

| FICHA DE OCUPAÇÃO | | |
|---|----------------------------|---|
| EIXO: GESTÃO E NEGÓCIOS | | |
| SEGMENTO: COMÉRCIO | | |
| OCUPAÇÃO: PROFISSIONAL DE ATENDIMENTO E FIDELIZAÇÃO (ocupação sinônima de Profissional de serviço de atendimento ao cliente) | | |
| CBO associada: 4223-15 - Operador de Telemarketing Receptivo | | |
| SUBORDINAÇÃO: Supervisor | | |
| NÍVEL DE QUALIFICAÇÃO: 1 | | |
| FUNÇÕES PRINCIPAIS | PROSPECÇÃO TEMPORAL | INTER-RELAÇÕES FUNCIONAIS COM OUTRAS OCUPAÇÕES |
| Comunicar-se com clientes, expressando-se de forma clara e adequada aos contextos e características socioculturais, por meio de diferentes canais disponibilizados pela empresa. | Longo prazo | Vendedor, Recepcionista e Assistente de <i>marketing</i> |
| Atender clientes, interpretando os desejos e as necessidades de cada perfil, visando à prestação de um atendimento personalizado e eficaz. | Longo prazo | |
| Registrar informações e encaminhar para os setores pertinentes. | Longo prazo | |
| Intermediar soluções de problemas. | Longo prazo | |
| Agendar e monitorar serviços. | Longo prazo | |
| Conhecimentos/Temas de domínio | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Aspectos legais do atendimento ao cliente. • Código de ética e autorregulamentação do setor de atendimento. • Código de Defesa do Consumidor: direitos e deveres. • Etapas do relacionamento: identificar, diferenciar, interagir e personalizar. • <i>Marketing</i> pessoal. | | |

- Melhores práticas de atendimento do mercado.
- Princípios de atendimento ao cliente.
- Relacionamento interpessoal.
- Tipos e perfil comportamental de clientes.
- Princípios de gestão de conflitos ao seu nível de competência.
- Atuação *omnichannel*.
- Sistemas de informática específicos à função.

Mudanças nos fatores tecnológicos e organizativos

- Sistemas de automação e comunicação com a base de clientes e empresas participantes do programa de fidelização.
- Central eletrônica para confirmar o agendamento de consulta.

Infraestrutura para o desenvolvimento das funções

- Uso de ferramentas digitais.

Novas demandas do mundo do trabalho, que implicam incremento na formação profissional

Não foram identificadas novas demandas.

Considerações sobre a ocupação

A ocupação de Atendimento e Fidelização é reconhecida pelo mercado como Profissional de Serviço de Atendimento ao Cliente. Nas empresas de grande porte, esse profissional tem um papel receptivo na relação com o cliente, limitando-se a atender as demandas do cliente/usuário. Suas principais atribuições são anotar as reclamações e solicitações dos clientes, sem oferecer ou vender produtos e serviços. Ele trata as informações e encaminha para outros setores da empresa. O ideal é que tenha os conhecimentos técnicos necessários para encaminhar para a venda. É especializado em atendimento a distância e sua atuação visa evitar ocorrências jurídicas, encaminhando soluções às questões trazidas pelos clientes. O mercado considera que pessoas com maturidade emocional são mais adequadas para a função. Em algumas empresas, estão sendo contratados idosos para exercer essa função.

Atribuições de monitoramento e agendamento de entregas e serviços são também fazeres que poderão ser incorporados às atividades desse profissional, reduzindo os custos das empresas com visitas técnicas e entregas que não se concretizam pela ausência do cliente no domicílio.

No caso das empresas de Saúde, esse profissional deverá também monitorar e agendar serviços, realizar o pré-atendimento e as autorizações de procedimentos junto ao convênio, além de fornecer informações sobre serviços e produtos.