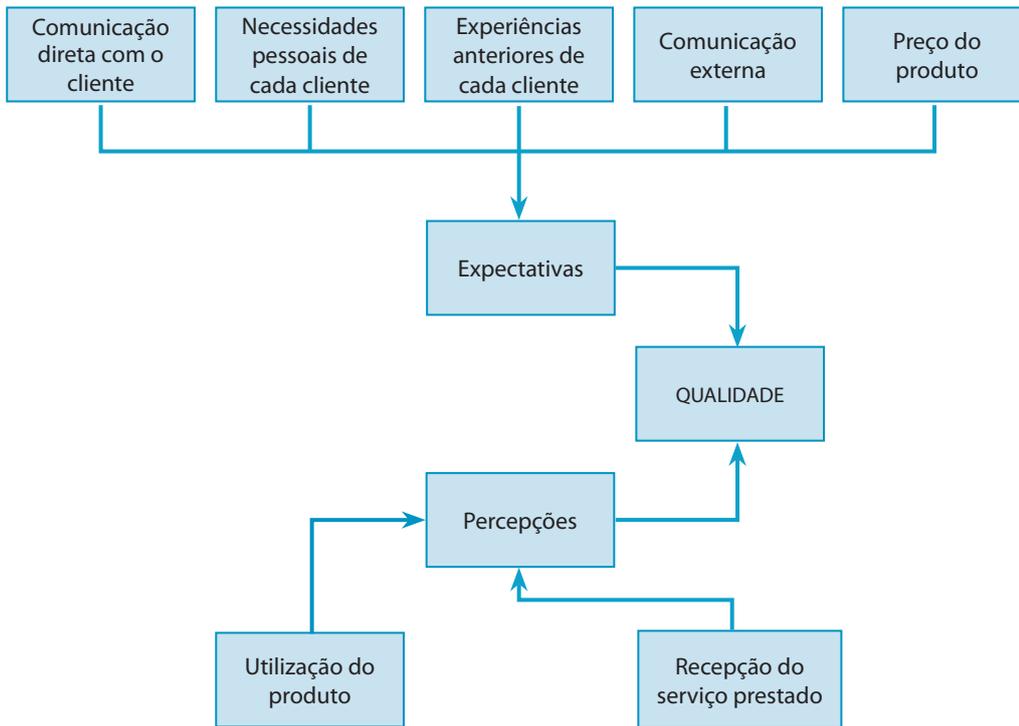
Sem dúvidas, a qualidade está relacionada diretamente à satisfação do cliente.

Quando se trata da qualidade de produtos, isto é, as características dos produtos em si, em caso de defeitos a empresa pode criar procedimentos para verificação e troca, mas quando se fala em qualidade de serviços, é muito mais complexo definir pelas seguintes razões:

- os serviços não são elementos físicos, portanto não é possível verificar a sua qualidade antes de prestá-los;
- um cliente é diferente do outro, assim como os critérios utilizados para avaliar os serviços de uma empresa;
- os especialistas neste assunto afirmam que as expectativas e as percepções dos clientes determinam a qualidade dos serviços.

O quadro a seguir demonstra os fatores que influenciam nas expectativas e percepções dos seus clientes

FATORES QUE INFLUENCIAM NAS EXPECTATIVAS E PERCEPÇÕES DOS CLIENTES



Considere que, quanto maior a expectativa dos seus clientes, maior suas exigências, então se exige do empreendedor maior qualidade nos seus serviços e produtos. Por exemplo: quando visitamos um hotel 5 estrelas, temos maiores expectativas do que se visitássemos um hotel de 2 estrelas. Sendo assim, seria possível que encontrássemos um problema no hotel 5 estrelas que não seria um problema no 2 estrelas.

Os pequenos comércios podem utilizar este Guia em conjunto com a ABNT NBR 15842 como ferramenta para implementar ações voltadas para, na medida do possível, superar as expectativas dos clientes.

V. MÉTODO DE IMPLEMENTAÇÃO

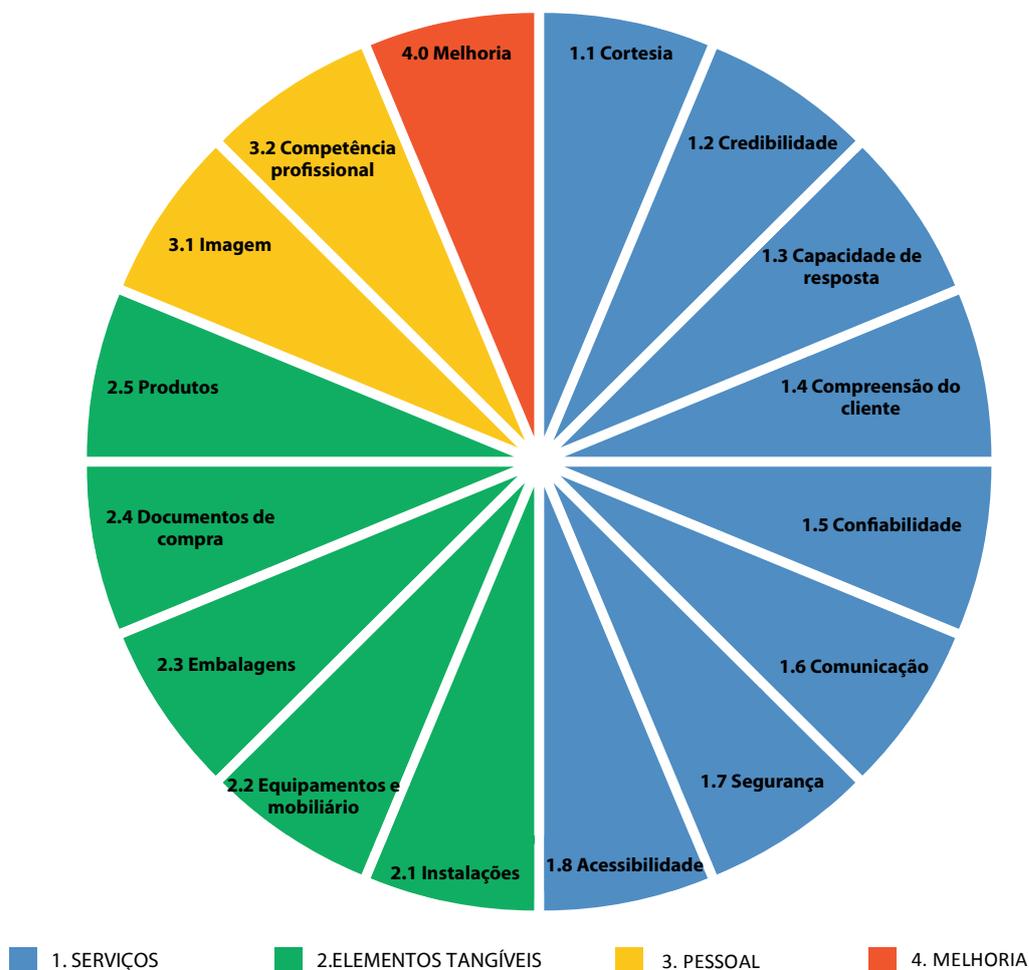
Como mencionado no item III, Orientações gerais, este Guia é dividido em quatro capítulos:

1. SERVIÇOS
2. ELEMENTOS TANGÍVEIS
3. PESSOAL
4. MELHORIA

As ações de implementação para cada item pertencentes aos capítulos descritos acima podem ser facilmente encontradas sob o título “Como implementar?”.

Para facilitar a visualização dos itens a serem abordados para a melhoria da qualidade dos serviços prestados no pequeno comércio, a figura a seguir representa a divisão dos itens da Norma, dentro do seu respectivo capítulo, na sequência a ser apresentada neste Guia.

QUALIDADE NO PEQUENO COMÉRCIO



É recomendado que a implementação seja realizada no seu estabelecimento, com as orientações propostas e acompanhamento dos requisitos apresentados na ABNT NBR 15842.

No final de cada capítulo é citado o item referente da norma no rodapé da página.

1. SERVIÇOS

A qualidade dos serviços é o principal argumento dentro de um pequeno comércio, e os clientes a consideram uma prática comum, buscando pela satisfação de suas expectativas, e se não a encontram, não retornam àquele estabelecimento.

Portanto, o pequeno comércio deve estar atento para que não haja falhas no atendimento e para que o cliente não tenha dúvidas sobre voltar ou não a comprar no seu estabelecimento.

Os autores e especialistas em qualidade de serviços estabeleceram alguns critérios que os clientes utilizam para julgar a qualidade de serviço, conforme a seguir.

1.1 CORTESIA

POR QUE É IMPORTANTE?

Imagine-se entrando para comprar em um pequeno comércio. Você cumprimenta, mas não ouve resposta; você pede informação, mas o atendente está de má vontade.

Agora imagine se, ao entrar em uma loja, o atendente agitado se aproxima e faz perguntas sem parar sobre o que você deseja e insiste para que você leve os produtos.

Essas duas situações não são favoráveis para a imagem do seu comércio ou para a venda de seus produtos.

Cortesia é um dos fatores mais importantes para a qualidade de serviços. Para que um cliente compre um produto, ele tem que confiar no estabelecimento e na pessoa com quem está em contato.

Para conquistar essa confiança é necessário que a pessoa demonstre ao cliente consideração, respeito e amabilidade.

A falta da cortesia é imperdoável por muitos clientes, mas o exagero ou excesso de cortesia no tratamento do cliente também pode gerar desconforto.

PARA REFLETIR

1. Você sabe dizer como o cliente é recebido em sua loja?
2. Seu estabelecimento possui uma forma específica de atendimento?
3. Seus colaboradores sabem como agir com o cliente nas mais diversas situações, como, por exemplo, nos casos de reclamações ou insatisfações?
4. São realizadas reuniões periódicas com a sua equipe para discutir a respeito do atendimento no seu estabelecimento?

1. SERVIÇOS

- 1.1 CORTESIA ✓
- 1.2 CREDIBILIDADE
- 1.3 CAPACIDADE DE RESPOSTA
- 1.4 COMPREENSÃO DO CLIENTE
- 1.5 CONFIANÇA
- 1.6 COMUNICAÇÃO
- 1.7 SEGURANÇA
- 1.8 ACESSIBILIDADE

2. ELEMENTOS TANGÍVEIS

- 2.1 INSTALAÇÕES
- 2.2 EQUIPAMENTO E MOBILIÁRIO
- 2.3 EMBALAGENS
- 2.4 DOCUMENTOS DE COMPRA
- 2.5 PRODUTOS

3. PESSOAL

- 3.1 IMAGEM
- 3.2 COMPETÊNCIA PROFISSIONAL

4. MELHORIA

COMO IMPLEMENTAR?

A. Defina padrões de comportamento para os seus colaboradores. Faça um documento interno estabelecendo expressões verbais para dirigir-se ao cliente em diferentes etapas do atendimento e para outras possíveis situações.



ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE NORMAS
TÉCNICAS

Veja o quadro a seguir:

EXPRESSÕES VERBAIS PARA DIFERENTES ETAPAS DO ATENDIMENTO

CHEGADA DO CLIENTE	<p>Bom dia! Posso ajudar?</p> <p>Bom dia! Se precisar de ajuda, estou à disposição.</p> <p>Bom dia! Fique à vontade e logo te atendo.</p> <p>Bom dia! Já conhece os nossos produtos?</p> <p>Bom dia! Está buscando algo em especial?</p>
PARA CLIENTES HABITUAIS	<p>Bom dia! (Tratar pelo primeiro nome; utilizar Sr. ou Sra.)</p> <p>Fique à vontade e se precisar é só chamar.</p>
PARA CONFIRMAR A COMPRA	<p>É para presente?</p> <p>Temos outras cores, vai ficar com essa mesmo?</p> <p>Podemos entregar, só precisamos dos seus dados.</p>
PARA CONFIRMAR O PAGAMENTO	<p>Dinheiro ou cartão?</p> <p>Acima de XX valor posso te dar um desconto.</p>
AGRADECER PELA COMPRA	<p>Obrigado e tenha um bom dia.</p> <p>Sua amiga vai gostar do presente. Bom dia.</p>
PARA ATENDER AO TELEFONE	<p>Nome da empresa. Boa tarde!</p>
PARA TRANSFERIR UMA CHAMADA	<p>Com quem eu falo, por favor?</p> <p>Pode aguardar? Estou passando a sua ligação.</p>

B. Conscientize seus colaboradores sobre a importância da cortesia durante o relacionamento com o cliente, utilizando argumentos como:

- A necessidade da cortesia para que o cliente fique satisfeito e retorne ao estabelecimento.
- Trate seu cliente de forma educada mesmo em caso de reclamações e troca de produtos, permitindo que ele retorne.
- Trate seu cliente de forma tranquila e amável para que ele se sinta à vontade no estabelecimento e possa comprar à vontade também.
- O excesso de cortesia pode soar falso e/ou fazer com que seu cliente se sinta afobado e prefira se dirigir a outro estabelecimento.

1. SERVIÇOS

- 1.1 CORTESIA ✓
- 1.2 CREDIBILIDADE
- 1.3 CAPACIDADE DE RESPOSTA
- 1.4 COMPREENSÃO DO CLIENTE
- 1.5 CONFIANÇA
- 1.6 COMUNICAÇÃO
- 1.7 SEGURANÇA
- 1.8 ACESSIBILIDADE

2. ELEMENTOS TANGÍVEIS

- 2.1 INSTALAÇÕES
- 2.2 EQUIPAMENTO E MOBILIÁRIO
- 2.3 EMBALAGENS
- 2.4 DOCUMENTOS DE COMPRA
- 2.5 PRODUTOS

3. PESSOAL

- 3.1 IMAGEM
- 3.2 COMPETÊNCIA PROFISSIONAL

4. MELHORIA



ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE NORMAS
TÉCNICAS

C. Formalize para seus colaboradores quais as atitudes corretas para se dirigir ao cliente:

- Cumprimentá-lo na recepção.
- Sorrir.
- Tratar todas as pessoas com respeito.
- Abrir a porta para o cliente.
- Agradecer a compra realizada.
- Dar prioridade ao cliente presente do que ao atendimento telefônico.
- Desculpar-se com o cliente para isentar-se ou atender o telefone.
- Manter-se calmo e solícito em situações conflitantes.
- Ser discreto em casos de solicitações de cartão de crédito que forem negadas e em comprovação da autenticidade de notas, evitando demonstrar qualquer tipo de desconfiança.

D. Prepare seus colaboradores para situações conflitantes, como, por exemplo, reclamações, acidentes, erros de serviço, entre outros.

E. O empreendedor e/ou gerente responsável pelo negócio tem que estar sempre atento ao comportamento dos seus colaboradores, para que possa identificar qualquer deficiência no atendimento e propor melhorias. Para isso, é importante deixar claro aos seus colaboradores, por meio de reuniões ou documentos, atitudes e comportamentos que não são aceitáveis pelo estabelecimento, como, por exemplo:

- Utilizar tons agressivos.
- Tratar clientes com desprezo.
- Entrar nos provadores sem antes pedir permissão.
- Demonstrar antipatia pelo cliente.
- Olhar demais para o cliente.
- Ficar de cara feia.
- Gritar para chamar alguém.
- Comer, beber ou fumar no horário de atendimento.
- Pré-julgar o cliente.
- Ficar apoiado em móveis durante o atendimento.

1. SERVIÇOS

- 1.1 CORTESIA ✓
- 1.2 CREDIBILIDADE
- 1.3 CAPACIDADE DE RESPOSTA
- 1.4 COMPREENSÃO DO CLIENTE
- 1.5 CONFIANÇA
- 1.6 COMUNICAÇÃO
- 1.7 SEGURANÇA
- 1.8 ACESSIBILIDADE

2. ELEMENTOS TANGÍVEIS

- 2.1 INSTALAÇÕES
- 2.2 EQUIPAMENTO E MOBILIÁRIO
- 2.3 EMBALAGENS
- 2.4 DOCUMENTOS DE COMPRA
- 2.5 PRODUTOS

3. PESSOAL

- 3.1 IMAGEM
- 3.2 COMPETÊNCIA PROFISSIONAL

4. MELHORIA



ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE NORMAS
TÉCNICAS

1. SERVIÇOS

- 1.1 CORTESIA
- 1.2 CREDIBILIDADE ✓
- 1.3 CAPACIDADE DE RESPOSTA
- 1.4 COMPREENSÃO DO CLIENTE
- 1.5 CONFIANÇA
- 1.6 COMUNICAÇÃO
- 1.7 SEGURANÇA
- 1.8 ACESSIBILIDADE

2. ELEMENTOS TANGÍVEIS

- 2.1 INSTALAÇÕES
- 2.2 EQUIPAMENTO E MOBILIÁRIO
- 2.3 EMBALAGENS
- 2.4 DOCUMENTOS DE COMPRA
- 2.5 PRODUTOS

3. PESSOAL

- 3.1 IMAGEM
- 3.2 COMPETÊNCIA PROFISSIONAL

4. MELHORIA



ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE NORMAS
TÉCNICAS

1.2 CREDIBILIDADE

POR QUE É IMPORTANTE?

Credibilidade é uma característica que pode ser divulgada, mas só é adquirida através da atuação da empresa em um longo período de tempo.

É necessário cuidar dos pequenos detalhes para reforçar a confiança do cliente, demonstrando sinceridade, honra e transparência através dos colaboradores e das ações da empresa.

PARA REFLETIR

1. Como seus produtos são divulgados?
2. Quem faz a revisão dos anúncios no seu estabelecimento?
3. As regras quanto a promoções, vendas e devolução estão claras e são entendidas pelos seus colaboradores?
4. O seu estabelecimento permite que o cliente verifique e avalie seus produtos?
5. Seu negócio responde às sugestões e reclamações dos clientes?
6. A empresa é filiada a alguma associação do setor?

COMO IMPLEMENTAR?

A. Defina os valores que deseja transmitir, por exemplo, demonstrando confiança através dos anúncios, propaganda e campanhas promocionais da sua empresa, isto é:

- Não faça propaganda enganosa ou de duplo sentido dos seus produtos e serviços.
- Priorize a satisfação do seu cliente.
- Seja claro nas informações transmitidas ao cliente.
- Revise sempre as informações a serem divulgadas, como, por exemplo, anúncios de rádio, jornal, revistas, informativos *online*, entre outros. Assim é possível identificar fotos, figuras, expressões etc. que possam conduzir a falsas expectativas, onde se perde a confiança do cliente.
- Transmita a seus colaboradores a importância da credibilidade e faça com que seja compreendida a forma de tratar o cliente com clareza e verdade nas informações e atendimento prestados.

B. Estabeleça regras relacionadas aos serviços da empresa e passe-as aos seus colaboradores para que sejam seguidas, de forma a garantir maior credibilidade, como, por exemplo:

- Se não ficar satisfeito com o produto, fazemos a devolução do seu dinheiro.
- Para compras superiores a R\$ 300,00, fazemos a entrega na sua casa.
- Garantimos 5% de desconto no valor do produto em casos de atraso na entrega.
- Somente serão admitidas devoluções que forem comunicadas dentro de um período de 15 dias após a data da compra.
- Não serão permitidas devoluções de artigos feitos sob medida.

Fique atento ao comportamento dos seus colaboradores em relação ao cumprimento das regras estabelecidas, para que seja possível corrigir qualquer desvio de conduta e garantir o cumprimento das informações prestadas ao cliente.

C. Permita e incentive que seus clientes examinem os produtos oferecidos antes da compra e no ato da entrega, mas estabeleça limites àqueles produtos que necessitem de mais cuidados. Veja alguns casos a seguir:

- Não é permitido provar roupas íntimas.
- É proibido abrir as embalagens dos perfumes expostos nas prateleiras, por favor, utilizem as amostras disponíveis para teste.

D. Aproveite situações “negativas” para conquistar a confiança do seu cliente:

- Assuma a responsabilidade por erros cometidos.
- Quando não for possível cumprir com um compromisso, dê satisfação e explicações ao seu cliente. Por exemplo, se a empresa sabe que vai haver atraso em uma entrega, é importante que entre em contato com o cliente para avisá-lo com a maior antecedência possível.
- Faça sempre uma checagem de informações referente ao cadastro de seus clientes e dados dos produtos solicitados.

E. Veja a seguir outras ações que podem ser seguidas pela sua empresa para conquistar maior credibilidade do seu cliente:

- Analise e responda as reclamações e/ou devoluções realizadas pelos seus clientes de forma adequada. É importante responder as reclamações realizadas também pela internet.
- Analise e cumpra toda a legislação referente aos serviços e produtos oferecidos pela sua empresa, como, por exemplo, disponibilizar o código de defesa do consumidor no estabelecimento.
- Filie-se às associações e/ou organizações que ofereçam apoio institucional.

1. SERVIÇOS

- 1.1 CORTESIA
- 1.2 CREDIBILIDADE ✓
- 1.3 CAPACIDADE DE RESPOSTA
- 1.4 COMPREENSÃO DO CLIENTE
- 1.5 CONFIANÇA
- 1.6 COMUNICAÇÃO
- 1.7 SEGURANÇA
- 1.8 ACESSIBILIDADE

2. ELEMENTOS TANGÍVEIS

- 2.1 INSTALAÇÕES
- 2.2 EQUIPAMENTO E MOBILIÁRIO
- 2.3 EMBALAGENS
- 2.4 DOCUMENTOS DE COMPRA
- 2.5 PRODUTOS

3. PESSOAL

- 3.1 IMAGEM
- 3.2 COMPETÊNCIA PROFISSIONAL

4. MELHORIA



ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE NORMAS
TÉCNICAS

1. SERVIÇOS

- 1.1 CORTESIA
- 1.2 CREDIBILIDADE
- 1.3 CAPACIDADE DE RESPOSTA ✓
- 1.4 COMPREENSÃO DO CLIENTE
- 1.5 CONFIANÇA
- 1.6 COMUNICAÇÃO
- 1.7 SEGURANÇA
- 1.8 ACESSIBILIDADE

2. ELEMENTOS TANGÍVEIS

- 2.1 INSTALAÇÕES
- 2.2 EQUIPAMENTO E MOBILIÁRIO
- 2.3 EMBALAGENS
- 2.4 DOCUMENTOS DE COMPRA
- 2.5 PRODUTOS

3. PESSOAL

- 3.1 IMAGEM
- 3.2 COMPETÊNCIA PROFISSIONAL

4. MELHORIA



ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE NORMAS
TÉCNICAS

1.3 CAPACIDADE DE RESPOSTA

POR QUE É IMPORTANTE?

Toda empresa tem que estar preparada para atender seus clientes da melhor maneira possível, isto inclui responder a perguntas sobre serviços, produtos, localização, dados do estabelecimento e outras informações pertinentes ao setor, além de estar preparada para atender ao cliente.

É importante também que a empresa esteja preparada para atender a eventuais problemas e pronta para agir diante de imprevistos.

Um pequeno comércio com capacidade de resposta oferece aos seus clientes os produtos e/ou informações que eles desejam, no momento, no lugar e da maneira que desejam, resolvendo problemas ou imprevistos com rapidez e eficácia.

PARA REFLETIR

1. Seu estabelecimento corre o risco de não ter determinado produto para oferecer ao cliente?
2. É possível identificar com antecedência quando existe maior demanda em determinado produto?
3. Existem ações determinadas para a prevenção de problemas ou orientação ao colaborador sobre como agir em caso de imprevistos?
4. Na ocorrência de problemas e/ou imprevistos, são identificadas as causas que levaram a esta situação?
5. São propostas melhorias para as causas identificadas?
6. Os clientes recebem retorno quanto às suas reclamações e são propostas melhorias para que esta situação não se repita?

COMO IMPLEMENTAR?

A. Para ter capacidade de resposta é necessário conhecer a empresa e seu funcionamento, portanto é fundamental que sejam feitos registros referente às informações pertinentes ao seu negócio:

- Analise suas vendas ao longo do ano e faça a comparação entre os três últimos anos, identificando a demanda de cada produto e os períodos que foram mais vendidos e menos vendidos, ficando assim possível identificar suas necessidades de compra.
- Existem sistemas eletrônicos com ferramentas que podem auxiliar nos registros e análises do seu negócio.
- Se a sua empresa não dispõe de meios eletrônicos, é possível realizar um registro manual para análise e controle que permita atender adequadamente às demandas de seus clientes.
- Garanta que, em épocas de alta temporada, sua empresa tenha produtos e colaboradores suficientes para atender aos seus clientes.

B. Verifique periodicamente os serviços prestados pelos seus colaboradores, fornecedores e subcontratados quanto a prazos, quantidades e qualidade.

C. Registre as informações referentes aos seus fornecedores e pedidos. Esta ação é fundamental para identificar possíveis incidentes e assim estar pronto para agir em situações de emergência, possibilitando capacidade de resposta aos seus clientes.

- Utilize uma planilha para registrar suas informações de pedidos.
- Faça uma lista de fornecedores e identifique aqueles capazes de atender aos pedidos emergenciais e que ofereçam promoções ou descontos em ocasiões especiais.

- Faça uma análise periódica da lista de fornecedores para identificar novos produtos, promoções, treinamentos, brindes e prazos.

D. Identifique possíveis situações para prevenir-se de incidentes e prepare seu estabelecimento e colaboradores para atender a estes casos, como veremos a seguir:

SITUAÇÃO	ATUAÇÃO
Não foi possível identificar as informações técnicas de um produto	<p>Tenha fichas analíticas, catálogo de produtos e outras fontes de informação que possam ser consultadas no estabelecimento.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Não se preocupe, vou verificar e lhe informo imediatamente. - Esta é uma informação bem técnica, vou perguntar ao fabricante e amanhã entro em contato.
Ocorreu uma falha de sistema	<p>Explique a existência da falha no sistema e tenha disponíveis recibos e notas manuais.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ocorreu uma falha no sistema, mas não se preocupe, pois emitirei uma nota manualmente.
Emergências graves: falta de energia, um vazamento ou solicitações de clientes, como, por exemplo, taxi para alcoolizados em casos de restaurantes e bares, ou mal-estar geral de um cliente que necessite socorro no local	<p>Tenha em local de fácil acesso uma lista com os telefones dos serviços de emergência locais, companhias de abastecimento e serviços voltados para o cliente.</p>
Chegada de um grupo de turistas	<ul style="list-style-type: none"> - Avise os turistas para que compreendam a situação do atendimento - Adie tarefas que não são necessárias para aquele momento - Seja rápido e ágil para organização do atendimento
Aglomerado próximo ao horário de fechamento	<ul style="list-style-type: none"> - Revise os horários de funcionamento - Disponibilize um sistema de atendimento telefônico ou de mensagem
Alta demanda de produto específico	<ul style="list-style-type: none"> - Utilize a lista de fornecedores já elaborada no item anterior

E. Analise as sugestões, reclamações e devoluções de seus clientes e implemente ações de melhoria para prevenir e evitar que esses ocorridos se repitam:

- Utilize uma planilha para registrar as sugestões, reclamações e devoluções, contendo data, produto, motivo da sugestão, reclamação ou devolução, cliente afetado e solução proposta.
- Use ferramentas informatizadas, quando disponíveis, para manter uma base de dados, a fim de utilizá-la para análise futura.

F. Veja a seguir outras ações que podem trazer capacidade de resposta para o seu negócio:

- Oriente seus colaboradores para que anotem todos os produtos solicitados pelo cliente que não estão disponíveis no seu estabelecimento. Verifique a demanda de seus produtos semanalmente para detectar mudanças de comportamento do consumidor.
- Mantenha suas informações financeiras atualizadas, para que seja possível realizar previsões rápidas e realistas.
- Verifique periodicamente a competência oferecida pelo seu estabelecimento referente à capacidade de resposta aos clientes.

1. SERVIÇOS

- 1.1 CORTESIA
- 1.2 CREDIBILIDADE
- 1.3 CAPACIDADE DE RESPOSTA ✓
- 1.4 COMPREENSÃO DO CLIENTE
- 1.5 CONFIANÇA
- 1.6 COMUNICAÇÃO
- 1.7 SEGURANÇA
- 1.8 ACESSIBILIDADE

2. ELEMENTOS TANGÍVEIS

- 2.1 INSTALAÇÕES
- 2.2 EQUIPAMENTO E MOBILIÁRIO
- 2.3 EMBALAGENS
- 2.4 DOCUMENTOS DE COMPRA
- 2.5 PRODUTOS

3. PESSOAL

- 3.1 IMAGEM
- 3.2 COMPETÊNCIA PROFISSIONAL

4. MELHORIA



ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS

1. SERVIÇOS

1.1 CORTESIA

1.2 CREDIBILIDADE

1.3 CAPACIDADE DE RESPOSTA

1.4 COMPREENSÃO DO CLIENTE ✓

1.5 CONFIANÇA

1.6 COMUNICAÇÃO

1.7 SEGURANÇA

1.8 ACESSIBILIDADE

2. ELEMENTOS TANGÍVEIS

2.1 INSTALAÇÕES

2.2 EQUIPAMENTO E MOBILIÁRIO

2.3 EMBALAGENS

2.4 DOCUMENTOS DE COMPRA

2.5 PRODUTOS

3. PESSOAL

3.1 IMAGEM

3.2 COMPETÊNCIA PROFISSIONAL

4. MELHORIA

ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE NORMAS
TÉCNICAS

1.4 COMPREENSÃO DO CLIENTE

POR QUE É IMPORTANTE?

Conhecer com exatidão as necessidades do cliente e entender qual a importância do produto que ele busca é fundamental para identificar as condições adequadas, para oferecer seus produtos e serviços e para realizar a venda de forma satisfatória para o estabelecimento e para o cliente.

PARA REFLETIR

1. Como o seu negócio identifica a necessidade dos seus consumidores?
2. O seu estabelecimento oferece serviços adicionais como complemento para uma venda?
3. O seus colaboradores sabem como negociar formas de pagamento e desconto para os clientes de maneira correta e de acordo com as possibilidades do estabelecimento?
4. Os seus colaboradores buscam ajudar o cliente de acordo com as suas características e necessidades?

COMO IMPLEMENTAR?

A. A compressão do cliente é a capacidade de identificar as características, expectativas e necessidades dos seus consumidores. Transmita aos seus colaboradores a importância de captar as necessidades dos clientes com precisão. Oriente-os sobre como colocar em prática o processo de compreensão do cliente:

- escutando atentamente;
- deixando-o falar sem interrupções;
- reformulando os argumentos dados ao cliente quando houver qualquer dúvida;
- memorizando os aspectos solicitados pelo cliente;
- ajudando a expor as necessidades do cliente, quando este for tímido, inseguro ou tiver dificuldades de expressão;
- confirmando se compreendeu a solicitação do cliente;
- levando em conta a expressão corporal do cliente.

B. Estabeleça uma série de serviços adicionais como complementos para a venda, de acordo com as necessidades dos seus clientes. Para isso é necessário estar atento às demandas. A seguir estão alguns serviços que são usualmente oferecidos em pequenos comércios:

- Vendas a crédito.
- Entrega em domicílio.
- Adicionais ao produto (embrulho para presente).
- Instalação de produtos em domicílio.
- Pedidos por telefone.
- Preços especiais para cliente fidelizados.
- Estacionamento.

- Lista de casamento.
- Venda de ingressos para shows.
- Armários para guardar pertences.

C. Veja a seguir outras ações importantes que podem ser utilizadas pelo seu negócio para entender melhor os seus clientes:

- Esteja atento aos comentários de seus clientes quanto ao horário de funcionamento do seu estabelecimento e analise os momentos de maior movimento para estabelecer seus horários, sempre de acordo com a legislação vigente.
- Descubra as necessidades de pagamento do seu cliente, tentando atendê-las na medida do possível.
- Determine as condições de financiamento dos seus produtos de acordo com a quantia, tipo de produto e de cliente. É importante que seus colaboradores tenham conhecimento dessas condições para poder utilizá-las. Uma opção é entrar em contato com uma entidade bancária para utilizar um acordo de financiamento para os clientes, simplificando assim os tramites de pagamento.
- Esteja sempre atento ao comportamento de seus colaboradores para advertir qualquer erro referente à compreensão do cliente. É importante que os colaboradores sejam comunicados de seus erros. Para isso, tenha uma conversa construtiva privada e explique os erros de seu comportamento, sempre propondo uma solução.

D. A tabela a seguir apresenta diferentes tipos de clientes com perfis específicos e é utilizada para melhoria do atendimento e da compressão dos clientes. Mesmo que as pessoas não se ajustem completamente a cada um destes perfis, esta tabela pode ajudar a conhecê-los melhor através de uma classificação clássica:

TIPO DE CLIENTE	CARACTERÍSTICAS TÍPICAS	COMO ATUAR
Dominante	<ul style="list-style-type: none"> - Gosta de discussões e de ter razão - Eterno descontente - Fala alto - Brusco, sarcástico e agressivo 	<ul style="list-style-type: none"> - Deixe-o falar - Escute com paciência - Mantenha a calma e o bom humor
Distraído	<ul style="list-style-type: none"> - É ausente - Perde facilmente a atenção - Parece não escutar 	<ul style="list-style-type: none"> - Tente chamar sua atenção - Seja rápido e ágil
Reservado	<ul style="list-style-type: none"> - Apenas responde a perguntas - É tímido e desconfiado - Não demonstra expressões 	<ul style="list-style-type: none"> - Seja amável - Demonstre interesse - Faça perguntas fechadas - Faça diferentes perguntas para confirmar suas necessidades
Falante	<ul style="list-style-type: none"> - Não para de falar - Fala de assuntos pessoais - Se dispersa na conversa 	<ul style="list-style-type: none"> - Escute com simpatia - Direcione a conversa para os produtos e serviços

1. SERVIÇOS

- 1.1 CORTESIA
- 1.2 CREDIBILIDADE
- 1.3 CAPACIDADE DE RESPOSTA
- 1.4 COMPREENSÃO DO CLIENTE ✓
- 1.5 CONFIANÇA
- 1.6 COMUNICAÇÃO
- 1.7 SEGURANÇA
- 1.8 ACESSIBILIDADE

2. ELEMENTOS TANGÍVEIS

- 2.1 INSTALAÇÕES
- 2.2 EQUIPAMENTO E MOBILIÁRIO
- 2.3 EMBALAGENS
- 2.4 DOCUMENTOS DE COMPRA
- 2.5 PRODUTOS

3. PESSOAL

- 3.1 IMAGEM
- 3.2 COMPETÊNCIA PROFISSIONAL

4. MELHORIA



ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS

TIPO DE CLIENTE	CARACTERÍSTICAS TÍPICAS	COMO ATUAR
Indeciso	<ul style="list-style-type: none"> - Incapaz de tomar uma decisão - Se interessa simultaneamente por vários produtos e/ou serviços - Pede a opinião do vendedor e/ou do acompanhante 	<ul style="list-style-type: none"> - Dê conselhos úteis - Descubra qual o seu interesse - Ofereça poucas opções para que ele escolha
Vaidoso	<ul style="list-style-type: none"> - Quer demonstrar suas competências - Contradiz o vendedor - Coloca em dúvida as informações dadas pelo vendedor 	<ul style="list-style-type: none"> - Acolha com interesse suas opiniões e ideias - Seja paciente - Escute-o
Instável	<ul style="list-style-type: none"> - Impaciente e agitado - Olha ao relógio com frequência 	<ul style="list-style-type: none"> - Ofereça poucos produtos - Seja rápido em suas explicações - Mostre-se decidido em seus gestos e palavras
Lento	<ul style="list-style-type: none"> - Quer tempo para pensar - É tranquilo em seus gestos e palavras 	<ul style="list-style-type: none"> - Trate-o com calma - Seja paciente - Repita seus argumentos quantas vezes forem necessárias
Desambientado	<ul style="list-style-type: none"> - O ambiente do estabelecimento não é familiar - Não conhece a cidade 	<ul style="list-style-type: none"> - Utilize termos conhecidos - Dê bastante informação - Crie um ambiente agradável - Demonstre confiança

E. Explique aos seus colaboradores o comportamento usual de clientes na hora de decidir a compra:

TIPO DE COMPRA	RISCO	CARACTERÍSTICAS
Estendida	Alto	<ul style="list-style-type: none"> - Produtos duradouros: móveis, eletrodomésticos, computadores etc. - Levam muito tempo para avaliar as opções
Limitada	Moderado	<ul style="list-style-type: none"> - Produtos temporários: roupa, calçados e utensílios pra casa - Levam pouco tempo para avaliar as opções
Rotineira	Baixo	<ul style="list-style-type: none"> - Produtos do cotidiano: alimentação, cosméticos etc.
Por impulso	Baixo	<ul style="list-style-type: none"> - Produtos não pensados - O vendedor influencia a compra

1. SERVIÇOS

- 1.1 CORTESIA
- 1.2 CREDIBILIDADE
- 1.3 CAPACIDADE DE RESPOSTA
- 1.4 COMPREENSÃO DO CLIENTE ✓
- 1.5 CONFIANÇA
- 1.6 COMUNICAÇÃO
- 1.7 SEGURANÇA
- 1.8 ACESSIBILIDADE
- 2. ELEMENTOS TANGÍVEIS
 - 2.1 INSTALAÇÕES
 - 2.2 EQUIPAMENTO E MOBILIÁRIO
 - 2.3 EMBALAGENS
 - 2.4 DOCUMENTOS DE COMPRA
 - 2.5 PRODUTOS
- 3. PESSOAL
 - 3.1 IMAGEM
 - 3.2 COMPETÊNCIA PROFISSIONAL
- 4. MELHORIA



ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE NORMAS
TÉCNICAS

1.5 CONFIANÇA

POR QUE É IMPORTANTE?

As vendas incluem pessoas e recursos materiais, portanto, é inevitável que ocorram erros humanos e técnicos, porém é necessário considerá-los para que não se repitam.

A capacidade de um serviço prestado nos pequenos comércios se manifesta pela capacidade de fazer as coisas bem feitas desde o primeiro momento e de reduzir ao mínimo o número de falhas.

PARA REFLETIR

1. São especificadas aos seus colaboradores ações que devem ser praticadas no momento da venda?
2. Os seus colaboradores têm tempo suficiente para deixar a loja organizada e pronta para o atendimento no horário correto de funcionamento?
3. Os seus colaboradores sabem como agir frente a reclamações e falhas detectadas pelo cliente?
4. Como você analisa seus fornecedores?

COMO IMPLEMENTAR?

A. Revise todos os anúncios e propagandas antes do lançamento ao público, para detectar possíveis erros na informação oferecida sobre os produtos, serviços e o próprio estabelecimento.

B. Veja algumas ações para conscientizar seus colaboradores da importância de ser metódico e cuidadoso, para que eles não cometam falhas no momento da venda, na loja e também em entregas.

- Mantenha o posto de trabalho organizado.
- Concentre-se na tarefa que está sendo realizada.
- Aprenda a consultar dúvidas dos produtos nas fichas técnicas e nos catálogos enviados pelos fabricantes.
- Aprenda a utilizar diferentes equipamentos (balanças, computadores etc.).
- Padronize as práticas funcionais.
- Confirme as informações sobre produtos e serviços dadas aos clientes.
- Anote e confirme todos os dados necessários do cliente.
- Revise os produtos antes de fazer qualquer entrega.
- Revise as faturas, notas e recibos antes de entregá-los ao cliente.
- Conte o dinheiro recebido e o troco na frente do cliente.
- Pergunte à Direção qualquer dúvida que tenha.

C. O estabelecimento precisa estar pronto e preparado pelos colaboradores antes da sua abertura. A seguir estão algumas ações que o seu negócio pode utilizar:

- Ligar e conferir o funcionamento das instalações e equipamentos.
- Organizar e conferir o estoque.

1. SERVIÇOS

- 1.1 CORTESIA
- 1.2 CREDIBILIDADE
- 1.3 CAPACIDADE DE RESPOSTA
- 1.4 COMPREENSÃO DO CLIENTE
- 1.5 CONFIANÇA ✓
- 1.6 COMUNICAÇÃO
- 1.7 SEGURANÇA
- 1.8 ACESSIBILIDADE

2. ELEMENTOS TANGÍVEIS

- 2.1 INSTALAÇÕES
- 2.2 EQUIPAMENTO E MOBILIÁRIO
- 2.3 EMBALAGENS
- 2.4 DOCUMENTOS DE COMPRA
- 2.5 PRODUTOS

3. PESSOAL

- 3.1 IMAGEM
- 3.2 COMPETÊNCIA PROFISSIONAL

4. MELHORIA



ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE NORMAS
TÉCNICAS

- Organizar os produtos na loja em seus respectivos lugares.
- Conferir a ordem de catálogos, publicações etc. sobre os produtos.
- Arrumar a vitrine e mostradores.
- Conferir moedas e notas na registradora.
- Conferir se os preços marcados nos produtos correspondem aos registrados no sistema e valores de fatura.
- Conferir se há de troco suficiente para a demanda prevista.

D. Explique aos seus colaboradores como agir diante de falhas detectadas pelo cliente, reclamações e devoluções:

- Evite conflito e propagação para outros clientes presentes na loja.
- Reconheça a falha e dê razão ao cliente, quando este estiver correto.
- Peça desculpas pelos transtornos causados.
- Explique a razão do problema, sem culpar alguém.
- Resolva o problema o mais rápido possível.

E. Estabeleça mecanismos para detectar erros humanos e técnicos produzidos pelas atividades de venda. Implemente ações para evitar que falhas se repitam e registre informações e acontecimentos para poder analisá-los e tomar providências

- Utilize uma planilha ou uma base de dados para registrar as falhas de colaboradores, fornecedores e subcontratados.
- Faça uma análise que permita a pontuação de serviços dos seus fornecedores e subcontratados.
- Colaboradores podem anotar os erros e as falhas mais comuns que perceberem em outros comércios. Com isso é possível realizar uma discussão e estabelecer uma forma mais adequada de prevenir-se desses acontecimentos.
- Realize uma análise de custo por período referente às falhas e erros cometidos no seu estabelecimento e apresente-a aos seus colaboradores para que revertam os clientes perdidos em vendas.

1. SERVIÇOS

- 1.1 CORTESIA
- 1.2 CREDIBILIDADE
- 1.3 CAPACIDADE DE RESPOSTA
- 1.4 COMPREENSÃO DO CLIENTE
- 1.5 CONFIANÇA ✓
- 1.6 COMUNICAÇÃO
- 1.7 SEGURANÇA
- 1.8 ACESSIBILIDADE

2. ELEMENTOS TANGÍVEIS

- 2.1 INSTALAÇÕES
- 2.2 EQUIPAMENTO E MOBILIÁRIO
- 2.3 EMBALAGENS
- 2.4 DOCUMENTOS DE COMPRA
- 2.5 PRODUTOS

3. PESSOAL

- 3.1 IMAGEM
- 3.2 COMPETÊNCIA PROFISSIONAL

4. MELHORIA



ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE NORMAS
TÉCNICAS

1.6 COMUNICAÇÃO

POR QUE É IMPORTANTE?

A comunicação é essencial para a apresentação de seus produtos, para os serviços e principalmente para a venda. A comunicação inclui aspectos relacionados às atividades de venda, produtos oferecidos, informações apresentadas ao cliente e o próprio estabelecimento comercial.

PARA REFLETIR

1. Onde está exposto o horário de funcionamento do seu estabelecimento?
2. Onde são colocados os informativos direcionados aos clientes?
3. Os clientes conseguem verificar os preços dos produtos expostos?
4. Seus colaboradores sabem apresentar os produtos aos clientes?
5. Existem procedimentos para identificar sugestões dos seus clientes?

COMO IMPLEMENTAR?

A. Exponha o horário de funcionamento do estabelecimento em local visível, inclusive do exterior da loja:

- Utilize diferentes formatos para cada temporada ou por ano, em um formato que possa atualizar os horários quando necessário.
- Coloque os horários de funcionamento na porta e/ou vitrine e em outros locais pertinentes, como *website* e anúncios.
- Utilize uma letra em tamanho suficiente para que se possa enxergar em destaque.
- Utilize o mesmo espaço para anunciar os feriados em que estarão em funcionamento.
- Tenha cuidado para que os raios de sol ou o tempo não deteriorem o material do horário de funcionamento exposto.
- Utilize um formato de acordo com a imagem do seu estabelecimento.

B. Exponha os compromissos do seu estabelecimento com o cliente (Veja o item 1.2 deste guia):

- Pode-se utilizar um único documento para listar todos os compromissos.
- Outra opção é utilizar diferentes placas informativas ou cartazes fixados nas partes adequadas aos compromissos e atividades em diversas áreas do estabelecimento.
- Utilize um tamanho de letra grande o suficiente para facilitar a visão e a leitura pelos clientes.
- Garanta que todos os informativos contenham a assinatura da diretoria.
- Não deixe que os informativos se acumulem e renove-os com frequência, de forma que os compromissos se mantenham.
- Exponha de forma visível aos seus clientes os limites dos espaços definidos para cada tipo de produto. Esses mesmos espaços podem ser utilizados para expor seus compromissos com os clientes.
- Independentemente do formato escolhido para os informativos, não permita que estes destoem do estilo da sua loja.

1. SERVIÇOS

- 1.1 CORTESIA
- 1.2 CREDIBILIDADE
- 1.3 CAPACIDADE DE RESPOSTA
- 1.4 COMPREENSÃO DO CLIENTE
- 1.5 CONFIANÇA
- 1.6 COMUNICAÇÃO ✓
- 1.7 SEGURANÇA
- 1.8 ACESSIBILIDADE

2. ELEMENTOS TANGÍVEIS

- 2.1 INSTALAÇÕES
- 2.2 EQUIPAMENTO E MOBILIÁRIO
- 2.3 EMBALAGENS
- 2.4 DOCUMENTOS DE COMPRA
- 2.5 PRODUTOS

3. PESSOAL

- 3.1 IMAGEM
- 3.2 COMPETÊNCIA PROFISSIONAL

4. MELHORIA



ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE NORMAS
TÉCNICAS

1. SERVIÇOS

1.1 CORTESIA

1.2 CREDIBILIDADE

1.3 CAPACIDADE DE RESPOSTA

1.4 COMPREENSÃO DO CLIENTE

1.5 CONFIANÇA

1.6 COMUNICAÇÃO ✓

1.7 SEGURANÇA

1.8 ACESSIBILIDADE

2. ELEMENTOS TANGÍVEIS

2.1 INSTALAÇÕES

2.2 EQUIPAMENTO E MOBILIÁRIO

2.3 EMBALAGENS

2.4 DOCUMENTOS DE COMPRA

2.5 PRODUTOS

3. PESSOAL

3.1 IMAGEM

3.2 COMPETÊNCIA PROFISSIONAL

4. MELHORIA

ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE NORMAS
TÉCNICAS

C. Sempre coloque preços nos produtos:

Na vitrine:

- Utilize etiquetas ou dispositivos de preço individuais para cada produto exposto, ou somente um dispositivo para grupos de produtos que tenham o mesmo preço.
- Utilize um tamanho de letra adequado para que os preços possam ser facilmente identificados. Verifique se os preços podem ser vistos facilmente pela vitrine ou no exterior da loja.
- Utilize diferentes formas e desenhos para os dispositivos de preços de acordo com as temporadas e promoções.

No interior do estabelecimento:

- Utilize etiquetas ou dispositivos de preços que sejam diferenciados daqueles que apresentam informações técnicas dos produtos.
- Verifique o material utilizado para fixar preços nos produtos, para não danificá-los.
- Coloque os preços no mesmo espaço/local em cada produto. Isto facilita a consulta de preços pelos clientes.
- Quando os preços forem colocados em dispositivos para um grupo de produtos, certifique-se de que estejam em um espaço delimitado, para que não ocorra confusão entre diferentes preços e produtos.

D. Explique aos seus colaboradores como apresentar seus produtos e serviços:

- Apresente as informações de forma breve e com precisão.
- Fale sempre utilizando termos positivos.
- Exponha argumentos ordenada e pausadamente.
- Relacione os aspectos favoráveis dos produtos em relação às necessidades apresentadas pelos clientes.
- Adapte-se à linguagem do cliente.
- Quando utilizar termos técnicos, verifique a compreensão do cliente.
- Limite a quantidade de informações a ser passada para o cliente de acordo com as suas necessidades.

E. Anote os dados dos clientes quando o produto é provado em domicílio:

- Utilize um caderno para anotar os dados do cliente ou alguma ferramenta tecnológica, como, por exemplo, uma planilha, base de dados etc.
- Anote no mínimo os seguintes dados: nome completo, endereço e telefone de contato.
- Inclua dados do produto adquirido, como marca, modelo, cor, data etc.

F. Apresente aos seus clientes os serviços adicionais que estão à sua disposição:

- Utilize informativos para anunciar serviços adicionais prestados pelo seu estabelecimento.
- Inclua serviços, produtos, custos (se houver), prazo e condições da prestação de serviço.
- Atualize os informativos sempre que houver alguma modificação.

G. Explique aos seus colaboradores como se portar diante uma reclamação ou devolução:

- Escute atentamente a reclamação do cliente.
- Faça as perguntas que forem necessárias para esclarecer o problema.
- Dê as explicações necessárias quando a reclamação ou a devolução não se justificar, e se o erro for do cliente ou de outras partes.
- Diga que toma a responsabilidade quando a reclamação e/ou devolução são fundamentadas.
- Explique as opções disponíveis para solucionar o problema.
- Escute a opinião do cliente a respeito das soluções apresentadas.
- Chegue a um acordo com o cliente para definir a solução a ser tomada. Procure dar sempre uma resposta satisfatória ao cliente, ainda que este não tenha razão, especialmente quando se tratar de um cliente importante para o seu estabelecimento.
- Explique com detalhes como o problema será solucionado.
- Explique o que deve ser feito para evitar que o problema volte a acontecer.

H. Treine seus colaboradores para reconhecer as sugestões dadas pelos clientes. Eles devem estar atentos às conversas e aprender a detectar expressões que indiquem sugestões, como, por exemplo:

- “Em outras lojas eu vi...”
- “A loja de tal pessoa faz assim...”
- “Seria melhor se fosse assim...”
- “Se fizessem assim...”
- “Preferia que...”

I. Adote as sugestões dos seus clientes:

- Tenha um espaço para que seus colaboradores possam fazer anotações de sugestões dos clientes.
- Tenha um espaço disponível para que os clientes possam deixar sugestões.
- Neste espaço de sugestões, tenha formulários e uma caneta para facilitar que os clientes sugiram e deem sua opinião sobre produtos e serviços. Convém que os formulários sejam anônimos.
- Analise as sugestões diariamente.
- Incentive seus clientes para que deixem sugestões e agradeça quando o fizerem. Veja um modelo de formulário que pode ser utilizado pelo seu negócio:

1. SERVIÇOS

- 1.1 CORTESIA
- 1.2 CREDIBILIDADE
- 1.3 CAPACIDADE DE RESPOSTA
- 1.4 COMPREENSÃO DO CLIENTE
- 1.5 CONFIANÇA
- 1.6 COMUNICAÇÃO ✓
- 1.7 SEGURANÇA
- 1.8 ACESSIBILIDADE

2. ELEMENTOS TANGÍVEIS

- 2.1 INSTALAÇÕES
- 2.2 EQUIPAMENTO E MOBILIÁRIO
- 2.3 EMBALAGENS
- 2.4 DOCUMENTOS DE COMPRA
- 2.5 PRODUTOS

3. PESSOAL

- 3.1 IMAGEM
- 3.2 COMPETÊNCIA PROFISSIONAL

4. MELHORIA



ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE NORMAS
TÉCNICAS

DATA: ____/____/____

NOME DO ESTABELECIMENTO

Nome (opcional): _____

E-mail (opcional): _____

Telefone (opcional): _____

SUGESTÕES

Agradecemos a sua visita em nossa loja. Nosso objetivo é conseguir que nossos clientes fiquem satisfeitos com nossos produtos e serviços. Para manter este objetivo, sua opinião é muito importante e ficamos gratos com os seus comentários.

1. SERVIÇOS

- 1.1 CORTESIA
- 1.2 CREDIBILIDADE
- 1.3 CAPACIDADE DE RESPOSTA
- 1.4 COMPREENSÃO DO CLIENTE
- 1.5 CONFIANÇA
- 1.6 COMUNICAÇÃO ✓
- 1.7 SEGURANÇA
- 1.8 ACESSIBILIDADE

2. ELEMENTOS TANGÍVEIS

- 2.1 INSTALAÇÕES
- 2.2 EQUIPAMENTO E MOBILIÁRIO
- 2.3 EMBALAGENS
- 2.4 DOCUMENTOS DE COMPRA
- 2.5 PRODUTOS

3. PESSOAL

- 3.1 IMAGEM
- 3.2 COMPETÊNCIA PROFISSIONAL

4. MELHORIA

ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE NORMAS
TÉCNICAS

J. Tenha um sistema para avaliação da satisfação do cliente:

- Esteja atento aos comentários de seus clientes habituais e descubra as razões pelas quais eles sempre voltam ao seu estabelecimento
- Pergunte aos clientes habituais que deixam de aparecer em sua loja por determinado período de tempo por que estiveram ausentes, para verificar se os motivos os levaram a algum concorrente. Faça isso com muita discrição.
- Elabore um formulário para avaliar a satisfação do cliente e deixe à disposição ou envie aos seus clientes pelo menos uma vez ao ano.
- O formulário deve ser:
 - ✓ Anônimo, para garantir a imparcialidade dos resultados.
 - ✓ Sucinto e direto, pois os clientes não dispõem de muito tempo e é importante que possam preencher o formulário no período em que aguardam para fazer o pagamento.
 - ✓ Fácil de preencher.
 - ✓ Utilize uma cor opaca de urna para garantir o anonimato.
 - ✓ Estabeleça algum tipo de sorteio, prêmio, vale desconto etc. para incentivar o preenchimento.
 - ✓ Explique a seus clientes a importância do preenchimento do formulário para melhoria dos seus serviços.

Veja um modelo:

SUA OPINIÃO É MUITO IMPORTANTE PARA MELHORIA DOS NOSSOS PRODUTOS E SERVIÇOS!

Avalie os seguintes aspectos sobre a nossa loja:
(Coloque um "X" na opção que indique o seu grau de satisfação)

ASPECTO						
Atitude de nossos colaboradores						
Competência dos nossos funcionários						
Resolução de queixas, reclamações e devoluções						
Nossas instalações						
Nossos equipamentos						
Nossos serviços						

COMENTÁRIOS:

- O uso deste tipo de formulário deve ser feito tomando-se alguns cuidados. Em primeiro lugar é preciso sempre analisar os resultados e usá-los para melhorar a qualidade dos serviços. Em segundo lugar, deve-se ter claro que o universo de clientes dispostos a preencher formulários deste tipo é sempre pequeno. Além disso, existe uma tendência de que somente clientes muito insatisfeitos e muito satisfeitos preencham a pesquisa. Assim, tende-se obter uma medida dos extremos em termos de opinião. Desta forma os resultados encontrados na pesquisa devem ser avaliados com cuidado.
- Outra maneira de medir a satisfação dos clientes, a qual pode ser realizada em conjunto com a pesquisa descrita anteriormente, é perguntar ao cliente durante ou após o fechamento da venda se ele ficou satisfeito com o serviço ou ainda se ele tem algo a sugerir em termos de melhoria aos serviços prestados pelo seu estabelecimento.

Lembre-se de responder e considerar as reclamações, sugestões e comentários dos clientes junto às pesquisas e de manter um registro para análise periódica.

L. Veja outras ideias que podem ser utilizadas pelo seu estabelecimento:

- Esteja sempre atento ao comportamento de seus colaboradores para advertir qualquer erro referente à compreensão do cliente. É importante que os colaboradores sejam comunicados de seus erros. Para isso, tenha uma conversa construtiva e privada para explicar os erros de seu comportamento, sempre propondo uma solução.
- Utilize etiquetas ou dispositivos de preços e documentos com a imagem corporativa do seu estabelecimento.
- Elabore um meio para informar ao cliente sobre a utilização básica de seus produtos:
 - ✓ Símbolos para o tratamento da roupa.
 - ✓ Símbolos para o uso de aparatos eletrônicos.
 - ✓ Sugestões para cozinhar a carne.
 - ✓ Sugestões de limpeza e conservação das joias.

1. SERVIÇOS

- 1.1 CORTESIA
- 1.2 CREDIBILIDADE
- 1.3 CAPACIDADE DE RESPOSTA
- 1.4 COMPREENSÃO DO CLIENTE
- 1.5 CONFIANÇA
- 1.6 COMUNICAÇÃO ✓
- 1.7 SEGURANÇA
- 1.8 ACESSIBILIDADE

2. ELEMENTOS TANGÍVEIS

- 2.1 INSTALAÇÕES
- 2.2 EQUIPAMENTO E MOBILIÁRIO
- 2.3 EMBALAGENS
- 2.4 DOCUMENTOS DE COMPRA
- 2.5 PRODUTOS

3. PESSOAL

- 3.1 IMAGEM
- 3.2 COMPETÊNCIA PROFISSIONAL

4. MELHORIA



ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE NORMAS
TÉCNICAS

1. SERVIÇOS

- 1.1 CORTESIA
- 1.2 CREDIBILIDADE
- 1.3 CAPACIDADE DE RESPOSTA
- 1.4 COMPREENSÃO DO CLIENTE
- 1.5 CONFIANÇA
- 1.6 COMUNICAÇÃO
- 1.7 SEGURANÇA ✓
- 1.8 ACESSIBILIDADE

2. ELEMENTOS TANGÍVEIS

- 2.1 INSTALAÇÕES
- 2.2 EQUIPAMENTO E MOBILIÁRIO
- 2.3 EMBALAGENS
- 2.4 DOCUMENTOS DE COMPRA
- 2.5 PRODUTOS

3. PESSOAL

- 3.1 IMAGEM
- 3.2 COMPETÊNCIA PROFISSIONAL

4. MELHORIA



ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE NORMAS
TÉCNICAS

1.7 SEGURANÇA

POR QUE É IMPORTANTE?

“A segurança é como a saúde: só nos damos conta de que a temos quando a perdemos.”

A segurança é um atributo de qualidade necessário para a prestação de qualquer serviço. Podemos ir a uma loja e notar serviços de melhor ou pior qualidade, mas não é de se esperar que nos aconteça algum dano físico pelas instalações do estabelecimento, que nos roubem nem que utilizem nosso cartão de crédito de forma fraudulenta. Contamos com a segurança em todos os sentidos: na integridade física e sobre os nossos bens.

PARA REFLETIR

1. Seus colaboradores sabem identificar os riscos para seus clientes e para o espaço de trabalho?
2. Como é estabelecido um responsável na empresa para os casos de emergência?
3. Como é feita a prevenção de riscos no seu comércio?
4. É permitido que clientes entrem com sacolas e mochilas na sua loja?
5. É possível identificar o colaborador que recebeu o pagamento para cada venda específica?

COMO IMPLEMENTAR?

A. Identifique os possíveis riscos tanto para os clientes como para seus colaboradores e estabeleça medidas para prevenir os riscos identificados. Veja a seguir alguns riscos detectados em pequenos comércios:

- Queda de pessoas por piso desnivelado.
- Queda de pessoas em piso escorregadio.
- Choque contra objetos ou móveis.
- Queda de pessoas ao pisar sobre ou tropeçar em objetos.
- Sobrecarga de peso.
- Cortes ou contusões por objetos ou instalações.
- Descarga elétrica por contatos diretos ou indiretos.
- Incêndio.
- Situações de estresse.

B. Abaixo estão algumas medidas de prevenção que podem ser utilizadas pelo seu negócio:

- Ordem e limpeza
 - ✓ Mantenha os caminhos e as saídas livres de obstáculos.
 - ✓ Limpe imediatamente qualquer líquido derramado que possa causar acidentes.
 - ✓ Após a limpeza do piso, verifique se não existe qualquer risco de escorregamento para clientes e colaboradores.
 - ✓ Mantenha o ambiente limpo e organizado e lembre-se que cada coisa tem o seu lugar correto.
 - ✓ Guarde, empilhe e/ou posicione produtos de maneira que seja impossível que caiam.
 - ✓ Sinalize qualquer risco possível do estabelecimento para alertar clientes e colaboradores e prevenir que qualquer acidente aconteça.

• Incêndios

- ✓ Estabeleça um plano de emergência para casos de incêndio.
- ✓ Em caso de incêndio, não grite, não corra, mantenha a calma e tenha atitude em suas ações.
- ✓ Em caso de incêndio de grande proporção, não tente contê-lo sozinho.
- ✓ Avise a todos os clientes e colaboradores e, se houver necessidade, utilize o alarme.
- ✓ Evacue o estabelecimento, siga os sinais de saída de emergência e feche as portas que deixarem para trás.
- ✓ Não utilize elevadores.
- ✓ Se a fumaça impossibilitar a respiração, abandone o espaço engatinhando até a saída.
- ✓ Se o incêndio for de pequenas proporções, utilize o extintor de incêndio, mirando o jato do extintor para a base das chamas.
- ✓ Se pegar fogo nas roupas, a pessoa deve deitar no chão e rolar para apagar o fogo.
- ✓ É vital saber o que fazer a cada momento. Apresente essas informações no seu plano de emergência.
- ✓ É fundamental que sempre haja uma pessoa responsável por emergências no estabelecimento.

C. Permita, sempre que possível, que seus clientes entrem no seu estabelecimento com todos os seus pertences, especialmente produtos de grande valor, os quais os clientes não gostam de se desprender.

- Em casos de estabelecimentos que não permitam que os clientes levem seus pertences para o interior, tenha um sistema seguro para guardar os objetos, identificando-os com números e evitando que fiquem à vista de outros clientes, para evitar risco de furto. Veja algumas ideias:
 - ✓ Se o estabelecimento não é grande e não tem um fluxo de clientes muito grande, guarde você mesmo os pertences em um local que não seja visível, comunicando ao restante dos colaboradores para que não existam riscos de confusão entre os pertences entregues à sua responsabilidade.
 - ✓ Se houver muitos clientes ao mesmo tempo, que habitualmente carregam pertences com os quais não podem entrar no estabelecimento, guarde os produtos em local adequado e fora da visão de todos. Entregue uma ficha identificativa ao cliente com a mesma identificação fixada no pertence.

D. Veja a seguir outras ações que podem ser utilizadas pelo seu estabelecimento:

- Realize os pagamentos rapidamente e não armazene cartões de crédito, evitando que passem pelas mãos de mais de um colaborador.
- Sempre que houver pagamento com cartão de crédito solicite a identidade para conferência de dados. Se clientes se sentirem constrangidos pela solicitação, explique as razões e circunstâncias pelas quais esta medida é tomada. Lembre-se de que esta medida não é necessária para clientes habituais.
- Corrija o mais rápido possível qualquer incidência que possa causar perigo à segurança física de pessoas em seu estabelecimento.
- Em caso de acidentes graves, analise as causas e imediatamente tome ações para evitar que se repitam. Aprenda com seus erros, e saiba que erros de segurança podem custar muito caro.
- Contrate um seguro de responsabilidade civil que cubra seu estabelecimento de possíveis catástrofes.

1. SERVIÇOS

- 1.1 CORTESIA
- 1.2 CREDIBILIDADE
- 1.3 CAPACIDADE DE RESPOSTA
- 1.4 COMPREENSÃO DO CLIENTE
- 1.5 CONFIANÇA
- 1.6 COMUNICAÇÃO
- 1.7 SEGURANÇA ✓
- 1.8 ACESSIBILIDADE

2. ELEMENTOS TANGÍVEIS

- 2.1 INSTALAÇÕES
- 2.2 EQUIPAMENTO E MOBILIÁRIO
- 2.3 EMBALAGENS
- 2.4 DOCUMENTOS DE COMPRA
- 2.5 PRODUTOS

3. PESSOAL

- 3.1 IMAGEM
- 3.2 COMPETÊNCIA PROFISSIONAL

4. MELHORIA



ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE NORMAS
TÉCNICAS

1. SERVIÇOS

1.1 CORTESIA

1.2 CREDIBILIDADE

1.3 CAPACIDADE DE RESPOSTA

1.4 COMPREENSÃO DO CLIENTE

1.5 CONFIANÇA

1.6 COMUNICAÇÃO

1.7 SEGURANÇA

1.8 ACESSIBILIDADE ✓

2. ELEMENTOS TANGÍVEIS

2.1 INSTALAÇÕES

2.2 EQUIPAMENTO E MOBILIÁRIO

2.3 EMBALAGENS

2.4 DOCUMENTOS DE COMPRA

2.5 PRODUTOS

3. PESSOAL

3.1 IMAGEM

3.2 COMPETÊNCIA PROFISSIONAL

4. MELHORIA



ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE NORMAS
TÉCNICAS

1.8 ACESSIBILIDADE

POR QUE É IMPORTANTE?

A acessibilidade é essencial para proporcionar acesso ao:

- estabelecimento nos horários mais convenientes para os clientes;
- produtos oferecidos pela loja;
- colaboradores do negócio.

PARA REFLETIR

1. É verificada a facilidade de acesso pelo cliente aos produtos da sua loja?
2. Existem barreiras que impeçam os clientes de circular livremente pelo estabelecimento?
3. É feita uma avaliação no seu negócio em relação à visibilidade dos produtos, na vitrine, em prateleiras, mostruários etc.?

COMO IMPLEMENTAR?

A. Garanta que seus colaboradores deem assistência aos clientes à medida que necessitem e que digam que estão à disposição para qualquer necessidade.

B. Estabeleça horários adequados à tipologia do estabelecimento e aos hábitos de compra dos seus clientes. Veja algumas sugestões:

- Identifique o público-alvo: pessoas para as quais você abriu sua loja. Em função dos produtos comercializados, haverá um público com determinado perfil, como idade, sexo, poder aquisitivo etc.
- Conheça os hábitos de compra dos seus clientes: dias que realizam compras, horários habituais, quantidade de compras, produtos de maior consumo etc.

C. Esteja atento para que o mobiliário não se torne uma barreira no acesso aos produtos e na locomoção dos clientes:

- Sempre que a natureza dos produtos permitir, evite a existência de mostruários ou barreiras que impeçam que os clientes se aproximem dos produtos para avaliá-los.
- Tenha móveis bem localizados e/ou com rodas, para que a movimentação seja facilitada, assim haverá mais comodidade no ambiente, possibilidade de alterar o ambiente quando necessário e adaptação às necessidades do comércio.

D. Exponha os produtos no estabelecimento de forma que os clientes possam vê-los e avaliá-los, considerando a natureza do produto comercializado.

E. Os colaboradores devem mostrar-se satisfeitos ao atender os clientes. Quando houver aglomerações, eles devem demonstrar ao cliente, por meio de algum gesto, que logo irão atendê-lo e sugerir que fique à vontade para olhar os produtos.

2. ELEMENTOS TANGÍVEIS

As características e atributos dos elementos físicos, como fachada, rótulos, mostruários, entrada do estabelecimento, mobiliário, equipamentos, provadores, entre outros, que pertencem a um pequeno negócio, são avaliados conscientemente ou inconscientemente por todos os clientes, tanto reais como potenciais, sendo em muitos casos determinantes para que o consumidor decida entrar e comprar naquele comércio.

É necessário, portanto, que o cliente se sinta atraído pelo estabelecimento antes de entrar e que, uma vez dentro da loja, fique satisfeito. Com isso, podemos dizer que é essencial pensar e planejar na localidade do seu estabelecimento, na distribuição das salas e mobiliário, vitrines e mostruários, equipamentos, embalagens, produtos, informativos, limpeza e manutenção, entre outros.

2.1 INSTALAÇÕES

POR QUE É IMPORTANTE?

A vitrine é o primeiro contato da loja com o cliente, portanto é fundamental que seja atrativa. Quanto ao interior da loja, é importante preocupar-se em atender às expectativas dos seus clientes. Leve em consideração o espaço disponível, distribuição, climatização, luminosidade, estilo, decoração, limpeza e conservação das instalações do seu estabelecimento.

PARA REFLETIR

1. As instalações do seu estabelecimento são verificadas de acordo com as atividades necessárias para a comercialização de produtos e prestação de serviço do seu negócio?
2. Com que frequência é realizada a manutenção das suas instalações?
3. Quando é realizada a limpeza das suas instalações?
4. As áreas do seu estabelecimento são sinalizadas de acordo com as informações necessárias para o melhor atendimento ao cliente?
5. É definido um conceito para as instalações da sua loja de acordo com os seus produtos e perfil dos seus clientes?
6. É conhecida a legislação aplicável às suas instalações?

COMO IMPLEMENTAR?

A. Certifique-se de que possui as instalações suficientes e necessárias para realizar as atividades referentes à prestação de serviço oferecida pelo seu estabelecimento. Verifique se as instalações estão sempre sendo utilizadas de maneira correta:

- Verifique todos os espaços físicos do seu estabelecimento. Para cada espaço, descreva as atividades e as instalações
- Após a identificação das atividades e instalações necessárias para a sua realização, é possível arrumar os espaços de acordo com as necessidades do seu negócio, ajustando, adicionando ou retirando instalações, conforme as atividades listadas.

Veja o exemplo a seguir:

1. SERVIÇOS
 - 1.1 CORTESIA
 - 1.2 CREDIBILIDADE
 - 1.3 CAPACIDADE DE RESPOSTA
 - 1.4 COMPREENSÃO DO CLIENTE
 - 1.5 CONFIANÇA
 - 1.6 COMUNICAÇÃO
 - 1.7 SEGURANÇA
 - 1.8 ACESSIBILIDADE

2. ELEMENTOS TANGÍVEIS

- 2.1 INSTALAÇÕES ✓
- 2.2 EQUIPAMENTO E MOBILIÁRIO
- 2.3 EMBALAGENS
- 2.4 DOCUMENTOS DE COMPRA
- 2.5 PRODUTOS

3. PESSOAL
 - 3.1 IMAGEM
 - 3.2 COMPETÊNCIA PROFISSIONAL

4. MELHORIA



ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE NORMAS
TÉCNICAS

ATIVIDADE	INSTALAÇÃO/ELEMENTO	VERIFICAÇÃO
Climatizar a loja	Ar-condicionado	<input checked="" type="checkbox"/> SIM <input type="checkbox"/> NÃO
Visualizar o interior da loja do lado de fora	Vitrine	<input checked="" type="checkbox"/> SIM <input type="checkbox"/> NÃO
Acessar os produtos da loja sem obstáculos	Móveis	<input checked="" type="checkbox"/> SIM <input type="checkbox"/> NÃO
(preencher)	(preencher)	<input type="checkbox"/> SIM <input type="checkbox"/> NÃO
(preencher)	(preencher)	<input type="checkbox"/> SIM <input type="checkbox"/> NÃO
(preencher)	(preencher)	<input type="checkbox"/> SIM <input type="checkbox"/> NÃO

- Analise o tamanho, a distribuição e o grau de ocupação dos espaços quanto ao mobiliário, mostruários, equipamentos etc. Com isso, é possível fazer um croqui, descrevendo onde pode ser colocado cada elemento. Considere que os espaços livres devem ser de acesso aos produtos, para que os clientes possam circular sem obstáculos.
- Peça a um colaborador que atue como cliente e que aponte aspectos do estabelecimento que considera incômodos ou que podem ser melhorados.
- Escute seus clientes e colaboradores, afinal eles são os principais usuários das suas instalações.
- Visite outras lojas consideradas líderes no seu setor e analise as instalações, assim poderá obter ideias para o seu estabelecimento.

B. Estabeleça um calendário para as atividades de manutenção das suas instalações, para garantir o funcionamento correto e a segurança:

- Elabore um "Programa de manutenção das instalações". No programa considere:
 - ✓ revisão prévia das instalações;
 - ✓ trabalho de pessoas externas para manutenção;
 - ✓ mudanças de temporada;
 - ✓ conhecimento do programa por todos os seus colaboradores e como isto afeta seu trabalho.
- Verifique se a manutenção está sendo feita corretamente.

Veja um modelo de documento para verificação das atividades de revisão e manutenção das instalações:

1. SERVIÇOS

- 1.1 CORTESIA
- 1.2 CREDIBILIDADE
- 1.3 CAPACIDADE DE RESPOSTA
- 1.4 COMPREENSÃO DO CLIENTE
- 1.5 CONFIANÇA
- 1.6 COMUNICAÇÃO
- 1.7 SEGURANÇA
- 1.8 ACESSIBILIDADE

2. ELEMENTOS TANGÍVEIS

- 2.1 INSTALAÇÕES ✓
- 2.2 EQUIPAMENTO E MOBILIÁRIO
- 2.3 EMBALAGENS
- 2.4 DOCUMENTOS DE COMPRA
- 2.5 PRODUTOS

3. PESSOAL

- 3.1 IMAGEM
- 3.2 COMPETÊNCIA PROFISSIONAL

4. MELHORIA



ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE NORMAS
TÉCNICAS

PROGRAMA DE REVISÃO E MANUTENÇÃO DAS INSTALAÇÕES						
ELEMENTO	REVISÃO			MANUTENÇÃO		
	VERIFICAÇÃO	FREQUÊNCIA	RESP.	MODO	FREQ.	RESP.
Fachada	- Estado geral da pintura e cortinas	Diária				
Portas, fechaduras e cortinas	- Fechaduras e molduras - Pintura das portas - Detectar sinais de deterioração	Diária				
Encanamento de água, gás, calefação etc.	- Detectar vazamentos - Funcionamento das torneiras, lavabos e banheiros	Mensal				
Instalação elétrica	- Estado geral dos fusíveis, interruptores, soquetes e quadro de energia - Isolamento de cabos e conexão com os equipamentos	Mensal				
	- Lâmpadas e iluminação geral	Diária				
Piso	- Detectar deterioração	Diária				
Parede e teto	- Estado da pintura	Semestral				

C. Arrume de imediato qualquer defeito ou problema identificado nas instalações. Para isso é importante que seja feita uma lista com o contato dos técnicos e companhias responsáveis pelos equipamentos e sua manutenção, incluindo telefones de emergência:

- Tenha na lista ao menos o nome, telefone e serviço.
- Pode ser feito também um acordo com os fornecedores para estabelecer um contrato de manutenção e serviços profissionais, principalmente para equipamentos que precisem de manutenção técnica.

D. Mantenha suas instalações limpas e organize para que a limpeza seja realizada fora do horário de funcionamento da loja. Limpar quando o estabelecimento tem clientes para serem atendidos pode gerar incômodo. As limpezas podem ser feitas na primeira hora pela manhã ou antes do fechamento, em momentos quando o público é reduzido:

- Defina os responsáveis pela limpeza, em que espaços esta deve ser feita, como e com que frequência.
- Utilize produtos adequados para realizar a limpeza e evite produtos de forte odor.
- Verifique se a limpeza é realizada adequadamente.

- SERVIÇOS
 - CORTESIA
 - CREDIBILIDADE
 - CAPACIDADE DE RESPOSTA
 - COMPREENSÃO DO CLIENTE
 - CONFIANÇA
 - COMUNICAÇÃO
 - SEGURANÇA
 - ACESSIBILIDADE

2. ELEMENTOS TANGÍVEIS

- INSTALAÇÕES ✓
- EQUIPAMENTO E MOBILIÁRIO
- EMBALAGENS
- DOCUMENTOS DE COMPRA
- PRODUTOS

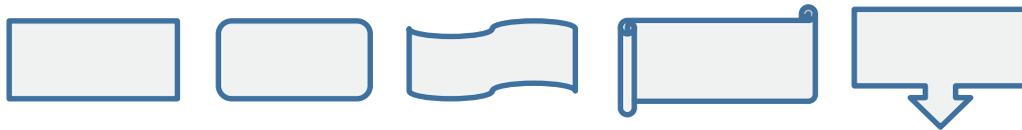
3. PESSOAL

- IMAGEM
- COMPETÊNCIA PROFISSIONAL

4. MELHORIA



E. Utilize informativos para sinalizar áreas distintas do seu estabelecimento e assim orientar a circulação dos clientes:



- Utilize diferentes formas e cores:

FUNDO	TEXTO
Preto	Branco/Amarelo
Amarelo	Preto/Vermelho/Azul
Vermelho	Branco/Azul
Branco	Preto/Vermelho/Azul

- Pense no contraste da letra com o fundo:
- Utilize traços grossos e definidos com textos curtos que sejam visíveis à distância.
- Use a imaginação nos seus desenhos.
- A localização dos seus informativos é importante. Considere espaços que não encubram produtos ou outros informativos, e os coloque de forma que o cliente tenha facilidade para visualizá-los, como, por exemplo, na altura dos olhos.
- Cuide da fixação dos informativos para garantir a segurança dos seus clientes.

F. A decoração da vitrine e mostruários é muito importante, pois é seu melhor vendedor. A vitrine:

- Apresenta a imagem do seu estabelecimento e os produtos oferecidos.
 - Transmite uma mensagem de forma contínua.
 - Atrai a atenção de passantes.
 - Desperta interesse pelo estabelecimento.
 - Cria o desejo de entrar e comprar.
- Portanto:
- Não deixe que a vitrine fique ultrapassada. É fundamental que seja renovada periodicamente e mantida limpa e bem iluminada.
 - Planeje a decoração com antecedência.
 - Considere acontecimentos sociais, datas históricas, religiosas etc. para formar a ideia principal do tema para decoração da vitrine.
 - Faça sempre uma decoração diferente da outra e esteja aberto a novas ideias.
 - Originalidade, equilíbrio e gosto estético são características fundamentais para uma boa vitrine.

1. SERVIÇOS

- 1.1 CORTESIA
- 1.2 CREDIBILIDADE
- 1.3 CAPACIDADE DE RESPOSTA
- 1.4 COMPREENSÃO DO CLIENTE
- 1.5 CONFIANÇA
- 1.6 COMUNICAÇÃO
- 1.7 SEGURANÇA
- 1.8 ACESSIBILIDADE

2. ELEMENTOS TANGÍVEIS

- 2.1 INSTALAÇÕES ✓
- 2.2 EQUIPAMENTO E MOBILIÁRIO
- 2.3 EMBALAGENS
- 2.4 DOCUMENTOS DE COMPRA
- 2.5 PRODUTOS

3. PESSOAL

- 3.1 IMAGEM
- 3.2 COMPETÊNCIA PROFISSIONAL

4. MELHORIA



ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE NORMAS
TÉCNICAS

G. Desenvolva vitrines e mostruários atrativos, interessantes e luminosos, que transmitam uma influência positiva às pessoas que os veem:

- Comece por definir um conceito, uma ideia do tipo de composição que deseja desenvolver.
- Utilize elementos complementares (mecanismos de movimento, elementos decorativos etc.).
- Elabore um rascunho para verificar a distribuição dos elementos na vitrine.
- Pense no equilíbrio de formas e tamanhos.
- Considere a combinação das cores, pois elas têm influência psicológica nas pessoas:

COR	SENSAÇÃO
Vermelha	Dinamismo
Amarela	Estímulo
Verde/Azul	Relaxamento
Violeta	Vivacidade
Branca	Reflexão
Cinza	Neutralidade

- Considere que a atenção maior do cliente se dirige para o meio da vitrine e para a zona próxima ao vidro.
- Evite carregar demais a decoração com o amontoamento de produtos.
- Brinque com o contraste do fundo da vitrine e dos produtos, com a fusão de luzes e sombras.
- Evite que a luzes atrapalhem as pessoas que a contemplam.
- Procure deixar que a decoração da vitrine permita a visualização no interior da loja.
- Tenha cuidado com produtos alimentícios.
- Cuide da iluminação da vitrine e evite lâmpadas incandescentes que gerem muito calor e que possam causar danos aos produtos.
- Verifique se o vidro da sua vitrine é adequado para proteger os produtos e evitar reflexos que possam causar danos ao estabelecimento.

H. Disponha de um sistema que proporcione um clima agradável no seu estabelecimento. Isto favorece a permanência dos clientes no interior da loja:

- Ar-condicionado.
- Isolamento das paredes.
- Calefação.
- Aquecedores elétricos.
- Ventilação.
- Toldos.

- SERVIÇOS
 - CORTESIA
 - CREDIBILIDADE
 - CAPACIDADE DE RESPOSTA
 - COMPREENSÃO DO CLIENTE
 - CONFIANÇA
 - COMUNICAÇÃO
 - SEGURANÇA
 - ACESSIBILIDADE

2. ELEMENTOS TANGÍVEIS

- INSTALAÇÕES ✓
- EQUIPAMENTO E MOBILIÁRIO
- EMBALAGENS
- DOCUMENTOS DE COMPRA
- PRODUTOS

- PESSOAL
 - IMAGEM
 - COMPETÊNCIA PROFISSIONAL

4. MELHORIA



1. SERVIÇOS

- 1.1 CORTESIA
- 1.2 CREDIBILIDADE
- 1.3 CAPACIDADE DE RESPOSTA
- 1.4 COMPREENSÃO DO CLIENTE
- 1.5 CONFIANÇA
- 1.6 COMUNICAÇÃO
- 1.7 SEGURANÇA
- 1.8 ACESSIBILIDADE

2. ELEMENTOS TANGÍVEIS

- 2.1 INSTALAÇÕES ✓
- 2.2 EQUIPAMENTO E MOBILIÁRIO
- 2.3 EMBALAGENS
- 2.4 DOCUMENTOS DE COMPRA
- 2.5 PRODUTOS

3. PESSOAL

- 3.1 IMAGEM
- 3.2 COMPETÊNCIA PROFISSIONAL

4. MELHORIA



ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE NORMAS
TÉCNICAS

I. Considere a distribuição interna dos produtos na loja, para que seja criada uma sensação de amplitude e espaço:

- Evite armazenar e empilhar produtos na loja que possam se tornar um obstáculo para o alcance de outros produtos.
- Proporcione comodidade aos clientes na loja.
- Defina um estilo que torne o ambiente mais confortável e estético, agregado à funcionalidade e rentabilidade.
- Decore o interior do estabelecimento, atendendo ao estilo definido, aos produtos e serviços oferecidos e aos clientes para os quais se dirige (gostos, preferências, nível aquisitivo etc.).
- Leve em conta os seguintes aspectos:

ASPECTO	SENSAÇÃO TRANSMITIDA
Visibilidade	Tudo que está ao alcance do cliente, que não é ocultado
Amplitude	Comodidade, para que o cliente sinta-se como se estivesse em sua própria casa
Luz	Transparência e clareza
Cor	Veja o quadro de cor e sensação na página 37

J. Para lojas de roupa, disponha de provadores:

- Confortáveis e amplos, para que os clientes não sejam obrigados a sair do provador.
- Com portas em vez de cortinas, para que os clientes possam trancá-las.
- Bem iluminados.
- Bem equipados (cabides, tapete, espelho etc.).

K. A seguir estão outras ações a serem seguidas pelo seu estabelecimento:

- Esteja em dia com a legislação aplicável quanto às instalações.
- Adapte as instalações do seu estabelecimento para cumprir a legislação aplicável. Leve em conta que muitas vezes existem subsídios ou financiamentos específicos para realizar mudanças exigidas pela legislação.
- A localização do negócio é um fator crítico de sucesso. Portanto, se você prevê a mudança na localização do seu estabelecimento, busque um local próximo aos seus potenciais clientes.
- Mantenha as portas do seu estabelecimento abertas, se for possível, de acordo com as condições meteorológicas e sistemas de climatização da loja.
- É importante manter o acesso à loja livre de obstáculos, para permitir uma entrada cômoda aos seus clientes.
- Elimine barreiras arquitetônicas que possam estar presentes tanto na entrada como no interior da loja, para que pessoas com deficiência possam ter também acesso aos produtos. Evite escadas.
- Considere o entorno da loja, como praças, calçadas, árvores, entre outros. Conte com a sua associação para enviar iniciativas.
- Promova um concurso de vitrinismo ou de interior comercial junto à sua associação.

2.2 EQUIPAMENTO E MOBILIÁRIO

POR QUE É IMPORTANTE?

Contar com os equipamentos necessários é em muitos casos a garantia de qualidade e segurança dos produtos, além de oferecer um serviço mais ágil e eficaz para garantir a satisfação dos seus clientes.

O mobiliário é fundamental para a imagem do seu comércio e determina o nível de comodidade proporcionado ao cliente.

PARA REFLETIR

1. Quais são os equipamentos da sua loja que necessitam de limpeza e manutenção diária?
2. Existem equipamentos que necessitam de manutenção técnica especializada?
3. O mobiliário do seu estabelecimento está de acordo com o estilo da loja e do cliente-alvo?

COMO IMPLEMENTAR?

A. Certifique-se de que possui todos os equipamentos necessários para desenvolver adequadamente suas atividades. Para isso pode ser utilizada uma tabela de atividades e equipamentos, identificando quais são os equipamentos necessários para cada atividade:

ATIVIDADES	EQUIPAMENTOS

- Alguns dos equipamentos mais comuns nos pequenos comércios são:
 - ✓ computadores,
 - ✓ máquina registradora,
 - ✓ equipamentos de limpeza,
 - ✓ câmaras frigoríferas,
 - ✓ telefone,
 - ✓ veículos,
 - ✓ equipamentos de climatização,
 - ✓ equipamentos de música,
 - ✓ leitores de código de barras,
 - ✓ equipamentos para manipulação de alimentos (balanças, máquinas para cortar carne etc.).
- Para garantir que os equipamentos estejam em perfeito estado de conservação e funcionalidade, estabeleça regras de limpeza e manutenção, tanto se forem realizados por pessoal externo como por subcontratados, ou ambos.
- Para os equipamentos que necessitem ações de limpeza e manutenção, defina quem irá fazê-lo e com que frequência. Definir os responsáveis é importante para que se saiba a quem recorrer em caso de incidências.

1. SERVIÇOS
 - 1.1 CORTESIA
 - 1.2 CREDIBILIDADE
 - 1.3 CAPACIDADE DE RESPOSTA
 - 1.4 COMPREENSÃO DO CLIENTE
 - 1.5 CONFIANÇA
 - 1.6 COMUNICAÇÃO
 - 1.7 SEGURANÇA
 - 1.8 ACESSIBILIDADE

2. ELEMENTOS TANGÍVEIS

- 2.1 INSTALAÇÕES
- 2.2 EQUIPAMENTO E MOBILIÁRIO ✓
- 2.3 EMBALAGENS
- 2.4 DOCUMENTOS DE COMPRA
- 2.5 PRODUTOS

3. PESSOAL
 - 3.1 IMAGEM
 - 3.2 COMPETÊNCIA PROFISSIONAL

4. MELHORIA



1. SERVIÇOS

- 1.1 CORTESIA
- 1.2 CREDIBILIDADE
- 1.3 CAPACIDADE DE RESPOSTA
- 1.4 COMPREENSÃO DO CLIENTE
- 1.5 CONFIANÇA
- 1.6 COMUNICAÇÃO
- 1.7 SEGURANÇA
- 1.8 ACESSIBILIDADE

2. ELEMENTOS TANGÍVEIS

- 2.1 INSTALAÇÕES
- 2.2 EQUIPAMENTO E MOBILIÁRIO ✓
- 2.3 EMBALAGENS
- 2.4 DOCUMENTOS DE COMPRA
- 2.5 PRODUTOS

3. PESSOAL

- 3.1 IMAGEM
- 3.2 COMPETÊNCIA PROFISSIONAL

4. MELHORIA



ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE NORMAS
TÉCNICAS

- Quando o comércio alcança determinado tamanho, os serviços de limpeza e manutenção podem ser subcontratados. Pode ser útil que o plano de limpeza e manutenção seja documentado e entregue a um responsável para verificação das atividades realizadas.

Veja um exemplo de formato que pode ser utilizado pelo seu negócio:

EQUIPAMENTO	RESPONSÁVEL (INTERNO OU CONTRATADO)	ATIVIDADES (LIMPEZA E MANUTENÇÃO)	FREQUÊNCIA
Máquina registradora	Responsável pela loja	- Limpeza externa e interna com pano úmido	Diária
	Responsável técnico	- Manutenção: revisão técnica	Mensal

Esta tabela pode ser utilizada em conjunto para todos os elementos tangíveis do estabelecimento, como, por exemplo, para as instalações, equipamentos e elementos do mobiliário, utilizando o mesmo formato e os mesmos campos da tabela exemplificada acima.

- Certifique-se de que seja mantido um grau de limpeza, conservação e funcionalidade dos equipamentos. Para isto é necessário que sejam definidos os responsáveis para verificação.

B. Corrija imediatamente qualquer incidência na limpeza, conservação ou funcionalidade identificada nos equipamentos. Estabeleça medidas que evitem repetições de incidências:

- Faça uma lista com o contato da equipe técnica necessária para manutenção e limpeza. Inclua os telefones de emergência e mantenha em lugar de fácil acesso e localização, para quando for necessária a sua utilização.
- Tenha na lista ao menos o nome, telefone e serviço.
- Pode ser feito também um acordo com os fornecedores para estabelecer um contrato de manutenção e serviços profissionais, principalmente para equipamentos que precisem de manutenção técnica especializada.

C. Se considerar conveniente, mantenha um registro que comprove a verificação e estado dos seus equipamentos. Veja o exemplo abaixo:

EQUIPAMENTO	DATA E HORA DA VERIFICAÇÃO	ESTADO DE LIMPEZA	ESTADO DE CONSERVAÇÃO	FUNCIONALIDADE
Máquina registradora	Dia/Mês/Ano 20:30 horas			

Esta tabela pode ser utilizada para todos os elementos tangíveis do estabelecimento, como, por exemplo, para as instalações, equipamentos e elementos do mobiliário, utilizando o mesmo formato e os mesmos campos da tabela exemplificada acima.

- Na medida do possível, é importante que a limpeza seja realizada fora do horário de funcionamento aos clientes.

D. Conheça e cumpra toda regulamentação aplicável aos equipamentos. Tenha especial precaução se suas atividades de venda incluírem alimentos. Certifique-se de que todos os equipamentos utilizados para alimentos estejam funcionando de forma adequada e mantidos em condições ambientais corretas de temperatura e umidade, para garantir a segurança e a salubridade dos seus alimentos:

- Adapte os equipamentos do seu estabelecimento para cumprir a legislação aplicável. Leve em conta que muitas vezes existem subsídios ou financiamentos específicos para realizar mudanças exigidas pela legislação

E. Verifique se o mobiliário está de acordo com o estilo do estabelecimento. Considere os produtos e serviços oferecidos e o público que deseja atingir. Veja algumas sugestões:

- Se você vende roupas e o seu público é jovem, de 20 a 35 anos, com poder aquisitivo médio, considere as seguintes características: moderno, inovador, materiais predominantes (metal, plástico etc.), alegre, entre outros.
- Se o seu estabelecimento comercializa artigos masculinos, com poder aquisitivo alto e idade entre 35 e 70 anos, estas são algumas ideias para o seu mobiliário: clássico, elegante, sóbrio, materiais como madeira, por exemplo, entre outros.
- Para qualquer caso, independentemente do estilo do seu estabelecimento, é importante lembrar que a função principal do mobiliário é entreter o cliente para que ele não tenha a sensação de que está perdendo tempo ou que fique irritado quando não tem pessoal para atendê-lo.
- Verifique a altura e a estrutura adequadas para o seu mobiliário, permitindo que o cliente veja facilmente todos os produtos expostos e possa alcançá-los com comodidade. Procure dispor os produtos de forma que o cliente não necessite de ajuda dos vendedores para ter acesso aos itens expostos na loja, pois este é um aspecto de insatisfação de muitos clientes.

- SERVIÇOS
 - CORTESIA
 - CREDIBILIDADE
 - CAPACIDADE DE RESPOSTA
 - COMPREENSÃO DO CLIENTE
 - CONFIANÇA
 - COMUNICAÇÃO
 - SEGURANÇA
 - ACESSIBILIDADE

2. ELEMENTOS TANGÍVEIS

- INSTALAÇÕES
 - EQUIPAMENTO E MOBILIÁRIO ✓
 - EMBALAGENS
 - DOCUMENTOS DE COMPRA
 - PRODUTOS
- PESSOAL
 - IMAGEM
 - COMPETÊNCIA PROFISSIONAL
 - MELHORIA



ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE NORMAS
TÉCNICAS

- 1. SERVIÇOS
 - 1.1 CORTESIA
 - 1.2 CREDIBILIDADE
 - 1.3 CAPACIDADE DE RESPOSTA
 - 1.4 COMPREENSÃO DO CLIENTE
 - 1.5 CONFIANÇA
 - 1.6 COMUNICAÇÃO
 - 1.7 SEGURANÇA
 - 1.8 ACESSIBILIDADE
- 2. ELEMENTOS TANGÍVEIS
 - 2.1 INSTALAÇÕES
 - 2.2 EQUIPAMENTO E MOBILIÁRIO
 - 2.3 EMBALAGENS ✓
 - 2.4 DOCUMENTOS DE COMPRA
 - 2.5 PRODUTOS
- 3. PESSOAL
 - 3.1 IMAGEM
 - 3.2 COMPETÊNCIA PROFISSIONAL
- 4. MELHORIA

2.3 EMBALAGENS

POR QUE É IMPORTANTE?

As embalagens podem ser um argumento claro de diferenciação do seu estabelecimento, frente aos outros pequenos comércios e sistemas de distribuição.

O material e o tipo de embalagem utilizados pelo estabelecimento tornam relevantes determinados setores, como joalheria, roupas, presentes, sendo possível agregar valor à compra realizada mediante atrativos, materiais sofisticados e a maneira de embalar os produtos comercializados no seu estabelecimento.

PARA REFLETIR

1. Seu estabelecimento possui embalagem para todos os tipos e tamanhos de produtos oferecidos?
2. Quando os produtos são embalados no seu estabelecimento, são fornecidos os dados do seu negócio junto à embalagem?
3. Como a embalagem do seu estabelecimento se diferencia de outros comércios na região?

COMO IMPLEMENTAR?

A. Verifique se seu estabelecimento dispõe de embalagem adequada para todos os produtos oferecidos. Os materiais devem ser adequados quanto ao tamanho e resistência dos produtos, bem como devem permitir que o cliente possa transportar comodamente o produto comprado.

B. Conheça e observe toda a regulamentação aplicável aos papéis de embrulho e embalagens. Este aspecto é de especial relevância para os estabelecimentos que comercializam alimentos, onde os materiais devem ser de uso exclusivo para alimentação, de modo que não alterem ou coloquem em perigo a salubridade dos alimentos embalados.

C. Personalize os papéis de embrulho e embalagens com os dados da sua loja. Pode-se colocar o nome, endereço e telefone como meio de promoção adicional do estabelecimento. Considere também utilização de etiquetas para promover essas informações.

D. Disponha de diferentes tipos de papéis de embrulho e embalagens e certifique-se de que estes sejam atrativos e sofisticados para o seu cliente.

E. Utilize formas de embalar inovadoras, que permitam diferenciar seus produtos dos produtos oferecidos pela concorrência. Busque inovar e oferecer novas embalagens periodicamente.

F. Considere que as expectativas dos clientes dependem da atividade de venda, de modo que existem determinados setores do comércio em que as expectativas dos clientes em relação à embalagem é mais elevada. Alguns desses setores são joalheria, perfumaria, presentes, entre outros. É importante estar seguro de que a embalagem seja sempre bem recebida pelo seu cliente.

G. Utilize materiais específicos para presente, com diferentes cores e desenhos. Conte com materiais para ocasiões especiais como aniversários ou bodas, por exemplo. Sempre que for embalar um produto pergunte ao cliente se é para presente ou alguma ocasião especial.

H. Disponha de materiais específicos para embrulhar ou embalar em determinadas datas do ano, como Natal, Dia dos Namorados, entre outros.

I. Possua o material necessário para embalar de forma segura nos casos em que o cliente precise enviar a mercadoria para outro lugar e/ou nos casos de comercialização de produtos frágeis. Para isso, pode-se utilizar caixas de diferentes tamanhos, papel-bolha e etiquetas identificativas.

2.4 DOCUMENTOS DE COMPRA

POR QUE É IMPORTANTE?

O documento de compra representa a evidência do serviço prestado pelo pequeno comércio, como, por exemplo, a venda de um produto, entrega em domicílio ou arranjo de uma peça de roupa.

Todos os serviços prestados pelo estabelecimento apresentam no documento de compra as condições com que o seu negócio se comprometeu. Os documentos de compra são essenciais para o cliente e para o estabelecimento, e permitem que o cliente reclame e que o estabelecimento se defenda frente às condições estabelecidas e registradas.

PARA REFLETIR

1. Quais são os documentos de compra emitidos pelo seu estabelecimento?
2. O recibo e a nota fiscal emitidos pelo seu estabelecimento contêm os dados necessários de acordo com a legislação?
3. É possível visualizar o nome do atendente que fechou a venda no recibo e/ou nota fiscal da compra?
4. A condições referentes às compras e serviços oferecidos pelo estabelecimento estão claramente descritas nos documentos de compra?

COMO IMPLEMENTAR?

A. Entregue sempre a nota fiscal. Verifique se ela está de acordo com as exigências da lei e se oferece as informações necessárias para o cliente quanto à compra ou serviço prestado.

B. É exigido legalmente que os recibos tenham o nome do estabelecimento, data da compra, nome ou referência dos artigos comprados, valor unitário e valor total dos produtos comprados.

C. É preferível que o recibo da compra seja emitido por um meio eletrônico, mas em casos em que não exista esta possibilidade, elabore um recibo e nota fiscal de forma manual e entregue uma cópia ao seu cliente.

D. Nos casos em que o cliente pagar com cartão, grampeie o recibo da compra junto com o comprovante de pagamento do cliente.

E. Entregue a nota fiscal sempre que for solicitado:

- A nota fiscal deve apresentar os seguintes dados exigidos por lei: número de série, nome da pessoa física ou jurídica que emite a fatura, identificação fiscal, endereço do estabelecimento ou pessoa física, identificação do cliente, lugar e data da compra, nome e referência de todos os artigos comprados, valor unitário e total dos produtos comprados.
- Pode ser uma boa ideia incluir no recibo ou na nota fiscal uma frase de agradecimento ao cliente pela compra realizada e o nome do atendente da loja que realizou a venda. Desta forma o cliente saberá a quem se dirigir caso seja necessário retornar ao estabelecimento.

1. SERVIÇOS
 - 1.1 CORTESIA
 - 1.2 CREDIBILIDADE
 - 1.3 CAPACIDADE DE RESPOSTA
 - 1.4 COMPREENSÃO DO CLIENTE
 - 1.5 CONFIANÇA
 - 1.6 COMUNICAÇÃO
 - 1.7 SEGURANÇA
 - 1.8 ACESSIBILIDADE

2. ELEMENTOS TANGÍVEIS

- 2.1 INSTALAÇÕES
- 2.2 EQUIPAMENTO E MOBILIÁRIO
- 2.3 EMBALAGENS
- 2.4 DOCUMENTOS DE COMPRA ✓
- 2.5 PRODUTOS
3. PESSOAL
 - 3.1 IMAGEM
 - 3.2 COMPETÊNCIA PROFISSIONAL
4. MELHORIA



ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE NORMAS
TÉCNICAS

F. Sempre que prestar um serviço adicional, emita um recibo com a descrição do serviço, guarde uma via e entregue a outra ao cliente.

- Para os serviços adicionais, deixe claro os seguintes aspectos: identificação do estabelecimento comercial, como o nome, razão social, endereço e telefone; dados do cliente, como nome e telefone de contato; identificação, mediante modelo, referência ou nome do produto ou serviço a ser prestado; descrição clara do produto ou serviço a ser prestado; condições do serviço ou produto.
- Veja algumas condições que se encontram em documentos de compra: prazo de entrega, local de entrega, custo unitário, custo total, forma de pagamento, quantidades unitária e total.

G. Nos documentos de compra de serviços prestados pelo estabelecimento, tanto na venda como nos serviços adicionais existem algumas condições gerais. As condições gerais são exigidas legalmente e em muitos casos são tidas como certo. Veja os exemplos:

- Entregar produtos em condições adequadas de qualidade e funcionalidade.
- Oferecer produtos de acordo com a legislação aplicável.
- Fornecer produtos que não envolvam, em condições normais de uso ou consumo, riscos para a saúde dos clientes.

H. Conheça e cumpra a legislação aplicável à sua atividade comercial e aos serviços que presta:

- Os documentos de compra podem proteger o seu estabelecimento de clientes abusivos, se estabelecerem claramente as condições com que o seu negócio está comprometido. Se houver qualquer condição adicional ou mudança nesta, isto deve ser colocado nos documentos de compra, demonstrando claramente o que foi adquirido.

1. SERVIÇOS

- 1.1 CORTESIA
- 1.2 CREDIBILIDADE
- 1.3 CAPACIDADE DE RESPOSTA
- 1.4 COMPREENSÃO DO CLIENTE
- 1.5 CONFIANÇA
- 1.6 COMUNICAÇÃO
- 1.7 SEGURANÇA
- 1.8 ACESSIBILIDADE

2. ELEMENTOS TANGÍVEIS

- 2.1 INSTALAÇÕES
- 2.2 EQUIPAMENTO E MOBILIÁRIO
- 2.3 EMBALAGENS
- 2.4 DOCUMENTOS DE COMPRA ✓
- 2.5 PRODUTOS

3. PESSOAL

- 3.1 IMAGEM
- 3.2 COMPETÊNCIA PROFISSIONAL

4. MELHORIA



ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE NORMAS
TÉCNICAS

2.5 PRODUTOS

POR QUE É IMPORTANTE?

A maioria dos consumidores associa o termo “qualidade” à qualidade do produto comercializado. A qualidade do produto está sujeita às disposições legais mais ou menos exigentes em função da sua natureza e dos possíveis riscos que possam comprometer a saúde e a segurança dos consumidores, se o produto não tiver as condições adequadas de uso e consumo.

Portanto, o cliente espera que o produto seja sempre de qualidade e, quando não encontra esta característica, procura por este produto em outro estabelecimento.

PARA REFLETIR

1. Como seu estabelecimento verifica a qualidade dos produtos em relação a diferentes fornecedores?
2. Existem critérios estabelecidos pelo seu comércio para a avaliação dos seus produtos?
3. Existem critérios específicos para o armazenamento dos seus produtos no estoque?

COMO IMPLEMENTAR?

A. Realize um teste de qualidade nos seus produtos junto aos fornecedores, definindo, para cada produto, aspectos a serem avaliados e os critérios de aceitação que seu estabelecimento vai usar. A seguir são apresentados alguns aspectos e critérios de aceitação que podem ser utilizados na sua loja. Considere que eles precisam ser adaptados de acordo com a atividade comercial de cada estabelecimento.

ASPECTOS	CRITÉRIO DE ACEITAÇÃO
Estado de conservação (1)	O produto se encontra em bom estado de conservação, sem rachaduras, alteração de cor ou textura etc.
Data de validade (2)	O produto se encontra dentro da data de validade
Embalagem (3)	As embalagens não têm qualquer defeito
Etiquetagem (4)	O produto está etiquetado de acordo com a legislação vigente

- 1. SERVIÇOS
 - 1.1 CORTESIA
 - 1.2 CREDIBILIDADE
 - 1.3 CAPACIDADE DE RESPOSTA
 - 1.4 COMPREENSÃO DO CLIENTE
 - 1.5 CONFIANÇA
 - 1.6 COMUNICAÇÃO
 - 1.7 SEGURANÇA
 - 1.8 ACESSIBILIDADE

2. ELEMENTOS TANGÍVEIS

- 2.1 INSTALAÇÕES
- 2.2 EQUIPAMENTO E MOBILIÁRIO
- 2.3 EMBALAGENS
- 2.4 DOCUMENTOS DE COMPRA
- 2.5 PRODUTOS ✓
- 3. PESSOAL
 - 3.1 IMAGEM
 - 3.2 COMPETÊNCIA PROFISSIONAL
- 4. MELHORIA



1. SERVIÇOS

- 1.1 CORTESIA
- 1.2 CREDIBILIDADE
- 1.3 CAPACIDADE DE RESPOSTA
- 1.4 COMPREENSÃO DO CLIENTE
- 1.5 CONFIANÇA
- 1.6 COMUNICAÇÃO
- 1.7 SEGURANÇA
- 1.8 ACESSIBILIDADE

2. ELEMENTOS TANGÍVEIS

- 2.1 INSTALAÇÕES
- 2.2 EQUIPAMENTO E MOBILIÁRIO
- 2.3 EMBALAGENS
- 2.4 DOCUMENTOS DE COMPRA
- 2.5 PRODUTOS ✓

3. PESSOAL

- 3.1 IMAGEM
- 3.2 COMPETÊNCIA PROFISSIONAL

4. MELHORIA



ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE NORMAS
TÉCNICAS

B. Faça o registro de todas as compras realizadas de cada fornecedor e os resultados de características consideradas pertinentes para as atividades do seu negócio. Os dados registrados dão ideia da qualidade do produto adquirido.

Veja a seguir um modelo de ficha que pode ser utilizada pelo seu estabelecimento para registrar os dados.

FORNECEDOR: _____							
ESTADO (1)		DATA DE VALIDADE (2)		EMBALAGEM (3)		ETIQUETAGEM (4)	
Bom	Ruim	Bom	Ruim	Bom	Ruim	Bom	Ruim

- Compartilhe com seus fornecedores as informações registradas quanto às compras realizadas e, se forem detectados poucos defeitos, é interessante felicitá-los, da mesma forma que, se cometerem muitas incidências, é importante tomar as medidas necessárias para solucionar o problema.

C. Mantenha-se informado e atualizado quanto à legislação aplicável aos produtos que seu estabelecimento comercializa para cumpri-las. Identifique as fontes de informação mais adequadas (organismos empresariais, boletins informativos, entre outros) que permitam sua atualização pontual.

D. Observe e cumpra toda legislação aplicável vigente à conservação, manutenção, manipulação, armazenamento etc. dos produtos comercializados no seu estabelecimento, para garantir que se mantenham em bom estado (por exemplo, alimentos) ou para produtos funcionais (o elemento móvel de uma peça mobiliária).

- Verifique no estabelecimento o bom estado de conservação e/ou funcionalidade dos produtos. Considere que a comprovação depende da natureza do produto e será mais severa quando a má conservação ou funcionalidade do produto colocar em risco a saúde ou segurança do cliente.
- Alguns dos aspectos que podem ser verificados para garantir o estado correto de conservação e/ou funcionalidade dos produtos no estabelecimento são:
 - ✓ Organização e limpeza dos produtos no estoque e na loja;
 - ✓ Datas de validade dos produtos;
 - ✓ Condições ambientais: temperatura, umidade etc.;
 - ✓ Existência de produtos defeituosos: rachaduras, inchaços ou outros defeitos visíveis para o cliente;
 - ✓ Características de qualidade dos produtos: cor, textura, aparência etc.;
 - ✓ Funcionalidade dos produtos expostos na loja.

E. Realize todas as ações que forem necessárias e que consideradas oportunas para prevenir as incidências detectadas durante o controle de estado e conservação dos produtos no estabelecimento. Veja o quadro a seguir com exemplos de ações preventivas.

ESTOQUE	VENDA
<ul style="list-style-type: none"> • Empilhar caixas e produtos com cuidado • Utilizar paletes ou outras superfícies para isolar produtos do contato direto com o solo • Reduzir a abertura e fechamento dos equipamentos frigoríferos e de congelamento durante o armazenamento • Manter os espaços físicos limpos, desinfetados (principalmente para alimentação) • Manter os produtos em sua embalagem original • Manter a temperatura e umidade adequada para cada tipo de produto 	<ul style="list-style-type: none"> • Verificar os elementos móveis do mobiliário exposto • Informar ao cliente que primeiro escolha os produtos que vai levar e somente depois abra a embalagem • Apresentar os produtos de forma organizada para que não haja risco de queda acidental • Apresentar os produtos de forma facilmente acessível • Evitar o acúmulo de roupas nas prateleiras • Utilizar uma iluminação que não degrade as cores e não produza excesso de calor • Limpar os produtos antes e após o horário de funcionamento da loja

F. Manipule os produtos com os cuidados necessários e leve em consideração as recomendações dos fornecedores. Os produtos que você começou a comercializar recentemente, aqueles com que você não tem experiência prévia, produtos de natureza frágil etc. devem ter uma manipulação mais cuidadosa. Mantenha todos os seus colaboradores informados e documente os critérios e procedimentos estabelecidos pelo seu negócio, se achar necessário.

G. Entregue aos clientes os produtos devidamente embalados, exceto quando o próprio cliente expressar que não é necessário embalar. O grau do embrulho ou embalagem depende da natureza dos produtos comercializados pelo estabelecimento. Veja alguns exemplos:

PRODUTO	EMBALAGEM
Saias, blusas, casacos, jaquetas etc.	Sacola plástica ou papel de presente do tamanho do produto
Liquidificador, secador, torradeira etc.	Caixa do fabricante + sacola plástica ou papel de presente do tamanho do produto
Brincos, pulseiras, relógios, etc.	Estojo + papel de presente + enfeite + sacola pequena de papel
Geladeira, TV etc.	Embalagem do fabricante
Cortinas, lençóis, cobertores etc.	Embalagem do fabricante + sacola plástica ou papel de presente do tamanho do produto
Filés de frango, salsinha etc.	Embalagens de papel ou plástico para produtos alimentares
Enlatados, pacotes de bolacha etc.	Sacolas plásticas
Xampu, alvejante etc.	Sacolas plásticas

1. SERVIÇOS
 - 1.1 CORTESIA
 - 1.2 CREDIBILIDADE
 - 1.3 CAPACIDADE DE RESPOSTA
 - 1.4 COMPREENSÃO DO CLIENTE
 - 1.5 CONFIANÇA
 - 1.6 COMUNICAÇÃO
 - 1.7 SEGURANÇA
 - 1.8 ACESSIBILIDADE

2. ELEMENTOS TANGÍVEIS

- 2.1 INSTALAÇÕES
- 2.2 EQUIPAMENTO E MOBILIÁRIO
- 2.3 EMBALAGENS
- 2.4 DOCUMENTOS DE COMPRA
- 2.5 PRODUTOS ✓

3. PESSOAL

- 3.1 IMAGEM
- 3.2 COMPETÊNCIA PROFISSIONAL

4. MELHORIA



- Ofereça variedade de produtos, o suficiente para satisfazer as expectativas do cliente. Esta variedade é determinada pelo grau de especialização e exclusividade das atividades comerciais.

COMÉRCIO	PRODUTO
Não especializado	<ul style="list-style-type: none"> • Grande variedade de produtos diferentes • Ao menos as principais marcas ou as mais conhecidas • Ampla gama de preços para um mesmo produto
Especializado	<ul style="list-style-type: none"> • Grande variedade de produtos especializados no comércio • Muitas marcas diferentes • Gama de preços para um mesmo tipo de produto

Em todo caso, mantenha-se atento às necessidades e demandas dos clientes. Isto pode dar-lhe uma boa ideia de novos produtos e serviços que poderão ser agregados ao estabelecimento.

1. SERVIÇOS

- 1.1 CORTESIA
- 1.2 CREDIBILIDADE
- 1.3 CAPACIDADE DE RESPOSTA
- 1.4 COMPREENSÃO DO CLIENTE
- 1.5 CONFIANÇA
- 1.6 COMUNICAÇÃO
- 1.7 SEGURANÇA
- 1.8 ACESSIBILIDADE

2. ELEMENTOS TANGÍVEIS

- 2.1 INSTALAÇÕES
- 2.2 EQUIPAMENTO E MOBILIÁRIO
- 2.3 EMBALAGENS
- 2.4 DOCUMENTOS DE COMPRA
- 2.5 PRODUTOS ✓

3. PESSOAL

- 3.1 IMAGEM
- 3.2 COMPETÊNCIA PROFISSIONAL

4. MELHORIA



ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE NORMAS
TÉCNICAS

3. PESSOAL

Os colaboradores de um estabelecimento têm um impacto importante nos serviços prestados aos clientes, principalmente no pequeno comércio, onde o sistema de venda implica uma relação mais estreita do cliente com o atendente.

Os colaboradores transmitem a maioria dos aspectos relacionados com a qualidade do serviço. A imagem do pessoal e a competência profissional são tão críticas que podem formar a opinião de muitos clientes para não comprar mais em um estabelecimento que não satisfaça as suas expectativas.

3.1 IMAGEM

POR QUE É IMPORTANTE?

A imagem dos colaboradores transmite, em boa medida, a imagem e o estilo da direção do estabelecimento comercial. Uma imagem adequada facilita a compra do cliente em relação ao atendente. É certo que muitos clientes acreditam que uma imagem ruim atribuída aos atendentes da loja pode ser um argumento suficiente para não voltarem a comprar naquela loja.

PARA REFLETIR

1. Seus colaboradores utilizam uniforme ou vestimenta padrão?
2. Os colaboradores do seu estabelecimento se apresentam ao cliente pelo nome e utilizam crachás ou plaquetas de identificação?
3. Seus colaboradores seguem padrões de higiene de acordo com o tipo de comércio?

COMO IMPLEMENTAR?

A. Conscientize seu pessoal sobre a importância de cuidar desse aspecto e manter um alto grau de higiene. Veja alguns argumentos que podem ser utilizados:

- Sua imagem transmite a imagem do estabelecimento ao cliente.
- No caso de comércios de alimentação, o cliente associa a aparência do pessoal com a higiene e segurança dos alimentos que são oferecidos.
- Uma imagem ruim pode ser, para muitos clientes, um motivo para deixar de comprar naquele estabelecimento.

B. Em casos de comércio de alimentação, apoie a formação recebida pelos seus colaboradores com jornadas de revisão das boas práticas de manipulação. Aproveite essas jornadas para corrigir práticas incorretas que estejam sendo realizadas e observe especialmente as incidências que tenham a ver com higiene pessoal e uniforme de trabalho, para prevenir que aconteçam novamente.

C. Garanta que a aparência dos colaboradores seja de acordo com o estilo do estabelecimento, pois o estilo determina o que o cliente espera encontrar.

- Quando se trata de uma loja de roupas de esporte, é provável que seus clientes encontrem atendentes pouco maquiadas e vestindo roupas de esporte.

- 1. SERVIÇOS
 - 1.1 CORTESIA
 - 1.2 CREDIBILIDADE
 - 1.3 CAPACIDADE DE RESPOSTA
 - 1.4 COMPREENSÃO DO CLIENTE
 - 1.5 CONFIANÇA
 - 1.6 COMUNICAÇÃO
 - 1.7 SEGURANÇA
 - 1.8 ACESSIBILIDADE

- 2. ELEMENTOS TANGÍVEIS
 - 2.1 INSTALAÇÕES
 - 2.2 EQUIPAMENTO E MOBILIÁRIO
 - 2.3 EMBALAGENS
 - 2.4 DOCUMENTOS DE COMPRA
 - 2.5 PRODUTOS

3. PESSOAL

- 3.1 IMAGEM ✓
- 3.2 COMPETÊNCIA PROFISSIONAL

4. MELHORIA



ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE NORMAS
TÉCNICAS

1. SERVIÇOS

1.1 CORTESIA

1.2 CREDIBILIDADE

1.3 CAPACIDADE DE RESPOSTA

1.4 COMPREENSÃO DO CLIENTE

1.5 CONFIANÇA

1.6 COMUNICAÇÃO

1.7 SEGURANÇA

1.8 ACESSIBILIDADE

2. ELEMENTOS TANGÍVEIS

2.1 INSTALAÇÕES

2.2 EQUIPAMENTO E MOBILIÁRIO

2.3 EMBALAGENS

2.4 DOCUMENTOS DE COMPRA

2.5 PRODUTOS

3. PESSOAL

3.1 IMAGEM ✓

3.2 COMPETÊNCIA PROFISSIONAL

4. MELHORIA

- Se o seu negócio for uma boutique para empresas exclusivas, as expectativas dos clientes em relação aos seus colaboradores será provavelmente mais alta: atendentes bem vestidos ou vestidos formalmente, com atendentes maquiadas e bem penteadas.
- Realize a gestão oportuna para garantir que, nos casos em que a legislação exigir, o estabelecimento disponha sempre de roupas adequadas de trabalho para todos os colaboradores. Adicionalmente, procure garantir, na medida do possível, que a roupa de trabalho seja confortável e funcional, para o bem-estar de seus colaboradores.

D. Estabeleça formas para identificação do seu pessoal, pois isto contribuirá para que o serviço seja mais eficaz e para que os clientes possam identificá-los. Veja algumas ideias para identificação dos seus colaboradores:

- Utilizar uniforme de trabalho de acordo com as características de cada estabelecimento.
- Identificar-se na chegada do cliente ao estabelecimento, mediante uma “fórmula” estabelecida.
- Utilizar crachás ou plaquetas identificativas com o nome do estabelecimento e, opcionalmente, com o nome do atendente.

E. Outra ideia é estabelecer uma imagem comum para todos os colaboradores do estabelecimento: uniforme, calçado etc., de acordo com o tipo de produto ou serviço comercializado e os valores que seu estabelecimento deseja transmitir: sobriedade, informalidade etc. Deste modo, através da imagem do seu pessoal, você conseguirá transmitir a imagem que deseja e esta se manterá diante do seu cliente.

Algumas vantagens adicionais de oferecer uniforme para os seus colaboradores:

- O cliente consegue facilmente identificar os atendentes.
- É uma opção muito aceita pelos colaboradores, porque a roupa de trabalho costuma ser mais confortável.
- Identificar todo o pessoal com uma imagem comum proporciona um sentimento de corporativismo.



ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE NORMAS
TÉCNICAS

3.2 COMPETÊNCIA PROFISSIONAL

POR QUE É IMPORTANTE?

Um dos aspectos que diferencia mais claramente o pequeno comércio de outros sistemas de distribuição é a competência profissional do pessoal. Com frequência, o cliente se dirige ao pequeno comércio em busca de conselhos e assessoria para garantir a compra de um produto mais adequado às suas necessidades.

A competência profissional contribui significativamente para a fidelização do cliente, e o estabelecimento deve estar à altura das suas exigências e expectativas.

PARA REFLETIR

1. Seus colaboradores possuem funções e responsabilidades específicas?
2. O seu estabelecimento possui critérios básicos para contratação de novos colaboradores?
3. Existe um sistema para captar a opinião dos colaboradores em relação a possíveis melhorias para o estabelecimento?
4. A formação de todos os seus colaboradores é conhecida e registrada pelo seu estabelecimento?
5. O seu negócio analisa a eficácia dos cursos, capacitações e treinamentos oferecidos aos colaboradores?

COMO IMPLEMENTAR?

A. Defina todas as funções e tarefas, assim como as responsabilidades de cada membro da equipe. Deste modo, cada um será responsável pelo seu trabalho e diante de qualquer incidência será possível exigir as responsabilidades de forma direcionada. Este aspecto é de extrema importância, especialmente para novas empresas e incorporações.

- Pode ser útil sobretudo quando o comércio alcança dimensão determinada de colaboradores, tamanho etc. Deve-se documentar as funções e responsabilidades e entregá-las a todo pessoal por escrito. Este documento pode conter os seguintes aspectos:
 - ✓ nome da pessoa e cargo;
 - ✓ funções e/ou tarefas designadas;
 - ✓ responsabilidades.

B. Estabeleça o conteúdo mínimo necessário de formação para o pessoal de uma nova incorporação, com o objetivo de que se integrem à empresa aqueles que podem oferecer ao cliente os conselhos e assessoria adequada, respondendo a qualquer dúvida ou questão que possam ser colocadas pelo cliente.

- Considere que as expectativas serão mais exigentes de acordo com as especialidades da sua loja.
- As necessidades de formação podem surgir como resultado de diferentes situações, como, por exemplo:
 - ✓ colaboradores de novas incorporações;
 - ✓ novos produtos;
 - ✓ novos serviços;
 - ✓ equipamentos novos;

1. SERVIÇOS
 - 1.1 CORTESIA
 - 1.2 CREDIBILIDADE
 - 1.3 CAPACIDADE DE RESPOSTA
 - 1.4 COMPREENSÃO DO CLIENTE
 - 1.5 CONFIANÇA
 - 1.6 COMUNICAÇÃO
 - 1.7 SEGURANÇA
 - 1.8 ACESSIBILIDADE

2. ELEMENTOS TANGÍVEIS
 - 2.1 INSTALAÇÕES
 - 2.2 EQUIPAMENTO E MOBILIÁRIO
 - 2.3 EMBALAGENS
 - 2.4 DOCUMENTOS DE COMPRA
 - 2.5 PRODUTOS

3. PESSOAL

- 3.1 IMAGEM
- 3.2 COMPETÊNCIA PROFISSIONAL ✓

4. MELHORIA



ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE NORMAS
TÉCNICAS

1. SERVIÇOS

- 1.1 CORTESIA
- 1.2 CREDIBILIDADE
- 1.3 CAPACIDADE DE RESPOSTA
- 1.4 COMPREENSÃO DO CLIENTE
- 1.5 CONFIANÇA
- 1.6 COMUNICAÇÃO
- 1.7 SEGURANÇA
- 1.8 ACESSIBILIDADE

2. ELEMENTOS TANGÍVEIS

- 2.1 INSTALAÇÕES
- 2.2 EQUIPAMENTO E MOBILIÁRIO
- 2.3 EMBALAGENS
- 2.4 DOCUMENTOS DE COMPRA
- 2.5 PRODUTOS

3. PESSOAL

- 3.1 IMAGEM
- 3.2 COMPETÊNCIA PROFISSIONAL ✓

4. MELHORIA



ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE NORMAS
TÉCNICAS

- ✓ novas técnicas nas atividades de venda;
 - ✓ novas formas de pagamento;
 - ✓ mudança ou alteração na atividade comercial;
 - ✓ diminuição nas vendas.
- Adicionalmente a isto, assegure com os recursos humanos para que se realizem as ações de formação que forem necessárias e para que animem a equipe, proporcionando, na medida do possível, facilidades de horário e o custo da formação, entre outros.
 - Quando a formação requerida não puder ser oferecida pelo próprio estabelecimento, aproveite, na medida do possível, os programas de formação contínua para trabalhadores ativos, gratuitos, que são oferecidos por organismos empresariais, associações, federações etc. e aqueles que podem ajudar com informações.
 - Algumas dessas ações mais comuns relacionadas à qualidade de serviço em um pequeno comércio são:

FORMAÇÃO	BENEFÍCIO
Técnicas de venda e <i>merchandising</i>	Permite a implementação eficiente de iniciativas para promover e vender produtos.
Psicologia do consumidor	Permite a compressão das expectativas e motivação dos clientes
Publicidade	Fornecer conhecimento sobre a influência da publicidade sobre os clientes e sua influência sobre as vendas
Gestão de atividades	Fornecer o conhecimento necessário para manter estoques e informações atuais e confiáveis. É fundamental na gestão de recursos do estabelecimento.
Informática	Permite uma fluidez na gestão da informação, o que afeta, em muitos casos, a satisfação do cliente. É essencial para o estabelecimento, pois são executadas por computador atividades como emissão de bilhetes ou notas, bancos de dados e de consulta etc.
Atenção ao cliente	Esta formação destina-se a gerenciar corretamente os relacionamentos com os clientes, tanto em termos de informação, como no tratamento de queixas e reclamações
Fachadas e interiores comerciais	Facilitar a criação de uma imagem bem definida para o estabelecimento de acordo com a mensagem que se quer mostrar ao cliente e/ou o tipo de clientes que se pretende atrair

Considere que existe uma formação profissional específica para muitos cargos profissionais e que estes certificados de profissionalismo podem ser obtidos através da realização de cursos com entidades creditadas.

Alguns cargos contam com uma formação específica como:

- Gerente de pequeno comércio;
- Vendedor técnico.

C. No caso de contratação de novos atendentes para o estabelecimento, considere um critério de seleção, como, por exemplo, ter um certificado de profissionalismo correspondente ao cargo.

D. Considere as sugestões de melhorias que venham dos seus colaboradores e estabeleça um sistema pelo qual possa receber as sugestões. Pense que os colaboradores conhecem os clientes pelo contato mais próximo do dia a dia no comércio. Alguns mecanismos que podem ser utilizados:

- Coloque uma urna ou caixa na loja, que seja opaca, para garantir a privacidade das sugestões. Assim os colaboradores podem opinar, dar sugestões ou propostas de melhoria.
- Reúna os colaboradores pelo menos uma vez por mês, para ouvir as sugestões e propostas de melhoria, utilizando a comunicação de forma direta.
- Faça uma lista em branco e coloque em um lugar visível para os colaboradores, e estruture este documento em partes: melhoria das instalações, novos produtos etc.
- Atue você mesmo, de maneira que haja comunicação direta com todos os colaboradores a respeito de melhorias para o estabelecimento.
- Motive seus colaboradores para que ajudem a melhorar a qualidade do serviço no estabelecimento. Considere que às vezes não há melhor prêmio que reconhecer a criatividade e esforço das pessoas que trabalham no seu negócio.

E. Outras ideias:

- Podem ser registrados os cursos realizados pelos colaboradores para verificar, quando for o caso, a formação e capacitação de cada um. Assim é possível aproveitar ao máximo a formação externa, oferecendo formação interna somente àqueles que realmente necessitam.
- Podem ser avaliadas as ações realizadas quanto à formação externa dos colaboradores, para comprovar que a formação foi eficaz e que os colaboradores desenvolveram a competência profissional esperada. Por exemplo: se foi um curso de atendimento ao cliente, observe o comportamento e as atitudes do colaborador frente ao cliente, principalmente em casos de reclamação e queixas, que devem diminuir após a capacitação dos colaboradores. Caso contrário, o dinheiro gasto com a formação foi um dinheiro perdido.

- 1. SERVIÇOS
 - 1.1 CORTESIA
 - 1.2 CREDIBILIDADE
 - 1.3 CAPACIDADE DE RESPOSTA
 - 1.4 COMPREENSÃO DO CLIENTE
 - 1.5 CONFIANÇA
 - 1.6 COMUNICAÇÃO
 - 1.7 SEGURANÇA
 - 1.8 ACESSIBILIDADE

- 2. ELEMENTOS TANGÍVEIS
 - 2.1 INSTALAÇÕES
 - 2.2 EQUIPAMENTO E MOBILIÁRIO
 - 2.3 EMBALAGENS
 - 2.4 DOCUMENTOS DE COMPRA
 - 2.5 PRODUTOS

3. PESSOAL

- 3.1 IMAGEM
- 3.2 COMPETÊNCIA PROFISSIONAL ✓

4. MELHORIA



ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE NORMAS
TÉCNICAS

- 1. SERVIÇOS
 - 1.1 CORTESIA
 - 1.2 CREDIBILIDADE
 - 1.3 CAPACIDADE DE RESPOSTA
 - 1.4 COMPREENSÃO DO CLIENTE
 - 1.5 CONFIANÇA
 - 1.6 COMUNICAÇÃO
 - 1.7 SEGURANÇA
 - 1.8 ACESSIBILIDADE
- 2. ELEMENTOS TANGÍVEIS
 - 2.1 INSTALAÇÕES
 - 2.2 EQUIPAMENTO E MOBILIÁRIO
 - 2.3 EMBALAGENS
 - 2.4 DOCUMENTOS DE COMPRA
 - 2.5 PRODUTOS
- 3. PESSOAL
 - 3.1 IMAGEM
 - 3.2 COMPETÊNCIA PROFISSIONAL
- 4. MELHORIA



ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE NORMAS
TÉCNICAS

4. MELHORIA

POR QUE É IMPORTANTE?

O objetivo é melhorar a satisfação do cliente e de outras partes que tenham relação com o comércio, como, por exemplo, fornecedores e empresas subcontratadas. É comum cometer erros, mas o problema real é quando esses erros são repetitivos e nada é feito para evitá-los. Esta atitude percuta diretamente no cliente, que usualmente está disposto a perdoar somente uma vez e, se não perceber previsões de melhoria, não retorna ao estabelecimento.

Como as necessidades e expectativas dos clientes mudam constantemente, devido à competitividade de cada setor e aos avanços tecnológicos, as organizações precisam melhorar continuamente. E para isso é necessário que os comércios estabeleçam objetivos continuamente.

PARA REFLETIR

1. O seu estabelecimento possui um sistema de coleta e avaliação de incidências, queixas, reclamações e sugestões dos clientes, com o objetivo de melhoria do negócio?
2. São identificadas as causas dessas incidências, queixas, reclamações e sugestões para a proposta de melhorias?
3. São tomadas ações para resolver as causas e evitar a reocorrência dos problemas identificados?
4. Existe um plano de ação para realização de melhorias nas atividades no seu comércio?
5. Os seus colaboradores estão envolvidos e conhecem as atividades do plano de ação do seu estabelecimento?

COMO IMPLEMENTAR?

A. Conscientize seus colaboradores para que valorizem o cliente e assim transmitam suas queixas, reclamações e sugestões à Direção.

B. Verifique e estabeleça, junto aos seus colaboradores, um sistema para verificar e coletar incidências, queixas, reclamações e sugestões dos clientes.

C. Periodicamente, realize uma análise das incidências, queixas, reclamações e sugestões dos clientes, apresente-a aos seus colaboradores, identifique as causas e estabeleça um Plano de Melhoria.

D. Verifique as causas das incidências, queixas e reclamações. Isto permite tomar medidas para evitar que se repitam.

E. No Plano de Melhoria, documente os aspectos que deseja melhorar e as ações que precisam ser tomadas, e estabeleça os responsáveis e os prazos para o cumprimento de cada ação.

F. Na análise de sugestões, potencialize sua empatia e coloque-se na pele do cliente. Isto lhe permitirá enxergar o porquê de algumas sugestões.

G. Pode ser estabelecida uma periodicidade para realizar uma análise das sugestões

recebidas dos seus clientes, assim como para tratar das incidências, queixas e reclamações produzidas em determinado período, buscando conhecer as causas, para evitar que se repitam no futuro.

H. É aconselhável a participação de todos os colaboradores nas análises, pois desta forma os colaboradores vão ficar envolvidos e podem participar mais ativamente dos diferentes Planos de Melhoria que forem decididos.

PLANO DE MELHORIA

- O Plano de Melhoria é um documento escrito que descreve os passos necessários para a melhoria de serviços prestados no seu estabelecimento. Está direcionado à identificação de deficiências e às oportunidades para a melhoria da qualidade e prestação de serviços no seu comércio.
- O planejamento compromete e afeta toda a empresa, colaboradores, diretoria, fornecedores e partes interessadas. Portanto é fundamental envolver e motivar toda a equipe através de reuniões, para o apontamento de problemas e sugestões, análise destes e implementação de ações de acordo com os aspectos identificados como necessários para melhoria do seu negócio.
- O Plano de Melhoria é de valor garantido para a empresa, não só pelos resultados positivos obtidos pelas ações propostas, mas também pelo envolvimento de toda a equipe do estabelecimento e a criação de uma cultura e comportamento voltados para a qualidade e melhoria contínua dos serviços oferecidos ao cliente.
- Contudo, nem todas as ações vão proporcionar soluções e benefícios imediatos, já que para alcançar um nível adequado de qualidade em um estabelecimento é necessário não só dedicação, mas também outros fatores externos, que podem afetar os planos previstos, fazendo com que as ações sejam revisadas e alteradas de acordo com as necessidades do negócio.
- O Plano de Melhoria contém:
 - ✓ **SITUAÇÃO:** descrever qual é o problema detectado que se pretende abordar e identificar as causas dessas deficiências.
 - ✓ **OBJETIVO:** detalhar o que se quer alcançar ao realizar esta ação, seja um objetivo geral ou particular.
 - ✓ **MEIOS (RECURSOS):** identificar como se começará e os recursos disponíveis, considerando o menor custo possível.
 - ✓ **MOTIVAÇÃO:** descrever as razões pelas quais está sendo realizada esta ação e envolver a equipe responsável pela realização das atividades.
 - ✓ **AÇÕES:** descrever as ações e atividades necessárias para alcançar o objetivo proposto. Identificar as dificuldades e buscar soluções para superá-las.
 - ✓ **RESULTADOS:** explicar como o resultado foi obtido e como mantê-lo e melhorá-lo. Em casos de resultados não satisfatórios, retornar ao início do planejamento, identificando as causas e problemas.
- Os planos de melhoria devem ser documentados por escrito. Para isso propõe-se um modelo que pode ser utilizado para realizar as melhorias referentes à qualidade na prestação de serviço do seu estabelecimento:

- 1. SERVIÇOS
 - 1.1 CORTESIA
 - 1.2 CREDIBILIDADE
 - 1.3 CAPACIDADE DE RESPOSTA
 - 1.4 COMPREENSÃO DO CLIENTE
 - 1.5 CONFIANÇA
 - 1.6 COMUNICAÇÃO
 - 1.7 SEGURANÇA
 - 1.8 ACESSIBILIDADE
- 2. ELEMENTOS TANGÍVEIS
 - 2.1 INSTALAÇÕES
 - 2.2 EQUIPAMENTO E MOBILIÁRIO
 - 2.3 EMBALAGENS
 - 2.4 DOCUMENTOS DE COMPRA
 - 2.5 PRODUTOS
- 3. PESSOAL
 - 3.1 IMAGEM
 - 3.2 COMPETÊNCIA PROFISSIONAL
- 4. MELHORIA



MÉTODO DE IMPLEMENTAÇÃO
GUIA DE IMPLEMENTAÇÃO

- 1. SERVIÇOS
 - 1.1 CORTESIA
 - 1.2 CREDIBILIDADE
 - 1.3 CAPACIDADE DE RESPOSTA
 - 1.4 COMPREENSÃO DO CLIENTE
 - 1.5 CONFIANÇA
 - 1.6 COMUNICAÇÃO
 - 1.7 SEGURANÇA
 - 1.8 ACESSIBILIDADE

- 2. ELEMENTOS TANGÍVEIS
 - 2.1 INSTALAÇÕES
 - 2.2 EQUIPAMENTO E MOBILIÁRIO
 - 2.3 EMBALAGENS
 - 2.4 DOCUMENTOS DE COMPRA
 - 2.5 PRODUTOS

- 3. PESSOAL
 - 3.1 IMAGEM
 - 3.2 COMPETÊNCIA PROFISSIONAL

4. MELHORIA

	SITUAÇÃO	OBJETIVO	RECURSOS	AÇÕES	SUPERVISOR / RESPONSÁVEIS	DATA DE INÍCIO	DATA FINAL	RESULTADO
1								
2								
3								
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
11								
12								
13								
14								
15								



GUIA DE IMPLEMENTAÇÃO

REFERÊNCIAS

GUIA DE IMPLANTACIÓN DE LA NORMA UNE 175001-1:2004 “Calidad de Servicio para Pequeño Comercio” – **Cómo Mejorar la calidad em um Pequeno Comercio** – AENOR 2005

Cartilha SEBRAE e ABNT “Inove com Normas técnicas – Qualidade no Atendimento” – 1ª edição. Agosto/2011

<http://portalmpe.abnt.org.br/noticias/Lists/Notcias/DispForm.aspx?ID=72>

<http://espalhai.tudonahora.com.br/2011/10/o-atendimento-precisa-melhorar-chama-a-norma/>

<http://www.facadiferente.sebrae.com.br/2011/11/04/aten%C2%ADder-o-cliente-com-qualidade-significa-ino%C2%ADvar/>



ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE NORMAS
TÉCNICAS

