

Prefeitura Municipal de Campos do Jordão do Estado de São Paulo

CAMPOS DO JORDÃO-SP

Assistente Administrativo

FV053-N0



Todos os direitos autorais desta obra são protegidos pela Lei nº 9.610, de 19/12/1998.
Proibida a reprodução, total ou parcialmente, sem autorização prévia expressa por escrito da editora e do autor. Se você conhece algum caso de "pirataria" de nossos materiais, denuncie pelo sac@novaconcursos.com.br.

OBRA

Prefeitura Municipal de Campos do Jordão - SP

Assistente Administrativo

EDITAL N.º 02/2019

AUTORES

Conhecimentos Específicos - Prof^a Silvana Guimarães e Fernando Zantedeschini

Conhecimento Universal - Prof^a Roberta Amorim

Língua Portuguesa - Prof^a Zenaide Auxiliadora Pachegas Branco

Matemática - Prof^o Bruno Chierigatti e Joao de Sá Brasil

Noções de Informática - Prof^o Ovidio Lopes da Cruz Netto

PRODUÇÃO EDITORIAL/REVISÃO

Aline Mesquita

Leandro Filho

Josiane Sarto

DIAGRAMAÇÃO

Dayverson Ramon

Thais Regis

Rodrigo Bernardes

Willian Lopes

CAPA

Joel Ferreira dos Santos



www.novaconcursos.com.br

sac@novaconcursos.com.br

SUMÁRIO

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

Hierarquia pública	01
Princípios fundamentais para o bom atendimento.....	01
Arquivo e sua documentação: organização de um arquivo; técnicas e métodos de arquivamento; modelos de arquivos e tipos de pastas; arquivamento de registros informatizados; elaboração de relatórios e registros. Noções de estoque.....	8
Noções de contratos administrativos.....	32
Conceitos básicos de Direito Administrativo ; Estrutura e características da administração Pública ; Princípios da Administração Pública.....	40
Regime Jurídico Administrativo.....	47
Organização da Administração Pública Brasileira.....	50
Serviço Público e princípios aplicáveis à ele	53
Servidor Público e Agente Público.....	57
Regime jurídico das carreiras públicas; Cargo, Emprego e Funções públicas; Ingresso no Serviço Público; Avaliação do servidor público	61
Manual de Redação da Presidência da República, 3ª ed. revista e atualizada, 2018: Parte I – As Comunicações Oficiais (Capítulos I, II e III).....	61

CONHECIMENTO UNIVERSAL

Cultura geral, aspectos geográficos, históricos, políticos, sociais e éticos do Brasil e do mundo.....	01
Fatos políticos, econômicos e sociais divulgados na mídia de 01 de setembro a 31 de dezembro de 2019.....	19

LÍNGUA PORTUGUESA

Compreensão de textos narrativos, descritivos e dissertativos: compreensão geral do texto; ponto de vista ou ideia central defendida pelo autor; argumentação; coesão e coerência	01
Emprego dos pronomes demonstrativos. Emprego dos pronomes pessoais e de tratamento.....	21
Emprego de tempos e modos verbais.....	28
Relações semânticas estabelecidas entre as orações, períodos ou parágrafos (relações de oposição, conclusão, concessão, causalidade, conclusão, explicação, etc.).....	42
Significação vocabular: sinonímia e antonímia; ambiguidade; polissemia; conotação e denotação	53
Sintaxe da oração e do período.....	56
Emprego do acento grave.....	56
Pontuação.....	60
Concordâncias verbal e nominal. Regências verbal e nominal.....	63
Variantes linguísticas	63

SUMÁRIO

MATEMÁTICA

Raciocínio lógico. Resolução de situações-problema.	01
Operações com números reais. Mínimo múltiplo comum e máximo divisor comum.....	18
Razão e proporção.....	35
Porcentagem.....	38
Regra de três simples e composta.....	41
Média aritmética simples e ponderada.....	44
Juro simples.....	48
Equação do 1º e 2º grau. Sistema de equações do 1º grau.....	49
Relação entre grandezas: tabelas e gráficos.....	44
Sistemas de medidas usuais.....	52
Noções de geometria: forma, perímetro, área, volume, ângulo, teorema de Pitágoras.....	57

NOÇÕES DE INFORMÁTICA

Conceitos básicos e modos de utilização das ferramentas, aplicativos e procedimentos do Sistema Operacional Windows 10. Conceito de pastas, diretórios, arquivos e atalhos, área de trabalho, área de transferência, manipulação de arquivos e pastas, uso dos menus, programas e aplicativos.	1
Correio Eletrônico: uso de correio eletrônico, preparo e envio de mensagens, anexação de arquivos.	8
Internet: Navegação na Internet, conceitos de URL, links, sites, busca e impressão de páginas.	11
Microsoft Office 2016 (criação, formatação e manipulação de editores de texto, planilhas, apresentações e bancos de dados).	13

ÍNDICE

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

Hierarquia pública	01
Princípios fundamentais para o bom atendimento.....	01
Arquivo e sua documentação: organização de um arquivo; técnicas e métodos de arquivamento; modelos de arquivos e tipos de pastas; arquivamento de registros informatizados; elaboração de relatórios e registros. Noções de estoque.....	8
Noções de contratos administrativos.....	32
Conceitos básicos de Direito Administrativo ; Estrutura e características da administração Pública ; Princípios da Administração Pública.....	40
Regime Jurídico Administrativo.....	47
Organização da Administração Pública Brasileira.....	50
Serviço Público e princípios aplicáveis à ele	53
Servidor Público e Agente Público.....	57
Regime jurídico das carreiras públicas; Cargo, Emprego e Funções públicas; Ingresso no Serviço Público; Avaliação do servidor público	61
Manual de Redação da Presidência da República, 3ª ed. revista e atualizada, 2018: Parte I – As Comunicações Oficiais (Capítulos I, II e III).....	61

HIERARQUIA PÚBLICA

Prezado candidato, o tópico acima será abordado em SERVIÇO PÚBLICO E PRINCÍPIOS APLICÁVEIS À ELE e SERVIDOR PÚBLICO E AGENTE PÚBLICO. Não deixe de conferir!!

PRINCÍPIOS FUNDAMENTAIS PARA O BOM ATENDIMENTO

ATENDIMENTO AO PÚBLICO

A qualidade do atendimento ao público apresenta-se como um desafio institucional e deve ter como meta aprimorar e uniformizar o serviço oferecido tanto ao público externo como ao público interno.

Vale ressaltar que o agente responsável por realizar o atendimento, ao fazê-lo, não o faz por si mesmo, mas pela instituição, ou seja, ele representa a organização naquele momento, é a imagem da organização que se apresenta na figura desse agente.

Quando falamos em atendimento de qualidade, pensamos em excelência na forma com que nossos clientes (internos ou externos) são tratados. Lidar com pessoas, como ocorre em um atendimento, exige uma postura comportamental comprometida com o outro, com suas necessidades, seus anseios, mas também com a organização, suas regras, ou seja, exige responsabilidade, conhecimento de funções, uso adequado de ferramentas para se enquadrar ao sistema de funcionamento da organização, agilidade, cordialidade, eficiência e, principalmente, empatia para realizar um atendimento de excelência junto ao público.

Atendimento corresponde ao ato de atender, ou seja, ao ato de prestar atenção às pessoas com as quais mantemos contato.

A qualidade do atendimento prestado depende da capacidade de se comunicar com o público e da mensagem transmitida.

O edital cita características que são imprescindíveis quando se almeja alcançar um nível de excelência em qualidade no atendimento. Vejamos:

- **Atenção:** o cliente precisa ser o foco de suas ações. É necessário fazer com que ele se sinta realmente o elemento de maior importância nessa relação, e isso será possível quando o atende dispender a atenção necessária nesse contato, criando empatia para identificar de fato qual a melhor forma de atender esse cliente.
- **Cortesia:** ser cortês significa usar de gentileza, educação, lidar as pessoas com amabilidade, generosidade e delicadeza no trato.
- **Interesse:** como dissemos acima, desenvolver empatia, ou seja, quando se coloca no lugar da pessoa e demonstra interesse naquilo que é importante para ela, conseqüentemente, realiza-se um trabalho melhor.

- **Presteza:** está relacionado com a boa vontade e pré-disposição em servir.
- **Eficiência:** eficiência é a capacidade de "fazer as coisas direito", um administrador é considerado eficiente quando minimiza o custo dos recursos usados para atingir determinado fim.
- **Tolerância:** representa a capacidade de uma pessoa ou grupo de aceitar, em outra pessoa ou grupo uma atitude diferente das que são a norma de seu grupo.
- **Discrição:** envolve zelo, respeito, prudência, discernimento e sensatez quando fornece uma informação ao cliente. É necessário manter-se reservado sobre o que o cliente lhe diz. Assim, estará transmitindo confiabilidade e seriedade no trabalho desenvolvido.
- **Conduta:** espera-se que o atendente conheça e respeite as normas internas, afinal, ele é um canal de transmissão da imagem da organização e, como tal, deve manter postura profissional, agir dentro da cultura da empresa/ instituição e conforme os interesses institucionais, mas, ainda sim, atingindo o resultado desejado de atender com excelência o cliente, resolvendo sua necessidade ou atendendo seu desejo.
- **Objetividade, clareza e concisão:** ser direto, objetivo e claro em suas respostas para o cliente e se ater ao foco do que está sendo perguntado, fornecendo informações precisas e sucintas com atenção e clareza.

1. Postura de atendimento

Aqui, falamos em fatores pessoais que influenciam o atendimento: apresentação pessoal, cortesia (personalizar o atendimento), atenção, tolerância (grau de aceitação de diferente modo de pensar), discrição, conduta, objetividade.

A postura pode ser entendida como a junção de todos esses aspectos relacionados com a nossa expressão corporal na sua totalidade e nossa condição emocional.

Podemos destacar 3 pontos necessários para falarmos de postura. São eles:

- Ter uma postura de abertura: caracteriza-se por um posicionamento de humildade, mostrando-se sempre disponível para atender e interagir prontamente com o cliente. Esta postura de abertura do atendente suscita alguns sentimentos positivos nos clientes, como por exemplo:
- Postura do atendente de manter os ombros abertos e o peito aberto, passa ao cliente um sentimento de receptividade e acolhimento;
- A cabeça meio curva e o corpo ligeiramente inclinado transmitem ao cliente a humildade do atendente;
- O olhar nos olhos e o aperto de mão firme traduzem respeito e segurança;
- A fisionomia amistosa alenta um sentimento de afetividade e calorosidade.

- Ter **sintonia entre fala e expressão corporal**: caracteriza-se pela existência de uma unidade entre o que dizemos e o que expressamos no nosso corpo. Quando fazemos isso, nos sentimos mais harmônicos e confortáveis. Não precisamos fingir, mentir ou encobrir os nossos sentimentos e eles fluem livremente. Dessa forma, nos sentimos mais livres do stress, das doenças, dos medos.
- As expressões faciais: podemos extrair dois aspectos: o expressivo, ligado aos estados emocionais que elas traduzem e a identificação desses estados pelas pessoas; e a sua função social, que diz em que condições ocorreu a expressão, seus efeitos sobre o observador e quem a expressa.

Podemos concluir, entendendo que qualquer comportamento inclui posturas e é sempre fruto da interação complexa entre o organismo e o seu meio ambiente.

Observando essas condições principais que causam a vinculação ou o afastamento do cliente da empresa, podemos separar a estrutura de uma empresa de serviços em dois itens:

2. Os serviços

O serviço assume uma dimensão macro nas organizações e, como tal, está diretamente relacionado ao próprio negócio.

Nesta visão mais global, estão incluídas as políticas de serviços, a sua própria definição e filosofia. Aqui, também são tratados os aspectos gerais da organização que dão peso ao negócio, como: o ambiente físico, as cores (pintura), os jardins. Este item, portanto, depende mais diretamente da empresa e está mais **relacionado com as condições sistêmicas**.

3. Pontos e políticas do atendimento

É o tratamento dispensado às pessoas, está mais relacionado com o funcionário em si, com as suas atitudes e o seu modo de agir com os clientes. Portanto, está ligado às condições individuais.

É necessário unir esses dois pontos e estabelecer nas políticas das empresas o treinamento e a definição de um padrão de atendimento e de um perfil básico para o profissional de atendimento, como forma de avançar no próprio negócio. Dessa maneira, esses dois itens se tornam complementares e inter-relacionados, com dependência recíproca para terem peso.

4. O profissional do atendimento

Para conhecermos melhor a postura de atendimento, faz-se necessário falar do verdadeiro profissional do atendimento.

Os três passos do verdadeiro profissional de atendimento:

4.1 Entender o seu verdadeiro papel: que é o de compreender e atender as necessidades dos clientes, fazer com que ele seja bem recebido, ajudá-lo a se sentir importante e proporcioná-lo um ambiente agradável.

Este profissional é voltado completamente para a interação com o cliente, estando sempre com as suas antenas ligadas neste, para perceber constantemente as suas necessidades. Para o profissional, não basta apenas conhecer o produto ou serviço, o mais importante é demonstrar interesse em relação às necessidades dos clientes e atendê-las.

4.2 Entender o lado humano: conhecendo as necessidades dos clientes, aguçando a capacidade de perceber o cliente. Para entender o lado humano, é necessário que este profissional tenha uma formação voltada para as pessoas e goste de lidar com gente. Espera-se que ele fique feliz em fazer o outro feliz, pois, para este profissional, a felicidade de uma pessoa começa no mesmo instante em que ela cessa a busca de sua própria felicidade para buscar a felicidade do outro.

4.3 Entender a necessidade de manter um estado de espírito positivo: cultiva-se pensamentos e sentimentos positivos para ter atitudes adequadas no momento do atendimento. Ele sabe que é fundamental separar os problemas particulares do dia a dia do trabalho e, para isso, cultiva o estado de espírito antes da chegada do cliente. O primeiro passo de cada dia é iniciar o trabalho com a consciência de que o seu principal papel é o de ajudar os clientes a solucionarem suas necessidades. A postura é de realizar serviços para o cliente.

Outros fatores importantes no atendimento

7.1 O olhar

Os olhos transmitem o que está na nossa alma. Através do olhar, podemos passar para as pessoas os nossos sentimentos mais profundos, pois ele reflete o nosso estado de espírito.

Ao analisar a expressão do olhar, não vamos nos prender somente a ele, mas à fisionomia como um todo para entendermos o real sentido dos olhos.

Um olhar brilhante transmite ao cliente a sensação de acolhimento, de interesse no atendimento das suas necessidades, de vontade de ajudar. Ao contrário, um olhar apático, traduz fraqueza e desinteresse, dando ao cliente, a impressão de desgosto e dissabor pelo atendimento.

Mas, você deve estar se perguntando: a que causa este brilho nos nossos olhos? A resposta é simples: Gostar do que faz, gostar de prestar serviços ao outro, gostar de ajudar ao próximo.

Para atender ao público, é preciso que haja interesse e gosto, pois só assim conseguimos repassar uma sensação agradável para o cliente. Gostar de atender o público significa gostar de atender as necessidades dos clientes, querer ver o cliente feliz e satisfeito.

Como o olhar revela a atitude da mente, ele pode transmitir:

- Interesse quando:
 - Brilha;
 - Tem atenção;
 - Vem acompanhado de aceno de cabeça.

b) Desinteresse quando:

- É apático;
- É imóvel, rígido;
- Não tem expressão.

O olhar desbloqueia o atendimento, pois quebra o gelo. O olhar nos olhos dá credibilidade e não há como dissimular com o olhar.

7.2 A aproximação – raio de ação

A aproximação do cliente está relacionada ao conceito de raio de ação, que significa interagir com o público, independentemente deste ser cliente ou não.

Essa interação ocorre dentro de um espaço físico de 3 metros de distância do público e de um tempo imediato, ou seja, prontamente.

Além do mais, deve ocorrer independentemente de o funcionário estar ou não na sua área de trabalho. Esses requisitos para a interação tornam-na mais eficaz.

Essa interação pode se caracterizar por um cumprimento verbal, uma saudação, um aceno de cabeça ou apenas por um aceno de mão. O objetivo com isso é fazer o cliente sentir-se acolhido e certo de estar recebendo toda a atenção necessária para satisfazer os seus anseios.

Alguns exemplos são:

1. No hotel, a arrumadeira está no corredor com o carrinho de limpeza e o hóspede sai do seu apartamento. Ela prontamente olha para ele e diz com um sorriso: “bom dia!”
2. O caixa de uma loja cumprimenta o cliente no momento do pagamento;
3. O frentista do posto de gasolina aproxima-se ao ver o carro entrando no posto e faz uma saudação.

7.3 A invasão

Porém, interagir no raio de ação não tem nada a ver com invasão de território.

Vamos entender melhor isso.

Todo ser humano sente necessidade de definir um território, que é um certo espaço entre si e os estranhos. Esse território não se configura apenas em um espaço físico demarcado, mas principalmente num espaço pessoal e social, o que podemos traduzir como a necessidade de privacidade, de respeito, de manter uma distância ideal entre si e os outros de acordo com cada situação.

Quando esses territórios são invadidos, ocorrem cortes na privacidade, o que normalmente traz consequências negativas. Podemos exemplificar essas invasões com algumas situações corriqueiras: uma piada muito picante contada na presença de pessoas estranhas a um grupo social; ficar muito próximo do outro, quase se encostando nele; dar um tapinha nas costas etc.

Nas situações de atendimento, são bastante comuns as invasões de território pelos atendentes. Estas, na sua maioria, causam mal-estar aos clientes, pois são traduzidas por eles como atitudes grosseiras e pouco sensíveis. Alguns são os exemplos destas atitudes e situações mais comuns:

- Insistência para o cliente levar um item ou adquirir um bem;

- Seguir o cliente por toda a loja;
- O motorista de taxi que não para de falar com o passageiro;
- O garçom que fica de pé ao lado da mesa sugerindo pratos sem ser solicitado;
- O funcionário que cumprimenta o cliente com dois beijinhos e tapinhas nas costas;
- O funcionário que transfere a ligação ou desliga o telefone sem avisar.

Essas situações não cabem na postura do verdadeiro profissional do atendimento.

7.4 O sorriso

O sorriso abre portas e é considerado uma linguagem universal.

Imagine que você tem um exame de saúde muito importante para receber e está apreensivo com o resultado. Você chega à clínica e é recebido por uma recepcionista que apresenta um sorriso caloroso. Com certeza você se sentirá mais seguro e mais confiante, diminuindo um pouco a tensão inicial. Neste caso, o sorriso foi interpretado como um ato de apaziguamento.

O sorriso tem a capacidade de mudar o estado de espírito das pessoas e as pesquisas revelam que as pessoas sorridentes são avaliadas mais favoravelmente do que as não sorridentes.

O sorriso é um tipo de linguagem corporal, um tipo de comunicação não-verbal. Como tal, expressa as emoções e geralmente informa mais do que a linguagem falada e a escrita. Dessa forma, podemos passar vários tipos de sentimentos e acarretar as mais diversas emoções no outro.

7.5 Ir ao encontro do cliente

Ir ao encontro do cliente é um forte sinal de compromisso no atendimento por parte do atendente. Este item traduz a importância dada ao cliente no momento de atendimento, no qual o atendente faz tudo o que é possível para atender as suas necessidades, pois ele compreende que satisfazê-las é fundamental. Indo ao encontro do cliente, o atendente demonstra o seu interesse para com ele.

7.6 A primeira impressão

Você já deve ter ouvido milhares de vezes esta frase: a primeira impressão é a que fica.

Você concorda com ela?

No mínimo seremos obrigados a dizer que será difícil a empresa ter uma segunda chance para tentar mudar a impressão inicial se ela foi negativa, pois dificilmente o cliente irá voltar.

É muito mais difícil e também mais caro trazer de volta o cliente perdido, aquele que foi mal atendido ou que não teve os seus desejos satisfeitos. Estes clientes perdem a confiança na empresa e normalmente os custos para resgatá-los são altos. Alguns mecanismos que as empresas adotam são os contatos via telemarketing, mala-direta, visitas, mas nem sempre são eficazes.

A maioria das empresas não tem noção da quantidade de clientes perdidos durante a sua existência, pois elas não adotam mecanismos de identificação de reclamações e/ou insatisfações de clientes. Assim, elas deixam escapar as armas que teriam para reforçar os seus processos internos e o seu sistema de trabalho.

Quando as organizações atentam para essa importância, elas passam a aplicar instrumentos de medição, porém, esses coletores de dados nem sempre traduzem a realidade, pois muitas vezes trazem perguntas vagas, subjetivas ou pedem a opinião aberta sobre o assunto.

Dessa forma, fica difícil mensurar e acaba-se por não colher as informações reais.

A saída seria criar medidores que traduzissem com fatos e dados, as verdadeiras opiniões do cliente sobre o serviço e o produto adquiridos da empresa.

7.7 Apresentação pessoal

Que imagem você acha que transmitimos ao cliente quando o atendemos com unhas sujas, os cabelos des-penteados, as roupas mal cuidadas... ?

O atendente está na linha de frente e é responsável pelo contato, além de representar a empresa neste momento. Para transmitir confiabilidade, segurança, bons serviços e cuidado, faz-se necessário, também, ter uma boa apresentação pessoal.

Alguns cuidados são essenciais para tornar este item mais completo. São eles:

- Tomar um **banho** antes do trabalho diário: além da função higiênica, também é revigorante e espanta a preguiça;
- Cuidar sempre da **higiene pessoal**: unhas limpas, cabelos cortados e penteados, dentes cuidados, hálito agradável, axilas asseadas, barba feita;
- Roupas limpas e conservadas;
- Sapatos limpos;
- Usar o **crachá de identificação** em local visível pelo cliente.

Quando esses cuidados básicos não são tomados, o cliente se questiona: puxa, se ele não cuida nem dele, da sua aparência pessoal, como é que vai cuidar de me prestar um bom serviço ?

A apresentação pessoal, a aparência, é um aspecto importante para criar uma relação de proximidade e confiança entre o cliente e o atendente.

7.8 Cumprimento caloroso

O que você sente quando alguém aperta a sua mão sem firmeza?

Às vezes ouvimos as pessoas comentando que é possível conhecer alguém, a sua integridade moral, pela qualidade do seu aperto de mão.

O aperto de mão "frouxo" transmite apatia, passividade, baixa energia, desinteresse, pouca interação, falta de compromisso com o contato.

Ao contrário, o cumprimento muito forte, do tipo que machuca a mão, ao invés de trazer uma mensagem positiva, causa um mal-estar, traduzindo hiperatividade, agressividade, invasão e desrespeito. O ideal é ter um cumprimento firme, que prenda toda a mão, mas que a deixe livre, sem sufocá-la. Este aperto de mão demonstra interesse pelo outro, firmeza, bom nível de energia, atividade e compromisso com o contato.

É importante lembrar que o cumprimento deve estar associado ao olhar nos olhos, à cabeça erguida, aos ombros e ao peito abertos, totalizando uma sintonia entre fala e expressão corporal.

Não se esqueça: apesar de haver uma forma adequada de cumprimentar, esta jamais deverá ser mecânica e automática.

7.9 Tom de voz

A voz é carregada de magnetismo e, como tal, traz uma onda de intensa vibração. O tom de voz e a maneira como dizemos as palavras são mais importantes do que as próprias palavras.

Podemos dizer ao cliente: "a sua televisão deveria sair hoje do conserto, mas, por falta de uma peça, ela só estará pronta na próxima semana". De acordo com a maneira que dizemos e de acordo com o tom de voz que usamos, vamos perceber reações diferentes do cliente.

Se dissermos isso com simpatia, naturalmente nos desculpando pela falha e assumindo uma postura de humildade, falando com calma e num tom amistoso e agradável, percebemos que a reação do cliente será de compreensão.

Por outro lado, se a mesma frase é dita de forma mecânica, estudada, artificial, ríspida, fria e com arrogância, poderemos ter um cliente reagindo com raiva, procurando o gerente, gritando etc.

As palavras são símbolos com significados próprios. A forma como elas são utilizadas também traz o seu significado e, com isso, cada palavra tem a sua vibração especial.

7.10 Saber escutar

Você acha que existe diferença entre ouvir e escutar? Se você respondeu que não, você errou.

Escutar é muito mais do que ouvir, pois é captar o verdadeiro sentido, compreendendo e interpretando a essência, o conteúdo da comunicação.

O ato de escutar está diretamente relacionado com a nossa capacidade de perceber o outro. E, para percebermos o outro, o cliente que está diante de nós, precisamos nos despojar das barreiras que atrapalham e empobrecem o processo de comunicação. São elas:

- Os preconceitos;
- As distrações;
- Os julgamentos prévios;
- As antipatias.

Para interagirmos e nos comunicarmos a contento, precisamos compreender o *todo*, captando os estímulos que vêm do outro, fazendo uma leitura completa da situação.

Precisamos querer escutar, assumindo uma postura de receptividade e simpatia, afinal, nós temos dois ouvidos e uma boca, o que nos sugere que é preciso escutar mais do que falar.

Quando não sabemos escutar o cliente – interrompendo-o, falando mais que ele, dividindo a atenção com outras situações – tiramos dele a oportunidade de expressar os seus verdadeiros anseios e necessidades e corremos o risco de aborrecê-lo, pois não iremos conseguir atendê-los.

A mais poderosa forma de escutar é a empatia (que vamos conhecer mais na frente). Ela nos permite escutar, de fato, os sentimentos por trás do que está sendo dito, mas, para isso, é preciso que o atendente esteja sintonizado emocionalmente com o cliente. Essa sintonia se dá por meio do despojamento das barreiras que já falamos antes.

7.11 Agilidade

Atender com agilidade significa ter rapidez sem perder a qualidade do serviço prestado.

A agilidade no atendimento transmite ao cliente a ideia de respeito. Sendo ágil, o atendente reconhece a necessidade do cliente em relação à utilização adequada do seu tempo.

Quando há agilidade, podemos destacar:

- O atendimento personalizado;
- A atenção ao assunto;
- O saber escutar o cliente;
- O cuidar das solicitações e o acompanhar o cliente durante todo o seu percurso na empresa.

7.12 O calor no atendimento

O atendimento caloroso evita dissabores e situações constrangedoras, além de ser a comunhão de todos os pontos estudados sobre postura.

O atendente escolhe a condição de atender o cliente e, para isso, é preciso sempre lembrar que o cliente deseja se sentir importante e respeitado. Na situação de atendimento, o cliente busca ser reconhecido e, transmitindo calorosidade nas atitudes, o atendente satisfaz as necessidades do cliente de estima e consideração.

Ao contrário, o atendimento áspero transmite ao cliente a sensação de desagrado, descaso e desrespeito, além de retornar ao atendente como um bumerangue. O efeito bumerangue é bastante comum em situações de atendimento, pois ele reflete o nível de satisfação, ou não, do cliente em relação ao atendente. Com esse efeito, as atitudes batem e voltam, ou seja, se você atende bem, o cliente se sente bem e trata o atendente com respeito. Se este atende mal, o cliente reage de forma negativa e hostil. O cliente não está na esteira da linha de produção, merecendo ser tratado com diferenciação e apreço.

Precisamos ter em atendimento pessoas descontraídas, que façam do ato de atender o seu verdadeiro sentido de vida, que é servir ao próximo.

Atitudes de apatia, frieza, desconsideração e hostilidade retratam bem a falta de calor do atendente. Com essas atitudes, o atendente parece estar pedindo ao cliente que este se afaste, vá embora, desapareça da sua frente, pois ele não é bem-vindo. Assim, o atendente esquece que a sua missão é servir e fazer o cliente feliz.

8. As gafes no atendimento

Depois de conhecermos a postura correta de atendimento, também é importante sabermos quais são as formas erradas, para jamais praticá-las. Quem as pratica com certeza não é um verdadeiro profissional de atendimento. A seguir, alguns pontos que são considerados postura inadequada:

8.1 Postura inadequada

A postura inadequada é abrangente, indo desde a postura física ao mais sutil comentário negativo sobre a empresa na presença do cliente.

Em relação à postura física, podemos destacar como inadequado o atendente:

- Escorar-se nas paredes da loja ou debruçar a cabeça no seu birô por não estar com o cliente (esta atitude impede que ele interaja no raio de ação);
- Mascar chicletes durante o atendimento;
- Cuspir, pôr o dedo no nariz ou no ouvido quando estiver falando pessoalmente com o cliente. O asseio deve ser feito apenas no banheiro;
- Comer enquanto atende o cliente (comum nas empresas que oferecem lanches ou têm cantina);
- Vociferar um pedido a alguém da empresa. Pedir com gentileza seria o correto porque o grito além de ser algo deselegante é uma forma de agressão;
- Coçar-se na frente do cliente;
- Bocejar. O atendente tem de conter o bocejo, que é um sinal de cansaço. O cliente pode entender que sua presença é desinteressante.

Em relação aos **itens mais sutis**, podemos destacar:

- Achar-se íntimo do cliente a ponto de lhe pedir carona, por exemplo;
- Receber presentes do cliente em troca de um bom serviço;
- Fazer críticas a outros setores, pessoas, produtos ou serviços na frente do cliente;
- Desmerecer ou criticar o fabricante do produto que vende, o parceiro da empresa, denegrindo a sua imagem para o cliente;
- Falar mal de pessoas ausentes na presença do cliente;
- Usar o cliente como desabafo dos problemas pessoais;
- Lamentar;
- Colocar problemas salariais;
- Reclamar de outrem ou da própria vida na frente do cliente.
- Lembre-se: a ética do trabalho é servir aos outros e não se servir dos outros.

8.2 Usar chavões

O mau profissional utiliza-se de alguns chavões como forma de fugir à sua responsabilidade no atendimento ao cliente. Citamos aqui os mais comuns:

Pare e reflita: você gostaria de ser comparado a este atendente?

- O senhor como cliente tem que entender;
- O senhor deveria agradecer o que a empresa faz pelo senhor;
- O cliente é um chato que sempre quer mais;
- Aí vem ele de novo.