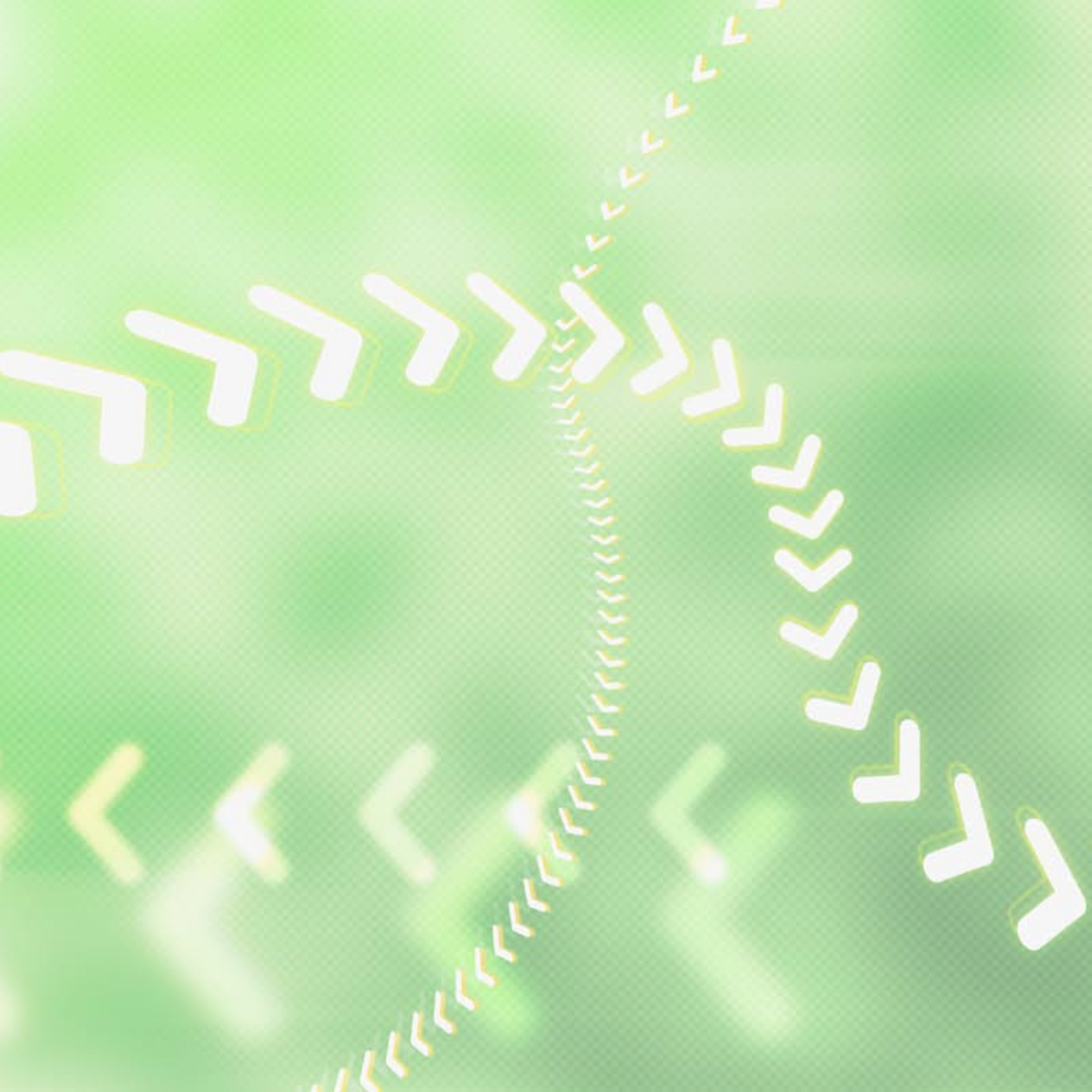
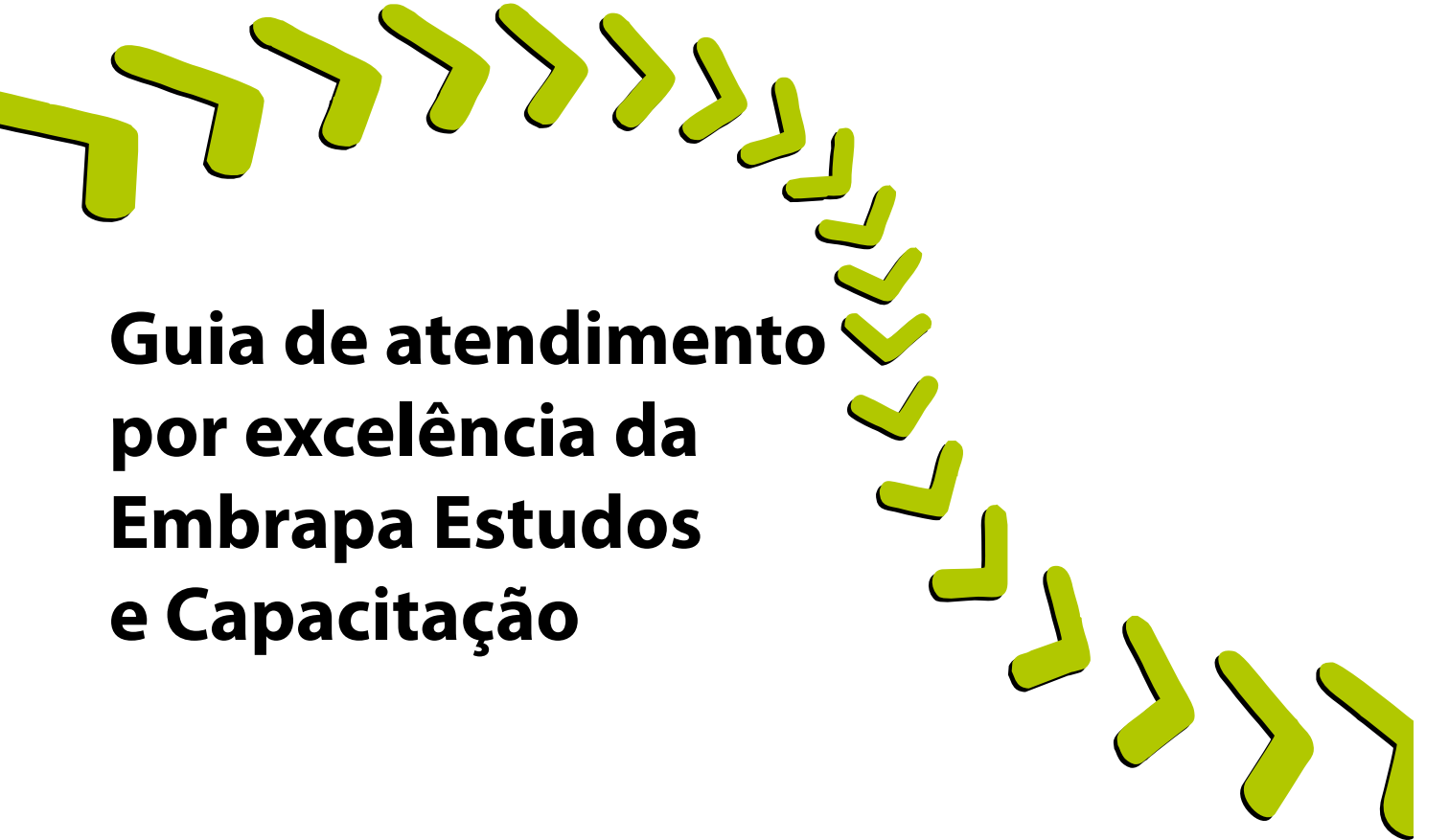


**GUIA DE ATENDIMENTO  
POR EXCELÊNCIA  
DA EMBRAPA ESTUDOS  
E CAPACITAÇÃO**



Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária  
Embrapa Estudos e Capacitação  
Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento



# **Guia de atendimento por excelência da Embrapa Estudos e Capacitação**

Embrapa Informação Tecnológica  
Brasília, DF  
2011

Exemplares desta publicação podem ser solicitados na:

**Embrapa Estudos e Capacitação**

Parque Estação Biológica (PqEB)  
Av. W3 Norte (Final), Ed. Sede, Anexo  
CEP 70770-901 Brasília, DF  
Fone: (61) 3448-1731 / 3448-1774  
sac.cecat@embrapa.br  
www.embrapa.br/cecat

**Equipe técnica de elaboração do texto**

Cláudia Lopes M. T. Sousa  
Giani Tavares Santos da Silva  
Patrícia Marmori Borges

**Coordenação editorial**

Fernando do Amaral Pereira  
Lucilene Maria de Andrade  
Juliana Meireles Fortaleza

**Supervisão editorial**

Juliana Meireles Fortaleza

**Revisão de texto**

Aline Pereira de Oliveira

**Normalização bibliográfica**

Márcia Maria Pereira de Souza

**Ilustração (personagem Cecatinho)**

Rafael Andrade

**Projeto gráfico**

Paula Cristina Rodrigues Franco

**1ª edição**

1ª impressão (2011): 100 exemplares

**Todos os direitos reservados**

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte,  
constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610).

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)**

Embrapa Informação Tecnológica

---

Embrapa. Embrapa Estudos e Capacitação.

Guia de atendimento por excelência da Embrapa Estudos e Capacitação /  
Embrapa Estudos e Capacitação. – Brasília, DF : Embrapa Informação Tecnológica, 2011.  
23 p. : il. color. ; 20 x 20 cm.

1. Treinamento. 2. Comunicação. 3. Embrapa. I. Título.

CDD 370

© Embrapa 2011

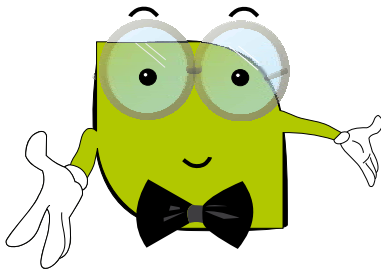
## APRESENTAÇÃO

A qualidade do serviço de atendimento ao público, tanto no âmbito estatal quanto da iniciativa privada, apresenta-se como um desafio institucional. O cliente está cada vez mais exigente e busca satisfação no atendimento.

No que tange à sua missão, a Embrapa Estudos e Capacitação atua, sobretudo, no atendimento ao público externo, seja ele nacional ou internacional. Como a proposta da Unidade é implementar um novo modelo de gestão, faz-se necessário que seus empregados e colaboradores possam agir conforme os padrões de qualidade da Embrapa, transmitindo uma imagem de excelência.

Para que a Unidade alcance essa incumbência com sucesso, foi criado o *Guia de Atendimento por Excelência da Embrapa Estudos e Capacitação*. O objetivo deste guia é abordar a inter-relação entre a atividade de trabalho e as vivências dos empregados em um contexto organizacional específico de atendimento ao público. Além de abordar técnicas de comunicação e relacionamento, o *Guia* prepara os empregados com acesso direto ao cliente a lidar com situações de conflito.

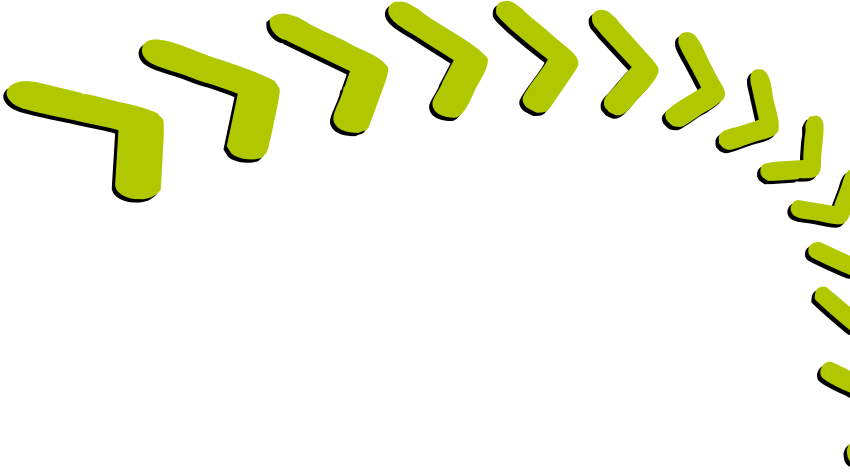
Considera-se que a institucionalização do atendimento garantirá coesão e uniformidade no trato com o público, bem como rapidez, flexibilidade, presteza, e, sobretudo, qualidade.



**Beatriz da Silveira Pinheiro**

Chefe-Geral

Embrapa Estudos e Capacitação



# SUMÁRIO

## Linguagem

Tipos de linguagem	09
Norma culta	09
Língua popular	09
Língua	10
Gíria	10

## Comunicação

### Quem é o cliente

### Atendimento

O que é atendimento?	13
Atendimento de excelência	13
Atendimento presencial	14
Atendimento telefônico	16

### Dicas de bom comportamento

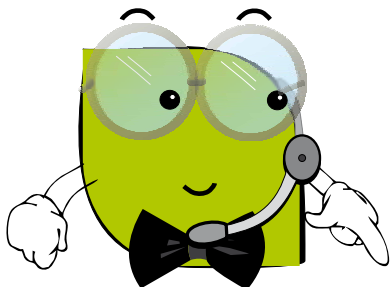
### Apresentação pessoal

### Uso do celular

### Etiqueta na internet

### Passo a passo

### Conclusão



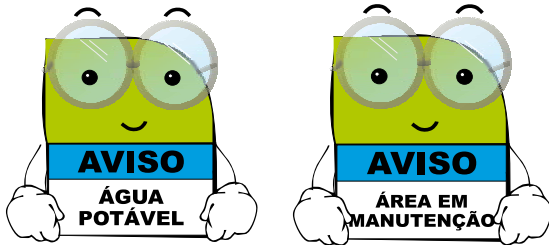




# Linguagem

É a capacidade que possuímos de expressar nossos pensamentos, ideias, opiniões e sentimentos. A Linguagem está relacionada aos fenômenos comunicativos. Se há comunicação, há linguagem. Num sentido mais genérico, a Linguagem pode ser classificada como qualquer sistema de sinais de que se valem os indivíduos para se comunicar.

## Linguagem verbal



## Tipos de linguagem

**Linguagem verbal** – Quando o homem se utiliza da palavra, ou seja, da linguagem oral ou escrita, dizemos que ele está utilizando uma linguagem verbal, pois o código usado é a palavra.

**Linguagem não verbal** – O código usado na comunicação não é a palavra, isto é, usam-se outros códigos, tais como: o desenho, a dança, os sons, as cores, os sinais de trânsito, a expressão fisionômica, os gestos, a linguagem corporal.

## Norma culta

A norma culta, forma linguística estabelecida por um determinado grupo, é a que assegura a unidade da língua nacional. E é, justamente em nome dessa unidade, tão importante do ponto de vista político-cultural, que a norma culta é ensinada nas escolas e difundida nas gramáticas.

Exemplo: Estou preocupado.

## Língua popular

Sendo mais espontânea e criativa, a língua popular se afigura mais expressiva e dinâmica.

Exemplos:

Tô preocupado. (língua popular)

Tô grilado. (gíria, limite da língua popular)

Existem, portanto, vários níveis de linguagem e, dentre estes níveis, destacam-se em importância o culto e o cotidiano, aos quais já fizemos referência.



## Linguagem não verbal

## Língua

Não devemos confundir língua com escrita, pois são dois meios de comunicação distintos. A escrita representa um estágio posterior de uma língua.

Podemos, então, dizer que:

A **língua falada** é mais espontânea – abrange a comunicação linguística em toda a sua totalidade. Além disso, é acompanhada pelo tom de voz, pelas mudanças na fisionomia e, até mesmo, por mímicas e gestos.

A **língua escrita** não é apenas a representação da língua falada, mas sim, um sistema mais disciplinado e rígido, uma vez que não conta com o jogo fisionômico, as mímicas e o tom de voz do falante.

## Gíria

A gíria é uma linguagem de caráter popular, criada e usada por determinados grupos sociais ou profissionais. Sua função é substituir termos ou conceitos oficiais (usados tradicionalmente).

Exemplos de gírias muito usadas pela população: gato ou gata, baixar a bola, véio, vaza, brother, mano, tá ligado?, etc.

Evite as gírias no ambiente de trabalho. No dia a dia, é importante retirar gradualmente as gírias do vocabulário. Claro que muitas pessoas falam uma gíria ou outra, mas carregar o vocabulário com elas torna a fala cansativa e inconveniente.



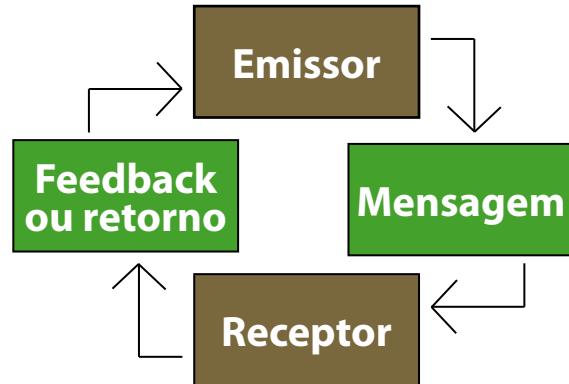
## Comunicação

A comunicação é tudo o que um profissional de atendimento usa para exercer o seu trabalho. A qualidade de seu atendimento dependerá da sua capacidade de se comunicar com o público e da mensagem que ele transmitirá ao cliente.

A comunicação é o elo entre a empresa e o seu público, e o profissional de atendimento é o agente dessa comunicação.

Nesse sentido, comunicação é qualquer processo pelo qual um pensamento é transmitido de pessoa a pessoa, sem perder, tanto quanto possível, a sua intenção ou conteúdo original.

Veja:



### **Emissor**

É quem deseja transmitir alguma coisa.

### **Receptor**

É o destinatário da mensagem.

### **Mensagem**

É o próprio conteúdo que se deseja transmitir.

### **Feedback ou retorno**

É a confirmação de que a mensagem foi recebida.

### **Meio ou veículo**

É a forma pela qual a mensagem é transmitida (tv, rádio, pessoalmente, jornal, telefone, e-mail, etc).

### **Código**

É a linguagem usada para expressar a mensagem (letras, números, figuras, sons, imagens).

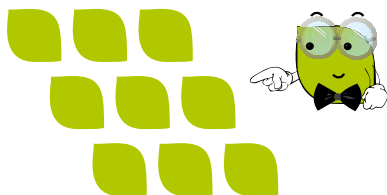
### **Decodificação**

É a tradução do código.

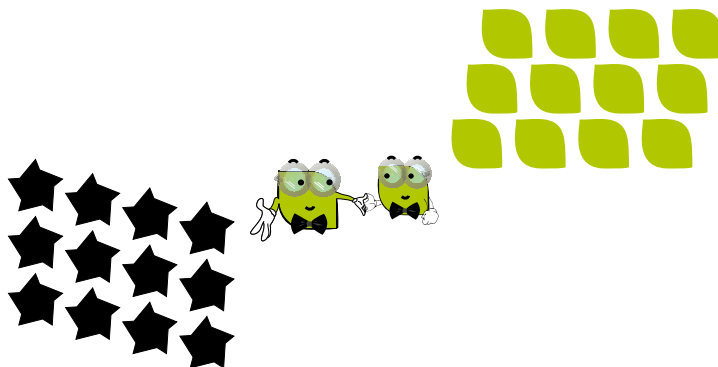
## Quem é o cliente?

É preciso que fique claro para todos nós que o cliente é a razão de ser do nosso negócio. A satisfação do cliente é fundamental para o sucesso da Embrapa.

**Cliente interno** – São todos os seus companheiros de trabalho, tais como: empregados, estagiários, menores aprendizes, consultores e demais colaboradores.



**Cliente externo** – São todos os clientes atendidos pela empresa, aqueles que utilizam os produtos/serviços da Embrapa.



Dentro da nossa gama de clientes, convém destacarmos alguns segmentos específicos e importantes:

### **Autoridades**

São os representantes do poder Executivo, Legislativo e Judiciário, formadores de opinião e tomadores de decisão.

### **Entidades governamentais**

São os representantes das Organizações, nacionais ou internacionais, ligadas a governos.

### **Especialistas e técnicos em agropecuária**

São eles que repassam as nossas tecnologias, serviços e produtos ao consumidor final.

### **Imprensa**

Jornalistas e editores são pessoas influenciadoras. Eles buscam informações, para divulgação na mídia, que atingem diversos segmentos dos nossos clientes e a opinião pública.

### **Nossos fornecedores**

Embora, por definição, fornecedor não seja cliente, é bom que o consideremos como um tipo especial de cliente.

### **Produtores rurais**

São as pessoas que fazem negócios com a Embrapa, comprando (e pagando) pelas nossas tecnologias, serviços e produtos.

### **Representantes de empresas**

São as pessoas que representam as empresas (privadas ou públicas) em qualquer etapa da negociação e/ou execução de acordos de parceria com a Embrapa.

### **Usuário eventual**

Qualquer pessoa, física ou jurídica, que se relaciona com a Embrapa, de maneira eventual e aleatória, e que não se enquadra em nenhuma das categorias acima.

## Atendimento

### O que é atendimento?

Atendimento corresponde ao ato de atender, ou seja, ao ato de cuidar, de prestar atenção às pessoas que recebemos ou mantemos contato.

O atendimento requer, de quem pratica, muita responsabilidade e um estado de espírito baseado na competência e gentileza.

### Para que serve o atendimento?

**Recepcionar** - Receber as pessoas, passar uma imagem positiva e prestar um bom serviço.

**Informar** – Esclarecer as dúvidas.

**Orientar** – Indicar opções e ajudar a tomar decisões.

**Filtrar** – Diagnosticar as necessidades dos públicos.

**Amenizar** – Acalmar os ânimos e fazer esperar.

**Agilizar** – Evitar perda de tempo.

### Como fazer um atendimento de qualidade?

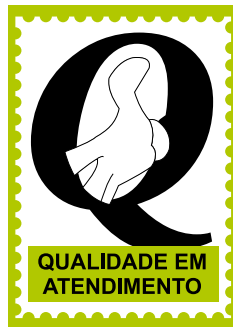
Com muito cuidado, vontade, profissionalismo, respeitando e valorizando o público, e lembrando-se sempre que, ao iniciar um atendimento, deve-se dedicar um tempo para ouvir o que as pessoas têm a dizer.

Devemos considerar os sentimentos das pessoas (nervosismo, desânimo, etc) e compreender a sua importância para nós e para nossa empresa.

É fundamental ter o conhecimento sobre a empresa que você trabalha, como: missão, valores, estrutura organizacional, atividades dos empregados de sua Unidade. Tais informações são relevantes para um atendimento eficaz e eficiente.

### Atendimento de excelência

Sua missão é ajudar e atender às necessidades do cliente, identificar dúvidas e encaminhá-lo da melhor maneira possível, de forma a surpreendê-lo com sua capacidade de fazer algo a mais que o esperado.

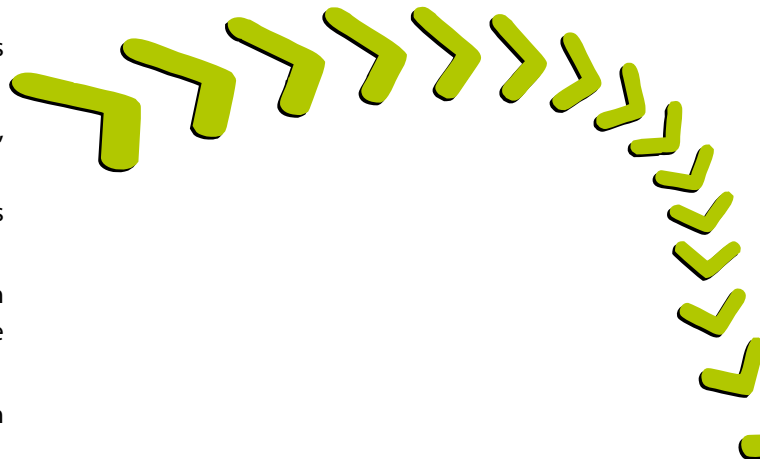


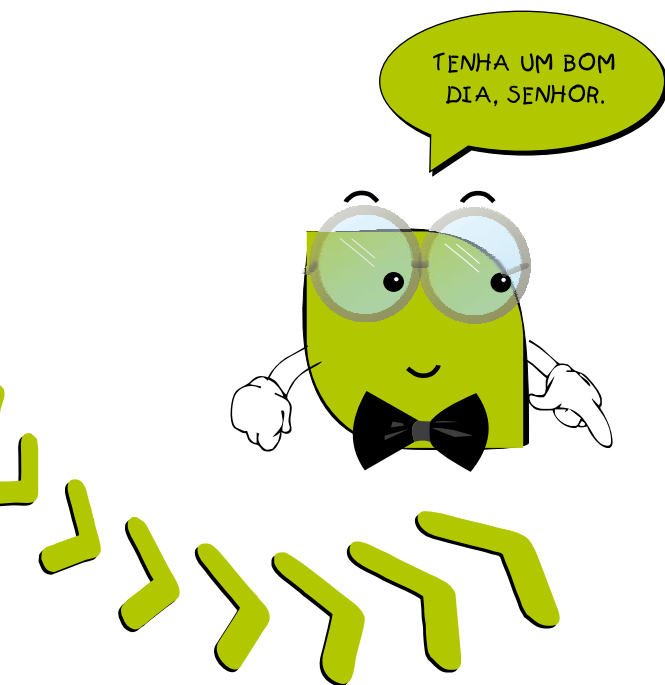
## Atendimento presencial

Quanto ao atendimento presencial, trataremos da recepção de clientes e dos atendimentos diferenciados.

### Recepção de clientes

- Cumprimente as pessoas. Nada mais negativo do que se sentir ignorado. “Bom dia”, “boa tarde”, “até logo”, demonstram cordialidade e educação.
- Sempre inicie a conversa com uma atitude amigável e prestativa.
- Ouça o cliente com atenção, não o interrompa bruscamente. É importante confirmar as informações recebidas quando o cliente lhe der oportunidade.
- Durante o atendimento, jamais atenda ao seu celular.
- Trate a todos com igualdade e cortesia.
- Sorria. Quando sorrimos, a nossa voz se torna mais simpática.
- Sempre respeite os clientes de atendimento preferencial, como idosos, gestantes e deficientes.
- Sempre que atender a uma pessoa, esqueça seus problemas pessoais.
- Não coma enquanto estiver em atendimento. O som de uma simples bala, chiclete ou pastilha é percebido e pode ser interpretado como desleixo de sua parte.
- Evite bocejar, tossir, espirrar ou emitir qualquer som desagradável, evitando ser considerado mal educado.
- Seja proativo. Pergunte ao cliente: “Em que posso ajudar?”.
- Corte todas as conversas pessoais ao telefone ou com outras pessoas durante o atendimento.
- Indique ao cliente um local para se sentar enquanto aguarda.
- Na presença de um visitante, deve-se ser discreto: discuta apenas assuntos profissionais.





- Não passe ao visitante informações sobre clientes, empregados, negócios, etc.
- Conduza o visitante, sempre que necessário, ao destino, caminhando um pouco à sua frente para indicar o caminho, mas sem lhe dar totalmente as costas.
- Sempre que possível chame a pessoa pelo nome antecedido do título com que ela se identificou (doutor, professor, etc.).
- Se não se identificar, trate-a sempre por Senhor ou Senhora.
- Não fique remexendo papeis, despachando nem falando ao telefone enquanto atende ao visitante.
- Desenvolva no cliente a confiança de que você o está atendendo da melhor forma possível. Mostre que está interessado em ajudá-lo.
- Nunca diga "Ele não se encontra" ou "Ele não chegou ainda". Diga apenas "Ele não está".
- Tente conter-se com clientes mal educados. Mantenha sua classe e postura e tente acalmá-lo. Jamais o interrompa, discuta, grite, ou seja, agressivo com ele.
- Articule as palavras de maneira clara, correta e compreensível.
- Fique atento ao tom de sua voz, não fale baixo nem gritando, use um tom moderado.
- Assegure-se de dar informações de maneira rápida e correta.
- Se você não tem a resposta de imediato, procure a solução rapidamente e dê um retorno ao cliente. Jamais deixe o cliente sem resposta.
- Tente evitar termos como: "Eu acho", "possivelmente" ou "talvez".
- Ao finalizar o atendimento, despeça-se com frases gentis: "Tenha um bom dia, Senhor", "Até logo", "Continuamos à disposição".

## Atendimento telefônico

Um telefonema requer mais concentração do que uma conversa ao vivo. Por telefone, a expressão facial e a linguagem corporal se perdem. Precisamos, portanto, usar nossa sensibilidade para interpretar o tom de voz e as sutilezas do que está sendo dito.

Desta forma, atente para as seguintes dicas:

- Atender prontamente diminui a impaciência e também posiciona a Embrapa como ágil e eficiente.
- Procure ter à mão tudo o que precisa para realizar o atendimento: caneta, papel, relação de ramais por setor, informações sobre a Embrapa e outros.
- É importante que a Embrapa possua uma só maneira de atendimento ao telefone. Isso ajuda a construir uma imagem positiva.
- Nunca se refira ao cliente como: querido, fofo, gracinha, etc.
- Não confie na memória: anote todos os recados e direcione-os à pessoa que precisa recebê-los o mais rápido possível.
- A conduta do atendente, mesmo por telefone, é “ouvida” pelo cliente.
- Sorria ao telefone. Demonstre que o telefonema foi recebido com prazer.
- Sempre que falar ao telefone, esqueça seus problemas pessoais. Sua voz deve soar calma e agradável, por mais que esteja sobrecarregado de trabalho.
- Mesmo quando você não estiver ao telefone, preocupe-se com o tom de sua voz, pois pode atrapalhar a comunicação de quem estiver atendendo a ligação.
- Não deixe ninguém interrompê-lo enquanto estiver com o cliente ao telefone.
- Não hesite em pedir para o cliente repetir ou falar um pouco mais alto, caso necessário.

### Atendimentos diferenciados

#### Idosos

Dedique-lhe toda atenção, providencie um lugar confortável para que ele possa sentar-se. “Agilize” o mais rápido que puder o encaminhamento.

#### Portadores de deficiência física

Perceba o tipo de limitação e procure ajudá-lo da melhor maneira possível. Indique um funcionário específico para acompanhá-lo. Se o cliente usar muletas, acomode-o em um lugar confortável e resolva a situação para ele.

#### Deficiente visual

Procure fornecer todas as informações de que ele necessita. Ofereça-se para preencher formulários e documentos. Se precisar de assinaturas, posicione a mão do deficiente no local exato. Se for encaminhá-lo para outro setor, não o segure pelo braço, ofereça o seu braço.

#### Mulheres grávidas

Procure levar em conta as suas dificuldades. Ofereça-lhe água e um lugar confortável.

#### Crianças

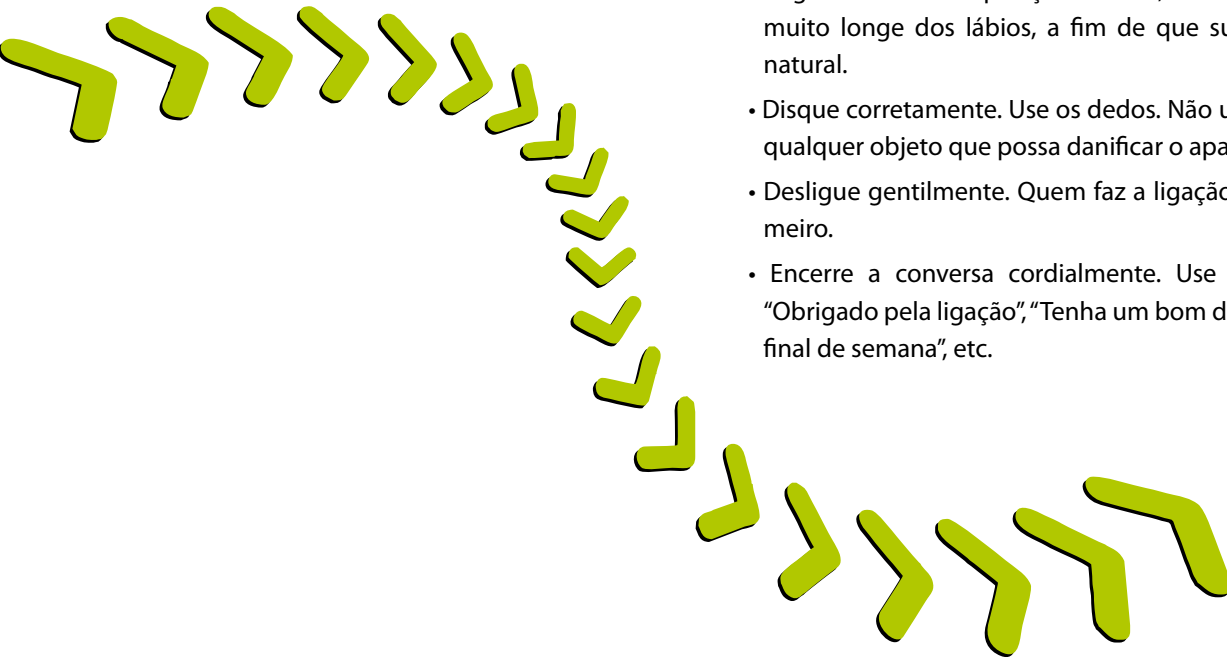
Trate-a com respeito e gentileza. Ajude-a no deslocamento de um lugar para outro na empresa. Procure não constrangê-la. Ofereça-lhe todas as informações.

#### Pessoas não alfabetizadas

Evite expressão de censura. Dê toda informação necessária. Ofereça-lhe almofadas de carimbo para impressão digital. Procure não constrangê-lo. Ajude-o na locomoção dentro da empresa.



- Seja cordial e educado. Pergunte o nome do cliente: “Quem deseja falar, por favor?” ou “Quem quer falar, por favor?”, nunca diga: “Quem fala?”, “Quem é?”, “Quem gostaria?”.
- O telefone da empresa deve ser usado apenas a serviço, bem como os assuntos ali tratados devem ser de cunho profissional e não pessoal. Se houver necessidade de tratar assuntos particulares, seja breve.
- Corrija seus vícios de pronúncia.
- Evite deixar o cliente esperando na linha.
- Procure deixar seu ramal sempre desocupado.
- Não atenda ao telefone olhando ou trabalhando no computador, pois isso dispersa sua atenção e prejudica o bom atendimento.
- Segure o fone em posição correta, nem muito perto, nem muito longe dos lábios, a fim de que sua voz saia clara e natural.
- Disque corretamente. Use os dedos. Não use lápis, caneta ou qualquer objeto que possa danificar o aparelho.
- Desligue gentilmente. Quem faz a ligação deve desligar primeiro.
- Encerre a conversa cordialmente. Use expressões como: “Obrigado pela ligação”, “Tenha um bom dia”, “Tenha um bom final de semana”, etc.



## Dicas de bom comportamento

Aqui, listamos algumas dicas de bom comportamento:

- Use sempre palavras que são importantes para o relacionamento diário com os colegas de trabalho e demais pessoas que estejam a sua volta: “Bom dia”, “Por favor”, “Com licença”, “Obrigado” (homem) e “Obrigada” (mulher).
- Se precisar faltar em razão de algum motivo pessoal, conte a verdade ao seu Supervisor e não invente doenças ou lutos. Uma pequena mentira pode causar grandes problemas.
- Evite falar pegando nas pessoas – mantenha uma distância razoável. E, também, não gesticule demais.
- Evite dar gargalhadas ou falar alto em seu trabalho.
- Não coloque apelidos irônicos ou pejorativos no local de trabalho.
- Jamais fale mal da empresa, do chefe, dos colegas ou de outros clientes.
- Não é conveniente reclamar do salário, da vida, da família e do mundo.
- Não faça fofocas. Um profissional de verdade tem mais o que fazer.
- Não corte unhas, retoque maquiagem ou penteie cabelo na presença de outras pessoas.
- Seja sempre pontual e assíduo.
- Não critique nem repreenda alguém em público, fale a sós posteriormente.
- Nas áreas comuns, cumprimente a todos que cruzarem com você sem distinção do cargo.
- Aceite críticas e respeite pontos de vista diferentes. Construa sua empatia.
- Não invada espaços pessoais (papeis, arquivos, bolsas, mesas).
- Lembre-se: impressora, fax, telefones são para uso de trabalho.
- Retribua os sorrisos e agradeça aos elogios.



## Apresentação pessoal

Uma boa apresentação pessoal também diz muito sobre a empresa:

- Na Embrapa, o uso do crachá é obrigatório, e deve ficar sempre visível. É proibido usar em bolsos de blusa ou camisa.
- Se você lida com o público, sua imagem deve comunicar eficiência e gentileza, transmitindo os valores da organização.
- Evite usar roupas transparentes, curtas, coladas, “piercing”, excesso de maquiagem, joias e bijuterias grandes ou barulhentas, cores berrantes, decotes extravagantes ou acessórios que desviem a atenção do cliente.
- O cabelo faz parte de sua apresentação pessoal, por isso mantenha-o limpo. Em dias de grande movimento, sugere-se que o mantenha preso, pois isso ajudará no desempenho de suas atividades.
- Os sapatos ideais para o ambiente de trabalho devem ser confortáveis. Evite sandálias rasteiras e sapatos barulhentos.
- Evite usar perfume muito forte, que exala o aroma por onde você passa.

## Uso do Celular

O recordista em gafes é o celular. Então, atente-se a algumas dicas:

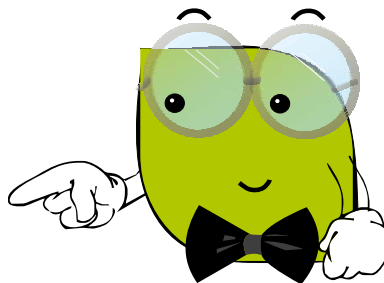
- O celular é um aparelho necessário, mas inconveniente. Qualquer ligação privada ou familiar deve ser feita fora do horário de trabalho.
- Ao atender o celular, sendo o assunto particular, seja breve e fale discretamente. O seu assunto pertence somente a VOCÊ.
- Quando se fala ao telefone celular, é comum aumentar o tom de voz. Procure falar baixo.
- Evite toques escandalosos. Mantenha-o no modo silencioso, ou num tom em que somente VOCÊ ouça.
- O telefone celular alheio está tocando e seu dono não está no local, deixe-o tocar. Telefone celular é um objeto pessoal.



## Etiqueta na internet

As empresas fazem uso da internet porque ela facilita muito a comunicação e transmissão de informações entre as pessoas. Assim:

- Acesse somente os sites que tenham relação com os serviços prestados e/ou informações solicitadas.
- Não repasse e-mails duvidosos, correntes, piadas, boatos.
- Responda todos os e-mails em até 24 horas.
- Não navegue enquanto estiver prestando atendimento, salvo se a informação solicitada for encontrada na internet.
- A empresa tem o direito de ter acesso ao seu e-mail pessoal e aos sites que você costuma acessar, por isso, fique atento.
- Baixe arquivos da internet, somente com autorização prévia do setor de informática.
- Use o e-mail institucional exclusivamente para assuntos relacionados à Embrapa.
- Evite acessar sites como Orkut, Facebook, salas de bate-papo ou similares. Use o bom senso.
- Usar a internet para assuntos pessoais desvia sua atenção e demonstra falta de seriedade. Se algum colega ou supervisor notar isso, pode contar negativamente na análise a seu respeito.



### Ligação interna

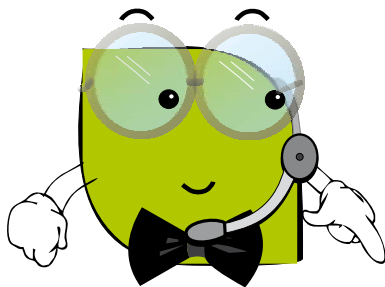
Você saberá se a chamada é interna, pois o telefone dá dois toques ligeiros.

### Ligação externa

Você saberá se a chamada é externa, pois o telefone dá toques longos.



EMBRAPA ESTUDOS  
E CAPACITAÇÃO,  
MARIA, BOM DIA.



O SR. FERREIRA,  
DA ABC, ESTÁ NA LINHA.  
O SR. PODE ATENDÊ-LO?

## Passo a passo

### Atendimento telefônico

#### Ao atender ao telefone

EMBRAPA ESTUDOS E CAPACITAÇÃO, MARIA, BOM DIA.

- Ouça o cliente com atenção, sem interrompê-lo.
- Educadamente diga:

QUEM DESEJA FALAR, POR GENTILEZA?

- Anote os dados da pessoa para não esquecer.
- Em caso de transferência, diga:

AGUARDE UM MOMENTO, SR. FERREIRA,  
VOU TRANSFERIR A LIGAÇÃO.

- Teclé FLASH + ramal desejado (transferência).

#### Ao transferir uma ligação

SR. JOSÉ, O SR. FERREIRA, DA ABC, ESTÁ NA LINHA. O SR. PODE ATENDÊ-LO?

**Situação 1:** Se sim, coloque o fone no gancho que a ligação será transferida.

**Situação 2:** Se o solicitado não puder atender, informe ao solicitante:

SR. FERREIRA, O SR. JOSÉ NÃO PODE ATENDER NO MOMENTO. O SR. DESEJA FALAR COM OUTRA PESSOA, DEIXAR ALGUM RECADO OU PREFERE QUE RETORNEMOS A LIGAÇÃO ASSIM QUE O SR. JOSÉ ESTIVER DISPONÍVEL?

**Situação 3:** Se o ramal estiver ocupado, informe ao solicitante:

SR. FERREIRA, O RAMAL ESTÁ OCUPADO NO MOMENTO. O SR. DESEJA FALAR COM OUTRA PESSOA, DEIXAR ALGUM RECADO OU PREFERE QUE RETORNEMOS A LIGAÇÃO ASSIM QUE O SR. JOSÉ ESTIVER DISPONÍVEL?

**Situação 4:** Se o solicitado não estiver, informe ao solicitante:

SR. FERREIRA, O SR. JOSÉ NÃO SE ENCONTRA NO MOMENTO. GOSTARIA DE DEIXAR RECADO?

## Cuidados para um bom atendimento

- Confirme os dados para evitar erros, e se não entender nome ou sobrenome, não tenha receio de solicitar para que a pessoa soletre para você. Diga:

DESCULPE-ME, SR. FERREIRA, NÃO ENTENDI MUITO BEM. PODE REPETIR (OU SOLETRAR), POR GENTILEZA, SEU NOME, SOBRENOME E O DA SUA EMPRESA?

- Informe que você transmitirá o recado assim que a pessoa chegar.

SR. FERREIRA, O RECADO SERÁ ENTREGUE AO SR. JOSÉ ASSIM QUE ELE CHEGAR. TENHA UM BOM DIA!

- Anote o recado em formulário específico e entregue imediatamente ao solicitado quando este retornar à sala / Empresa.

## Quando for efetuar ligação

Neste caso, o Sr. José (que é um empregado da Embrapa) solicita que você ligue para Sr. Ferreira, da empresa ABC:

BOM-DIA. POR GENTILEZA, AQUI É DA EMBRAPA ESTUDOS E CAPACITAÇÃO, O SR. JOSÉ GOSTARIA DE FALAR COM O SR. FERREIRA, ELE PODE ATENDER, POR FAVOR?

- Transfira a ligação, teclando FLASH + nº do ramal:

SR. JOSÉ, O SR. FERREIRA, DA ABC, ESTÁ NA LINHA.

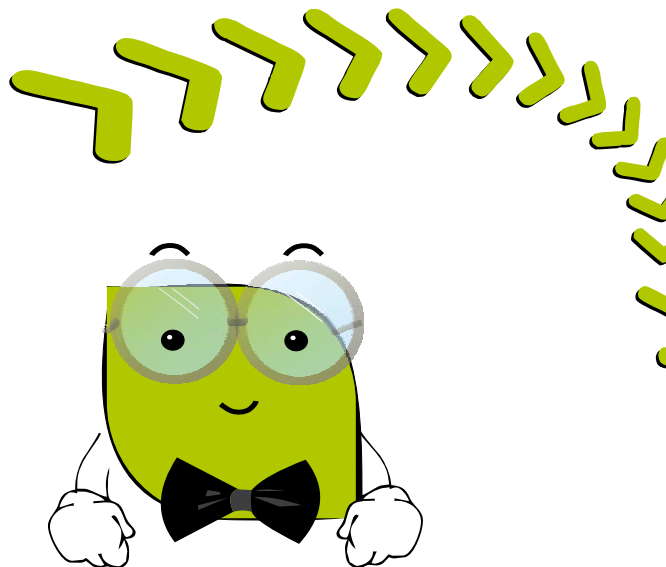
- Coloque o fone no gancho, com cuidado, que a ligação será transferida.

- Se o solicitado não estiver, deixe recado:

POSSO DEIXAR UM RECADO? TRANSMITA AO SR. FERREIRA QUE O SR. JOSÉ, DA EMBRAPA ESTUDOS E CAPACITAÇÃO, LIGOU. NOSSO TELEFONE É (61) 3448-XXXX. QUAL O SEU NOME, POR FAVOR? OBRIGADO(A).

- Anote o nome da pessoa com quem você deixou o recado.
- Ligue para o Sr. José, avisando que o Sr. Ferreira não estava (ou que estava ocupado), mas que você deixou recado.

SR. JOSÉ, O SR. FERREIRA NÃO ESTAVA, MAS EU DEIXEI RECADO.



## Recepção de pessoas

Ao recepcionar clientes/visitantes, há alguns passos a seguir para a transmissão de uma boa imagem da empresa.

# 1

### Situação 1:

No caso de visitantes para a Embrapa Estudos e Capacitação.

**Passo 1:** Olhe na agenda diária se o cliente que chegou tem horário marcado.

**Passo 2:** Solicite um documento de identificação para registro no sistema. Entregue o crachá de visitante.

**Passo 3:** Ligue para o ramal do empregado que o espera e consulte se o visitante já pode subir.

**Passo 4:** Oriente o visitante sobre como chegar ao destino.

# 2

### Situação 2:

No caso de visitantes para a Secretaria de Relações Institucionais (SRI) / Departamento de Pesquisa e Desenvolvimento (DPD) - 3º andar.

**Passo 1:** Solicite um documento de identificação para registro no sistema. Entregue o crachá de visitante.

**Passo 2:** Ligue para a recepção do 3º andar (SRI / DPD) e informe que o cliente aguarda no térreo.

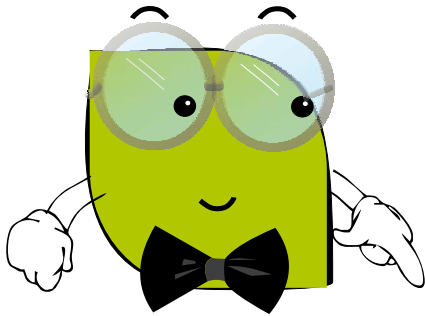
# 3

**Situação 3:** No caso de empregados da Embrapa.

**Passo 1:** Pergunte ao empregado qual o seu destino, e solicite o crachá funcional ou outro documento para identificação.

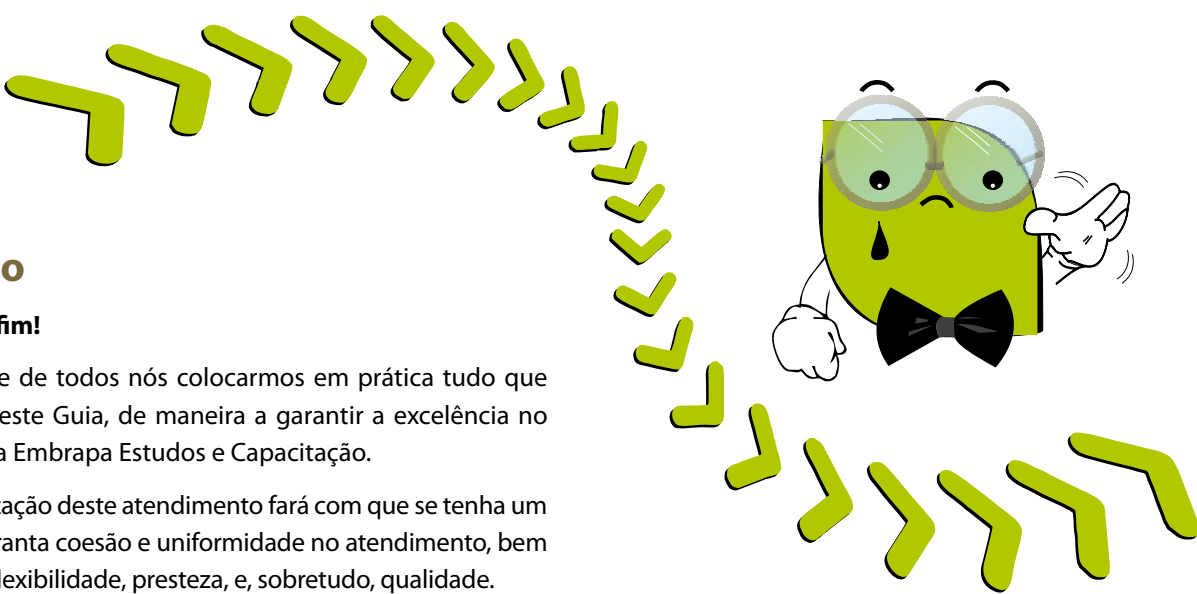
**Passo 2:** Oriente o empregado sobre como chegar ao destino.

## Fraseologia profissional da recepção



Evite ☹️	Prefira 😊
<p>“Um minuto, que vou ver se o Sr. José está.”</p> <p>“Um momento só, o Sr. José está no banheiro.”</p>	<p>“Sr. Ferreira, o senhor poderia aguardar um momento?”</p> <p>“Sente-se, por favor. Aceita um café?”</p>
<p>“Ele não está, saiu para almoçar e não voltou ainda.”</p> <p>“Ele não está, saiu para um cafezinho e ainda não voltou.”</p>	<p>“Sinto muito, Sr. Ferreira, o Sr. José estará fora durante todo o dia (ou durante toda a tarde, ou durante 30 minutos).”</p> <p>“Posso ajudá-lo em alguma coisa?”</p>
<p>“Ah, eu não sei onde ele está.”</p>	<p>“Sr. Ferreira, o Sr. José não está no momento. O senhor gostaria que eu o chamasse assim que ele voltar para a sala?”</p> <p>“O senhor gostaria de agendar um horário?”</p>
<p>“Ele está sim, mas disse que não vai atender ninguém hoje.”</p>	<p>“Sr. Ferreira, o Sr. José está muito ocupado agora. Posso passar a ele um recado seu.”</p> <p>“Sr. Ferreira, o Sr. José está em uma reunião e ficará livre em 30 minutos. O senhor gostaria que eu o chamasse quando terminar a reunião?”</p>
<p>“Pera aí que eu vou ver se ele pode atender.”</p>	<p>“Sente-se, por favor, Sr. Ferreira. Perguntarei ao Sr. José se ele pode recebê-lo.”</p>





## Conclusão

### Chegamos ao fim!

Agora, depende de todos nós colocarmos em prática tudo que foi abordado neste Guia, de maneira a garantir a excelência no atendimento da Embrapa Estudos e Capacitação.

A institucionalização deste atendimento fará com que se tenha um sistema que garanta coesão e uniformidade no atendimento, bem como rapidez, flexibilidade, presteza, e, sobretudo, qualidade.

### Sucesso.

## Literatura recomendada

EMBRAPA. Assessoria de Comunicação Social. **Padrões de qualidade do atendimento ao cidadão: orientação para os chefes**. Brasília, DF: Embrapa/ACS, 2001.

EMBRAPA. **Manual de atendimento ao cliente**. Brasília, DF: 1997. 67 p.

LORENZETTI, G. B. de F.; VULCANO, M. S.; SANTION, M. (Org.). **Programa de excelência no atendimento ao cliente: pratique e provoque melhorias...** Campinas : AFPU-Unicamp, 2010.

MANUAL de atendimento e serviço ao cliente. **Revista DIRIGIR**, Lisboa, PT, abr.-jun. 2008.

MANUAL de atendimento telefônico. Disponível em:  
<<http://www.isecretarias.com/?p=66>>. Acesso em: 20 mar. 2011.

PROGRAMA DE EXCELÊNCIA NO ATENDIMENTO AO CLIENTE. PEAC. Disponível em: <<http://www.peac.rei.unicamp.br/apresentacao.php>>. Acesso em: 20 mar. 2011.

SANCHES, S. S.; OLIVEIRA, G. C. R. de; PEREIRA, J. A. R. **Relatório de melhoria de processos de atendimento ao cliente**. Seropédica: Embrapa Agrobiologia, 2000. 23 p. (Embrapa-CNPAB. Documentos, 117).

*Impressão e acabamento*  
**Embrapa Informação Tecnológica**

*O papel utilizado nesta publicação foi produzido conforme  
a certificação do Bureau Veritas Quality International (BVQI) de Manejo Florestal.*



**Embrapa**

*Estudos e Capacitação*

Ministério da  
**Agricultura, Pecuária  
e Abastecimento**

GOVERNO FEDERAL  
**BRASIL**  
PAÍS RICO É PAÍS SEM POBREZA

CGPE 9305