

	<p>06 a 10 de Outubro de 2008 Olinda - PE</p>
---	---

Curso de Relacionamento Comercial e Marketing para Eletricistas		
Mônica Calicchio de Britto	Antonieta Dias de Oliveira	Márcia Saúde Soares Coimbra
Cemig	Cemig	Cemig
mcbritto@cemig.com.br	nieta@cemig.com.br	marciass@cemig.com.br

<p>PALAVRAS CHAVE:</p> <p>Eletricista, Imagem, Relacionamento, Treinamento.</p>

<p>DADOS DA EMPRESA:</p> <p>Nome: Cemig Endereço: Av. Barbacena, 1200 – BH - MG Telefone/fax: (31)3506-3711 E-mail: www.cemig.com.br</p>

RESUMO

Este projeto pretende descrever a implantação, dentro da Cemig Distribuição, de um treinamento específico para eletricistas sobre o relacionamento comercial da Empresa com seus clientes.

O objetivo desse treinamento é inserir o eletricista no contexto comercial, como um dos mais importantes canais de relacionamento da Cemig.

Para atingir esse objetivo, foi criado um módulo de Relacionamento Comercial e Marketing, dentro do curso regular de Reciclagem de Eletricistas da Cemig, ministrado na Escola de Formação e Aperfeiçoamento Profissional – EFAP, em Sete Lagoas – MG.

Essa atuação em sala de aula possibilita:

- monitoramento do relacionamento dos eletricistas com os clientes.
- Monitoramento do relacionamento dos eletricistas com as áreas da Cemig.
- Monitoramento da infra-estrutura de trabalho dos eletricistas.
- Aumento da qualidade das informações comerciais recebidas e repassadas pelos eletricistas.
- Redução do estresse no relacionamento com clientes.
- Respostas imediatas e mais precisas no relacionamento presencial com os clientes.
- Melhoria da imagem interna e externa do eletricista Cemig.
- Melhoria da auto-estima dos eletricistas.
- Melhoria da motivação para o trabalho dos eletricistas.
- Melhoria da imagem pública da Cemig.

1. INTRODUÇÃO

O relacionamento dos eletricitistas da Cemig com os clientes sempre representou um desafio ao Relacionamento Comercial da Empresa.

Os clientes da Cemig estão espalhados por 774 municípios, em cerca de 95% do Estado de Minas Gerais, cuja extensão territorial é de 567.478km². Isso corresponde a cerca de 479.429,80km de rede de distribuição e a uma variedade enorme de culturas, hábitos, tradições e até de dialetos.

Além disso, o novo contexto do setor elétrico, onde o cliente deixa de ser apenas um consumidor e passa a determinar a qualidade do serviço recebido, redefine os rumos do atendimento das concessionárias e traz à tona desafios e oportunidades imperdíveis. Uma dessas oportunidades é, sem dúvida, a relação mais próxima entre cliente e o maior representante da Empresa: o eletricitista.

A construção de uma relação pautada em confiança, objetividade e solução de problemas em tempo real é o que esse trabalho pretende apresentar, em cinco etapas.

A primeira etapa traz uma breve descrição do histórico da implantação do curso. A segunda descreve o processo de formatação do conteúdo programático das aulas. A terceira etapa apresenta a reformulação do conteúdo programático, frente às mudanças internas da Empresa e as mudanças do mercado consumidor. A quarta etapa apresenta a metodologia utilizada para avaliar os resultados do trabalho. E, finalmente, na quinta etapa, são apresentadas as conclusões com a descrição dos principais resultados percebidos com o curso e as propostas para continuação e melhoramento do módulo.

2. DESENVOLVIMENTO

2.1. Histórico da Implantação do Curso

O investimento constante na qualidade dos serviços prestados ao cliente e a preocupação com a capacitação de seus empregados, fez com que a Cemig, em meados de 2002, criasse o Curso de Reciclagem de Eletricitistas, que seria coordenado pela Superintendência de Recursos Humanos, na Escola de Formação e Aperfeiçoamento Profissional – EFAP, na cidade de Sete Lagoas.

A proposta inicial desse curso era contemplar toda a parte técnica e operacional do serviço de campo, além de reciclar conceitos e procedimentos de segurança.

Além disso, como a Distribuição da Cemig está dividida em Gerências Regionais – em função do tamanho do Estado – esse curso de reciclagem garantiria o desenvolvimento compartilhado entre as regiões e a unificação de uma linguagem comercial.

Dentro dessa perspectiva e, percebendo que o eletricitista tem presença cada vez mais significativa no relacionamento com os clientes, a área comercial (então, Superintendência de Marketing) foi convidada para elaborar e ministrar um módulo chamado Relacionamento Comercial e Marketing, com duração de quatro horas, que preparasse o eletricitista para o correto cumprimento de seu papel no atendimento aos clientes.

Com previsão inicial de treinar 500 eletricitistas por ano, o público alvo desse Curso de Reciclagem seria os 3.154 (três mil, cento e cinquenta e quatro) eletricitistas da Cemig, assim subdivididos:

- 2.586 Eletricitistas de Linhas e Redes de Distribuição
- 162 Eletricitistas de Linhas e Redes de Transmissão

- 369 Eletricistas de Linhas e Redes de Distribuição – Aprendizes
- 37 Eletricistas de Linhas e Redes de Transmissão – Aprendizes

2.2. Formatação do Conteúdo Programático do Curso

Com o envolvimento de profissionais cuja formação era bem diferente da engenharia dominante na Empresa, a então Superintendência de Marketing optou por elaborar um conteúdo programático, ainda que técnico, mas com um forte viés humanizado, priorizando as relações interpessoais.

O primeiro passo para a implantação do Módulo de Relacionamento Comercial e Marketing foi identificar as necessidades de campo dos eletricitas. Para isso, foi criado grupo de trabalho, composto por empregados da então Gerência de Marketing Comercial, para coletar informações e que acompanhou equipes de campo, em várias regiões do Estado, verificando a rotina de trabalho dos eletricitas.

Compuseram esse grupo de trabalho, os empregados:

Antonieta Dias de Oliveira

Graduação: Estudos Sociais, História e Administração de Empresas

Especialização: Marketing

Eduardo Henrique Campolina Franco

Graduação: Administração de Empresas

Especializações: MBA Executivo e Finanças e Controladoria

Márcia Saúde Soares Coimbra

Graduação: Comunicação Social – Relações Públicas

Especialização: Gestão Estratégica de Marketing

Mônica Calicchio de Britto

Graduação: Comunicação Social – Publicidade, Marketing e Propaganda

Especializações: Gestão Estratégica, Psicanálise Humana, Leitura e Mapeamento Corporal

Com as informações coletadas e o exercício de observação *in loco*, foram identificadas as dificuldades e as necessidades básicas, em nível comercial, dos eletricitas da Distribuição da Cemig.

A partir daí, foi formatado o seguinte conteúdo programático:

Produto

- Importância do produto energia elétrica para o cliente
- Abordagem do conceito em conforto, lazer, segurança, produção, saúde
- Mudança de percepção do cliente

Marketing

- Definição de Marketing, de mercado e cliente
- Composto de Marketing
- Segmentação de mercado
- Atendimento
- Apresentação Pessoal

Competitividade

- Reestruturação do setor elétrico
- Matriz de posicionamento estratégico
- Programas Sociais do Governo Federal
- Política de Atendimento da Cemig
- Tarifas

Comunicação Corporal

- Relacionamento interpessoal
- Posturas sociais (agregação, dissipação, agressividade, acolhimento)
- Sedução / conquista
- Competição social
- Sexualidade / assédio

Esse conteúdo programático foi utilizado até o ano de 2004.

2.3. Reformulação do Conteúdo Programático em 2004

Em 2004, a Diretoria de Distribuição e Comercialização da Cemig sofreu uma grande reestruturação interna, gerando mudanças significativas, não apenas no organograma da Empresa.

A fusão de duas superintendências da área comercial foi responsável pela criação da atual Superintendência de Relacionamento Comercial.

Essa nova superintendência acumulou funções, o que obrigou a alteração do conteúdo programático das aulas ministradas no Curso de Reciclagem de Eletricistas, sem que, no entanto, fosse necessário alterar o nome do módulo oferecido.

Além disso, havia o fato de que a Cemig passou a adotar uma postura mais pro-ativa, nos últimos anos, valorizando ainda mais a relação pessoal com o cliente. A Política de Relacionamento, por exemplo, contempla vários canais de atendimento que facilitam e agilizam o contato do cliente com a Empresa.

Um desses canais é a figura do Eletricista, que passou a ocupar um lugar de destaque nas respostas obtidas nas pesquisas de satisfação de clientes.

Em função desse novo cenário, a Gerência de Coordenação do Relacionamento com Clientes e Marketing – atual coordenadora do módulo de Relacionamento Comercial e Marketing – definiu que o conteúdo programático do curso deveria:

- divulgar o trabalho de desenvolvimento/aperfeiçoamento dos canais de relacionamento e o papel do eletricista nesse contexto;
- esclarecer sobre a composição tarifária e os índices de reajustes anuais, uma vez que os eletricistas são frequentemente questionados sobre o aumento das contas de energia elétrica;
- esclarecer sobre a existência de programas sociais e educativos para informações posteriores aos clientes;
- favorecer o entendimento do conceito de Marketing;
- proporcionar a compreensão do comportamento empresarial, para gerar resultados positivos no relacionamento com o cliente;

- melhorar os processos de relacionamento interpessoal, garantindo o bom atendimento ao cliente e a saúde emocional e psicológica do eletricitista.

Desse modo, o novo conteúdo ficou assim definido:

Institucional

- Contextualização do eletricitista no organograma da Cemig – visão comercial

Marketing e Produto

- Definição de Marketing, de Mercado e Cliente
- Diferenciação entre Produto e Serviço
- Representatividade da Cemig no Estado

Canais de Relacionamento da Empresa

- Conselho de Consumidores
- Agente de Relacionamento
- Agência de Atendimento
- Fale com a Cemig
- Canal Procon
- Canal Movimento das Donas de Casa
- Posto de Atendimento Simplificado -PAS
- Rede Cemig Fácil
- Portal Cemig
- Agência Virtual
- Cemig na Praça
- Cemig Móvel
- Cemig Postal
- O Eletricitista

Infra-estrutura da Superintendência de Relacionamento Comercial

- Coordenação do Fale Com a Cemig
- Controle da Inadimplência e Perdas
- Política de Relacionamento e Marketing
- Laboratórios – análise, aferição e calibragem de medidores
- O Serviço de Leitura
- Entrega de Faturas
- A Composição Tarifária
- O Programa de Eficientização Energética

Motivação e Valorização Individual

- O Indivíduo e o coletivo
- As relações humanas
- Os valores sociais
- Posturas de agressividade e acolhimento
- O processo de conquista – simpatia e carisma
- A sexualidade como forma de poder

2.4. Metodologia para Avaliação do Módulo de Relacionamento Comercial e Marketing

A Escola de Formação e Aperfeiçoamento Profissional da Cemig - EFAP possui um sistema oficial de avaliação mensal para o Curso de Reciclagem de Eletricitistas.

Essa avaliação é feita através dos questionários abaixo anexados (Figuras 1 e 2).

AVALIAÇÃO DA REAÇÃO/EFICIÊNCIA DO TREINAMENTO TÉCNICO					
					CEMIG
Curso:	RECICLAGEM DE ELETRICISTAS			Código:	
Período:				Nº de alunos:	
Módulo:	RELACIONAMENTO COMERCIAL E MARKETING			Período:	
Instrutor:	MÔNICA CALICCHIO			Órgão:	
Escala de Avaliação:	Fraco	Regular	Bom	Excelente	Nº de avaliadores
	1 a 5	6 a 7	8 a 9	10	
Avaliação do curso					
Itens					Nota
1	Conteúdo abordado				
2	Equilíbrio entre teoria e prática				
3	Adequação da carga horária ao conteúdo do curso				
4	Material didático				
5	Recursos utilizados				
Dê uma nota geral ao curso: <input type="text"/>					
Você recomendaria este curso? <input type="text"/> Sim. <input type="text"/> Não. <input type="text"/> Após alterações.					
Sugestões de Melhorias Relativas ao Curso/Módulo					

Figura 1 - Formulário de Avaliação da EFAP - Módulos.

AVALIAÇÃO DA REAÇÃO/EFICIÊNCIA DO TREINAMENTO TÉCNICO - INSTRUTOR					
Curso:				Código:	
Período:				Nº de alunos:	
Módulo:				Período:	-
Instrutor:				Órgão:	
Escala de Avaliação:	Fraco	Regular	Bom	Excelente	Nº de avaliadores
	1 a 5	6 a 7	8 a 9	10	
ITENS					NOTA
1	Habilidade Técnica: Nível de conhecimento técnico, normas e padrões internos.				
2	Planejamento e Organização: Cumpre a programação pré-estabelecida para o curso, os horários e				
3	Segurança no Trabalho: Conhece as normas de segurança, faz uso adequado dos equipamentos de				
4	Entusiasmo pelo Trabalho: Demonstra interesse, entusiasmo e determinação na execução de suas				
5	Trabalho em Equipe: Habilidade de interagir com os treinandos, saber ouvir, buscar alternativas e estar				
Observações Referentes ao Instrutor					
Local:			Aplicador:		

Figura 2 - Formulário de Avaliação da EFAP - Instrutor

Além disso, a Gerência de Coordenação do Relacionamento com Clientes e Marketing também oferece uma ficha de avaliação, ao final de cada aula, para preenchimento dissertativo, com a seguinte orientação: “Esse espaço é seu. Ele é feito para receber toda e qualquer observação sobre o seu serviço. Fique à vontade para fazer críticas e sugestões. Não é necessário colocar seu nome, órgão, ou qualquer outra coisa que o identifique. A Coordenação garante o seu anonimato. Ao terminar o preenchimento, devolva-o para a facilitadora desse módulo. Obrigada”.

Os resultados obtidos, no período de abr/2003 a out/2007, com os **Eletricistas** (ao todo, 1.976 treinandos), são apresentados a seguir, na figura 3:

RECICLAGEM DE ELETRICISTAS – 2003 a 2007		
MÓDULO DE RELACIONAMENTO COMERCIAL E MARKETING		
ÁREA 5 - SOBRE O MÓDULO DE MARKETING E SUGESTÕES	Frequência	%
Elogios sobre o Módulo	1646,60	83,33%
Solicitação de extensão do Módulo para as chefias	329,40	16,67%
TOTAL DE OCORRÊNCIAS	1976	100,00%

Figura 3 – Compilação de dados 2003 - 2007.

Ainda dentro dessa avaliação, foram analisados, no mesmo período, os assuntos que mais se destacaram (figura 4), sob a ótica dos eletricitistas:

RECICLAGEM DE ELETRICISTAS – 2003 a 2007		
MÓDULO DE RELACIONAMENTO COMERCIAL E MARKETING		
MANIFESTAÇÕES SOBRE	Frequência	%
CANAIS DE RELACIONAMENTO COM CLIENTES	225,86	11,43%
PAPEL COMERCIAL DO ELETRICISTA	1189,55	60,20%
EMPREITEIRA E TERCEIRIZAÇÃO	189,50	9,59%
PROCESSOS CEMIG	274,27	13,88%
SUGESTÕES DE MELHORIA PARA O MÓDULO	96,82	4,90%
TOTAL DE OCORRÊNCIAS	1976	100,00%

Figura 4 – Itens que receberam mais destaque nas avaliações.

Os resultados obtidos no período de 2003 a 2007, **com os Clientes**, também foram bastante significativos, a exemplo da pesquisa de 2006, apresentada abaixo (figura 5):

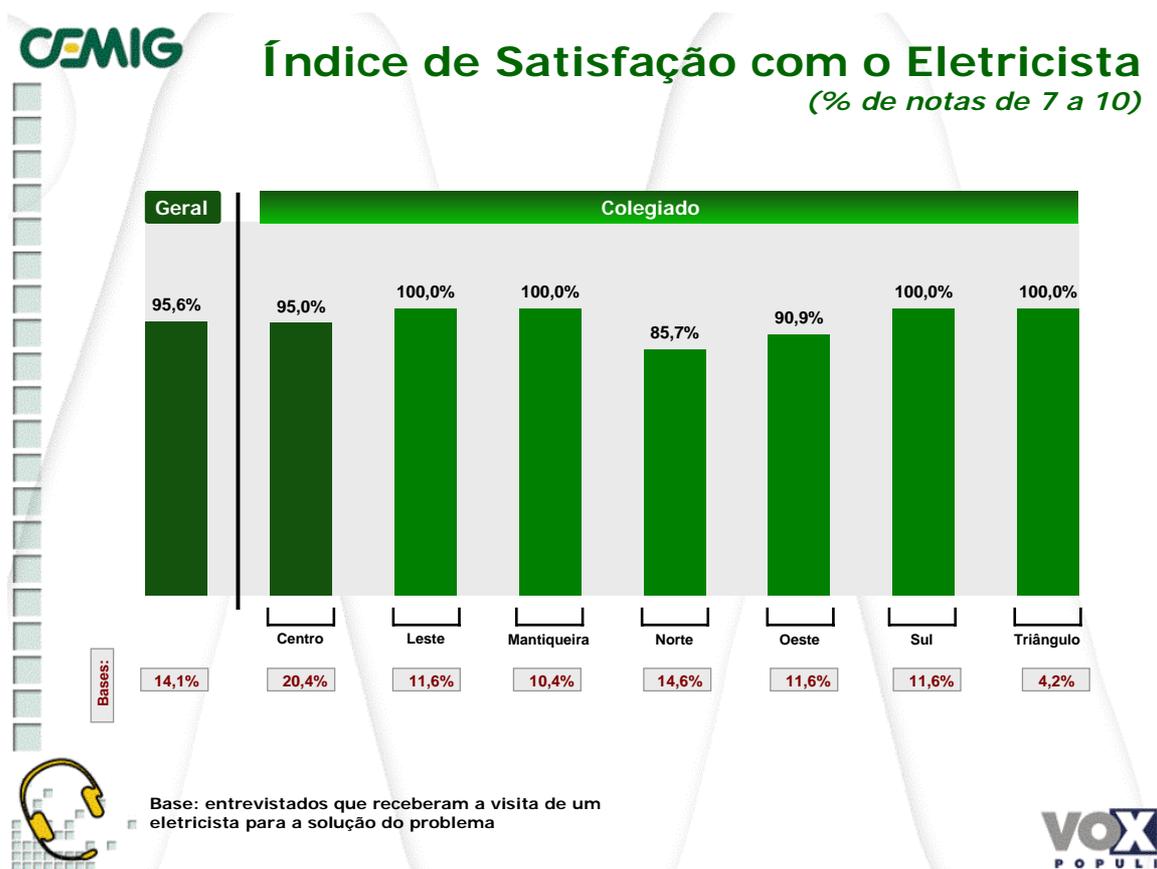


Figura 5 – Pesquisa Quantitativa Satisfação dos Clientes Cemig - Vox Populi – Junho 2006

Com esses instrumentos, vem sendo possível fazer um acompanhamento real dos resultados do módulo de Relacionamento Comercial e Marketing, oferecido no Curso de Reciclagem dos Eletricistas da Cemig.

3. CONCLUSÃO

O monitoramento da atuação do eletricista da Cemig, dentro do novo modelo de relacionamento comercial, resultou em diversos ganhos para a Empresa.

Internamente, o principal resultado foi o despertar da Empresa como um todo (Cemig Distribuição), para a real importância do eletricista, no relacionamento com os clientes.

Hoje, o Curso de Relacionamento Comercial e Marketing é considerado pelos gerentes como um aliado importante no relacionamento com o cliente, refletindo diretamente nos resultados das pesquisas de satisfação, existentes no setor elétrico.

Além disso, vários depoimentos pessoais deixam claro que, com o curso, os eletricistas perceberam o significado de seu papel comercial e reacenderam o orgulho de exercer sua função.

A seguir, alguns depoimentos anônimos, escritos pelos eletricitas, na Ficha de Avaliação do curso:

“Antigamente, o cliente era um tal de Rei. Hoje, a gente percebe que o cliente é parceiro. E não tem nada mais gratificante do que atender bem um parceiro”.

Anônimo – Turma 16 – 2003

“Eu tenho 23 anos de Cemig e sempre soube que eu era mais do que um fazedor de tarefa. Nesse curso, em tão pouco tempo, consegui dar nome para as coisas que eu fazia e nem sabia direito explicar. É bacana ver que a Cemig, e não apenas eu, enxerga o eletricitista como um agente de relacionamento.”

Anônimo – Turma 19 – 2005

“Esse curso desmistifica aquela coisa de que homem precisa ser durão. É bom saber que se a gente for gentil, vai provocar a gentileza do cliente”.

Anônimo – Turma 2 – 2006

“Não é só eletricitista que devia fazer esse curso. Supervisor, gerente, terceirizado e até alguns clientes deviam assistir essa aula. Aqui a gente aprende a tratar as pessoas, se respeitar e impor respeito”.

Anônimo – Turma 12 – 2007

Externamente, o curso também se mostrou bastante eficaz, haja vista os últimos resultados – já apresentados anteriormente – das pesquisas de satisfação de clientes, refletindo, inclusive na premiação recente (2007) do IASC, que elegeu a Cemig como a Melhor Empresa de Energia Elétrica do Sudeste.

A estruturação e os resultados desse curso permitiram à Cemig ter uma percepção mais definida do papel do empregado que, literalmente, veste a camisa da Empresa.

É o eletricitista que – uniformizado – tem a “cara” da Cemig.

E é, justamente, esse eletricitista que, aos olhos do Cliente, representa a imagem, o comportamento e o comprometimento da Cemig com a sociedade.

A sugestão do eletricitista anônimo, da turma 12 de 2007, para nós, passou a ser um novo desafio.

Estender esse curso aos supervisores e aos demais empregados da área comercial – inclusive terceirizados – passou a ser prioridade absoluta.

Certamente, o final desse projeto, ora apresentado, nada mais é do que o início de um novo e gratificante trabalho.

*São as nossas atividades que nos levam à felicidade. E as
atividades contrárias nos levam à situação oposta.
Aristóteles.*

4. BIBLIOGRAFIA

1 FICHAS DE AVALIAÇÃO DA EFAP

2 FICHAS DE AVALIAÇÃO DE CURSO DA MK/MC E RC/RM

3 SITE CEMIG: www.cemig.com.br - *Recursos Humanos – Treinamento*

4 PESQUISA VOX POPULI 2005/2006