



Os Três R

Reduzir

Quando estás a escolher um artigo na loja, pensa calmamente acerca daquilo que vais ser capaz de reutilizar ou reciclar e aquilo que vais ter de deitar no lixo. Reduzir significa deitar fora menos.

Reutilizar

Um livro que acabaste de ler, um saco de plástico, uma caixa de queijo, um brinquedo velho, uma camisola em que já não cabes – nenhuma destas coisas tem de ser deitada fora. Podes mantê-las fora dos aterros ou reutilizando-as tu próprio, ou passando-as a alguém que as possa reutilizar.

Reciclar

Claro que há algumas coisas que não podes reutilizar, mas os materiais de que elas são feitas podem ser utilizados uma e outra vez através da reciclagem.

Informe-se mais sobre isto!

Fonte: The EarthWorks Group.



TIRO AO ALVO

Enquanto clientes podemos encontrar diversas oportunidades de manifestar nossas reações quanto ao serviço que nos é prestado. Nosso comportamento pode ser o de cliente compromissado ou o de cliente descompromissado com o desenvolvimento dos padrões de excelência das organizações prestadoras de serviços.

É claro que dependendo da situação nossa decepção com o serviço pode chegar a ponto de nos conduzir a ações involuntárias, praticadas simplesmente pela força do comportamento do outro que nos atende como fornecedor de nossa necessidade (pão, pão, queijo, queijo, como diz o ditado), desviando o nosso lado profissional e o nosso compromisso social.

Uma ferramenta importante que vem conquistando seu espaço como instrumento transformador para o processo de melhoria dos profissionais e conseqüentemente das organizações é a pesquisa de satisfação de clientes. Quando bem utilizada por ambas as partes, fornecedor e cliente, permite que todos possam direcionar o “alvo” para uma cultura de serviços com padrões de excelência.

Essa “tábua de tiro ao alvo” exige que o fornecedor e o cliente estejam desprovidos de sentimentos egoístas ou mesquinhos; que apresentem apenas uma visão real, futurista, profissional e coletiva quanto ao que investigar e ao que responder, pois os benefícios transporão o individual e se

desenvolverá para todos os que passarem a fazer parte desse ciclo de relacionamento sócio-organizacional.

O “alvo das flechas” são as necessidades das pessoas, nosso parâmetro de satisfação quanto à superação e encantamento dos serviços praticados ou recebidos. Analisar os resultados de uma pesquisa de satisfação permitirá acompanhar o processo de melhoria contínua quanto ao atendimento das satisfações explícitas (visíveis) ou implícitas (ocultas), que deverá transpor o antigo conceito de avaliação que limita o indivíduo em nota 10, ótimo ou 100%.

Superar expectativas passa a ser então o diferencial das organizações e o ponto chave na escolha do cliente fiel, onde padrões de excelência se tornam uma busca infinita, desafiadora, inimaginável e mágica.

Encontramos organizações que atualmente apresentam como metas a superação das expectativas de seus clientes, onde o índice já se encontra acima dos 100%.

Pratique esse esporte e venha viver numa sociedade cada vez melhor!

Conte conosco!

Grilka Celita Mendes

CONSULTORA
NV CONSULTORIA E TREINAMENTOS

Não é ocioso apenas o que nada faz, mas é ocioso quem poderia empregar melhor o seu tempo. Sócrates

INDICAMOS

PALESTRA: “A IMPORTÂNCIA DA NEGOCIAÇÃO NA COMUNICAÇÃO”

OBJETIVO: *Mostrar algumas Técnicas de negociação a fim de que os treinandos reportem resultados imediatos em suas vidas profissionais e pessoais para ir ao encontro de suas necessidades.*

ESTRATÉGIA DE AÇÃO: Palestra e aplicação de exercícios individuais e em trios que mostrem como é importante a comunicação nas negociações e nos relacionamentos interpessoais.

CARGA HORÁRIA: Conforme possibilidade da organização.

Princípios da Qualidade: Envolvimento das Pessoas e Foco no Cliente.