



ATENDIMENTO AO CLIENTE: O PODER DA EMPATIA E PERSONALIZAÇÃO

No cenário atual, o atendimento ao cliente enfrenta uma crescente demanda por personalização e humanização. Os consumidores buscam interações que não apenas solucionem seus problemas, mas que também demonstrem empatia e compreensão desde o primeiro contato com a PinPag.

A pesquisa "Consumidor do Futuro 2023", realizada pela consultoria WGSN a pedido do SEBRAE-RJ, destaca a importância da empatia como tendências-chave para melhorar os relacionamentos com os clientes.

Coloque-se no lugar do cliente! A empatia é a base para um atendimento eficaz. As equipes de atendimento, tanto comercial como suporte, devem se esforçar para entender as dores e necessidades dos clientes,

ouvindo suas preocupações e complementando suas percepções com avaliações internas. Isso requer um mergulho profundo no mundo do cliente, identificando suas motivações, preocupações e expectativas.

Priorize a resolução satisfatória! Os clientes esperam que suas experiências com a PinPag sejam satisfatórias e resolutivas. Isso significa que todas as interações devem ser orientadas para resolver os desafios dos clientes. Garantir que os clientes saiam satisfeitos de cada interação é fundamental para manter sua fidelidade. Embora a tecnologia seja uma ferramenta valiosa, a humanização continua sendo essencial.

Em resumo, o atendimento ao cliente exige empatia, personalização e a integração de tecnologia de forma inteligente. As equipes que atendem clientes devem abraçar esses princípios para construir relacionamentos sólidos e atender às crescentes demandas por um atendimento mais humano e eficiente, fazendo com que a PinPag seja a primeira opção do nosso cliente.

A BATALHA SOBRE OS JUROS DO CRÉDITO ROTATIVO - RESUMO DAS ÚLTIMAS NOTÍCIAS

A Febraban declarou que não tem a intenção de eliminar as compras parceladas sem juros no cartão de crédito, pois considera essa modalidade importante para o consumo. No entanto, eles estão procurando maneiras de reformular o sistema de rotativo e melhorar o parcelamento de compras devido à alta inadimplência nas compras parceladas a longo prazo, especialmente entre os consumidores de baixa renda.

Ricardo Vieira, diretor executivo da Abecs, acredita que o modelo atual precisa ser mantido, mas com ajustes para reduzir as taxas de rotativo de forma orgânica e gradual. Ele adverte que estabelecer um tabelamento das taxas poderia ter consequências negativas na economia, incluindo uma possível diminuição na oferta de crédito e até mesmo o cancelamento de cartões já emitidos pelos bancos.



Renato Meirelles, presidente do Instituto Locomotiva, que realiza pesquisas sobre o consumo popular, argumenta que o fim das compras parceladas sem juros poderia desacelerar a economia. Ele propõe como alternativa a autorização da portabilidade das dívidas dos cartões de crédito, semelhante ao que ocorre com financiamentos imobiliários. Além disso, ele sugere a implementação de limites mensais para o parcelamento, especialmente para a população de baixa renda, destacando que o parcelamento sem juros é essencial para permitir que as pessoas antecipem despesas e enfrentem situações imprevistas, como compras emergenciais devido a imprevistos domésticos.



CURIOSIDADES - COMO NASCEU O PRIMEIRO CARTÃO DE CRÉDITO (Parte 1)

A história do cartão de crédito começou no final de 1949, quando o advogado Frank McNamara marcou um almoço de negócios com outros executivos em um restaurante de Nova York. Quando o garçom trouxe a conta, Frank percebeu que tinha esquecido sua carteira no quarto do hotel. O proprietário do restaurante, depois de alguma conversa, permitiu que ele pagasse a conta em outro dia, mediante a sua assinatura na nota de despesas. Depois desse episódio embaraçoso, o senhor McNamara teve uma ideia que iria revolucionar a forma de pagamento no mundo: o cartão de crédito.

Assim, em fevereiro de 1950, Frank e seu sócio Ralph Schneider voltaram ao mesmo restaurante e na hora de pagar a conta, ele tirou de sua carteira um pequeno cartão, contendo o nome do dono, e feito de papel cartão, que se chamava THE DINERS' CLUB CARD. Para administrar o cartão de crédito, Frank McNamara e mais três sócios, criaram a empresa DINERS CLUB. (Esta história continua na próxima edição)

ANIVERSARIANTE DA SEMANA

(19/9 a 25/9)

19 de setembro - Jorge Luis da Silva - Regional 1

23 de setembro - Marcos Paulo de Castro - Desenvolvimento