

Caro Líder Ministerial,

Quando se trata do serviço ao cliente, o que faz a diferença? Isto é realmente importante quando falamos do Evangelho e da igreja local? As duas histórias deste artigo podem inspirá-lo!

*Desejo de bênçãos,
Dan Reiland*

Em um vôo recente da Delta entre Atlanta a Sacramento, eu encontrei uma pessoa maravilhosa chamada Esther. Ela era a comissária do nosso vôo sem escalas de 4 horas e meia. Eu estava entusiasmado porque meu status de viajante frequente promoveu-me para a primeira classe. Isto não acontece sempre, mas quando acontece, eu adoro! Esther era, claramente, a líder do grupo e fazia todos os anúncios no sistema de auto-falantes do avião. Ela não o fazia daquele modo memorizado e enfadonho como é normal! Deixe-me lhe dar um exemplo de seu estilo. Esther disse-nos que o avião era um modelo mais velho e, portanto, as telas dos filmes eram do tipo que desciam dos compartimentos do teto. Ela então disse: “Mas eu também sou um modelo mais velho, e eu ainda circulo entre todos estes modelos mais novos de comissários de vôo!” Desde aquele ponto e em sua continuação – que prazer! Ela anunciou que o grupo estaria passando pelos corredores verificando se o nossos telefones estavam desligados, os cintos de segurança presos e se nossos sapatos combinavam com nossos ternos!

O avião decolou um pouco atrasado, mas ninguém se importou. Esther estava no comando. Ela anunciou “filmes de graça para todos a bordo porque nós estamos um pouco atrasados hoje”. As pessoas já estavam começando a se animar e nós nem tínhamos saído da pista de decolagem. Esther e eu falamos diversas vezes e eu soube que ela voava na Delta há 37 anos e amava cada minuto, embora admitisse que estava “cansada da comida do avião.”

Aqui está o ponto: depois daquele vôo, eu gostaria de voar Delta toda vez que eu pudesse. Esther fez a diferença.

Eu poderia continuar, mas aqui está o ponto: depois daquele vôo, eu gostaria de voar Delta toda vez que eu pudesse. Esther fez a diferença.

Agora veja esta outra história. Na minha viagem desta semana a San Diego eu aluguei um carro. Eu admito que aterrissar quase à meia-noite (que no meu horário de origem já eram três da manhã) não colaborou, mas eu adoro San Diego! Só de sentir o ar do oceano quando eu sai para fora do aeroporto, não me importava que horas eram. Eu esperei a van me buscar para pegar meu carro alugado. Até aí, tudo bem.

Não havia qualquer fila naquela hora, apenas dois atendentes e dois clientes - um sujeito novo, nos seus vinte anos e eu. Deixe-me chamar o sujeito novo de Bob. Ele estava bem do meu lado, e era óbvio que estava desconfortável. O atendente usava táticas de alta pressão de vendas para convencê-lo a comprar o seguro. Ele percebeu rapidamente que Bob era uma presa fácil e inexperiente. Disse coisas como: “Eu quero que você saiba que é totalmente responsável por todos os danos, responsabilidades, ferimentos e traumas a outros - você está totalmente entregue a si mesmo” e apontou o dedo para ele. O atendente disse: “você está assumindo um tremendo risco, mas isto é com você”. Bob ficou morrendo de medo e comprou o seguro.

Aí chegou a minha vez. Foi com o outro atendente. Vamos chamá-lo de Jack. Nenhum sorriso, nenhum cumprimento e ele nunca sequer olhou para cima. Aliás, esta era uma das grandes empresas que todos conhecem. Eu não vou dizer qual é porque minha finalidade não é punir ao contar esta história. Eu perguntei que tipo de carro eu pegaria e ele disse Nissan, Altima. Eu perguntei a quilometragem que o veículo tinha. (Esta não era minha primeira viagem.) Jack disse: mais de 133.000

milhas¹!!! Eu lhe disse amavelmente que eu não o queria. E ele respondeu: “bem, você TEM que pegá-lo”. Eu disse eu queria um outro carro e ele disse que não tinha qualquer outro. Nós repetimos estas frases diversas vezes e, agora nenhum de nós estava sorrindo. Jack me disse que tinha Cadillac, Mercedes e nomeou diversos outros carros caros, dizendo que me custariam mais. Eu o fiz saber que não queria qualquer um daqueles e que eu aceitaria um carro de tamanho médio. Ele respondeu: “NÃO. Seu contrato é para um carro grande e é isto que você vai levar.” Isto durou um longo tempo.

Era óbvio que aquilo não levaria a lugar algum, então eu parei de falar e comecei a bater levemente minha carteira no balcão e a olhar fixamente para ele. Depois de dois a três minutos Jack quebrou o silêncio e disse: “deixe-me tentar outra coisa” e começou a digitar no seu teclado. Então anunciou, sem qualquer sorriso e nenhum contato de olhar: “Oh, eu ainda TENHO mais UM carro grande. É um Mazda 6, 2012 com 6.000 milhas”. Eu preenchi os papéis e saí. Nunca mais vou usar aquela empresa.

Se fosse a Esther, eu teria saído com o Nissan com as 133.000 milhas e ficado entusiasmado com ele.

Quando as pessoas vêm a sua igreja, com quem elas se encontram – com a Esther ou com o Jack? A diferença é enorme e determina se as pessoas voltam ou não. E não termina aí, isto determina as histórias que elas contam para os outros.

São coisas pequenas como um sorriso, ir com alguém ao invés de apontar o caminho e procurar tornar a experiência deles impressionante ao caminhar a segunda milha. Quando eu viajo para as igrejas, o seu nível de serviço ao cliente fica evidente imediatamente. Os encarregados do estacionamento são rápidos inteirados sobre como agir? Os recepcionistas estão prestando atenção e buscando maneiras de servir? O pessoal da diplomacia está conversando entre eles ou tomando conta dos convidados?

Quando as pessoas vêm a sua igreja, com quem elas se encontram – com a Esther ou com o Jack?

Eu não estou oferecendo “Os 7 princípios da Hospitalidade” ou “As 5 Etapas para um Ótimo Serviço ao Cliente.” Acho que as histórias já fizeram este trabalho. Mas vou deixar algumas perguntas para fazê-lo pensar de uma maneira prática:

- A cultura da sua equipe e líderes é a de servir melhor e um pouco mais? Há alegria genuína no serviço ou ele é mais “a coisa certa a fazer”? A hospitalidade é feita de um modo mecânico ou vem livremente, naturalmente e de coração?
- As suas equipes de “primeiras impressões” andam a segunda milha ou fazem apenas o trabalho? São bem treinadas, inspiradas e motivadas? As pessoas querem estar nestas equipes?
- Quando você pensa nas suas equipes de Primeiras Impressões, você tem muitos como a Esther? O que pode você fazer para desenvolver mais pessoas? Você tem alguns como o Jack? O que pode você fazer para remediar este problema?

Espero que minhas duas histórias o inspirem a olhar mais de perto o serviço ao cliente na sua igreja e que avancem um ou dois pontos. É muito importante.

Liderança Ministerial é uma publicação periódica sem vínculo denominacional com o objetivo de compartilhar artigos de interesse para membros da liderança de sua Igreja. Para solicitar sua inclusão ou exclusão da lista de distribuição, escreva para wzuccherato@terra.com.br

Tradução para o português Silvia Giusti. Editor e revisor, Wilson R. Zuccherato

Texto originalmente publicado em inglês por The Pastor’s Coach – Junho de 2012. Acesse diretamente o site do autor (em inglês) em <http://leadsharp.org>

Você pode encontrar qualquer número antigo do “Liderança Ministerial” no site da Igreja Metodista – 5ª. Região Eclesiástica no seu tópico Liderança: <http://5re.metodista.org.br>

¹ Equivalente a mais de 210.000 quilômetros