

MÉTODO GRAF

Transforme Contatos em Clientes Fiéis





GERENCIAMENTO DE RELACAO

- Cordialidade
- Alegria
- Simpatia
- Interesse



RECONHECIMENTO DA NECESSIDADE DO CLIENTE

- Entender o que o cliente está procurando:
- Almoço/Jantar - Confraternização, Família, Romântico, Social
- Valor dos pratos
- Datas e horários
- Quantidade de pessoas



APRESENTAÇÃO DAS OPÇÕES

- Sugestão de cardápio
- Passar valores
- Oferecer promoções
- Enviar fotos dos produtos



FECHAMENTO

- Trazer o cliente a fazer uma reserva ou gerar compromisso, reforçando as vantagens de reserva imediata:
- Oferecer desconto ou brinde para o cliente marcar uma data.



G R A A F

GERENCIAMENTO DE RELACAO

CRIANDO CONEXÃO E CONFIANÇA

O primeiro contato com o cliente define toda a experiência dele com sua marca. Nesta etapa, o objetivo é criar um ambiente agradável, onde o cliente se sinta bem recebido e confortável para conversar.

Como aplicar:

- ✓ **Cordialidade:** Cumprimente de forma amigável e educada. Um simples "Olá! Tudo bem?" já torna a interação mais humana.
- ✓ **Alegria e Simpatia:** Um tom de voz animado ou mensagens bem escritas demonstram interesse genuíno.
- ✓ **Interesse Real:** Faça perguntas abertas, como "O que você está buscando hoje?" para entender melhor a necessidade do cliente.

EXEMPLOS DE USO

Cliente: "Oi, queria saber valores de rodízio." (nesse momento, o nome do cliente deve aparecer pra você se ele entrou em contato pelo whatsapp ou instagram. se for uma chamada telefonica, pergunte o nome do cliente em seguida)

Atendente: "Oi, **nome do cliente** ! Eu sou o **fale seu nome** ! Bem-vindo ao Kasuo Sushi !

Continua na etapa → Reconhecimento das necessidades do cliente

Ao criar essa conexão inicial, o cliente se sente mais à vontade e mais propenso a te ouvir e ir para a próxima etapa.



GRAAF

RECONHECIMENTO

DA NECESSIDADE DO CLIENTE

PERSONALIZAÇÃO É A CHAVE

ENTENDER O QUE O CLIENTE ESTÁ PROCURANDO:

- Almoço/Jantar - Confraternização, Família, Romântico, Social
- Valor dos pratos
- Datas e horários
- Quantidade de pessoas

Aqui, o foco é entender exatamente o que o cliente busca para oferecer a melhor solução. Cada pessoa tem uma motivação diferente ao procurar um restaurante, e identificar isso rapidamente é essencial para um atendimento eficiente.

Como aplicar:

Perguntar e ouvir atentamente: Faça perguntas estratégicas para entender o contexto da compra.

Segmentar o pedido: Identifique se é para consumo individual, casal, família ou confraternização.

Considerar fatores como preço e horário: Se o cliente demonstrar preocupação com o valor, já direcione para opções acessíveis ou promoções.

EXEMPLOS DE USO

Atendente: " Quando você pretende vir ?

Cliente: Sábado à noite

Atendente: E quantas pessoas vão te acompanhar ?

Cliente: Vou com dois amigos

Atendente: Perfeito. Vou te passar os valores então!

[Continua na etapa → Apresentação das Opções](#)

Nessa etapa, faça as perguntas que forem necessárias para que você garanta uma boa experiência ao cliente quando ele vier ao restaurante.

Com essas perguntas, o cliente se sente compreendido e a resposta dele guiará a próxima etapa.



GRAAF

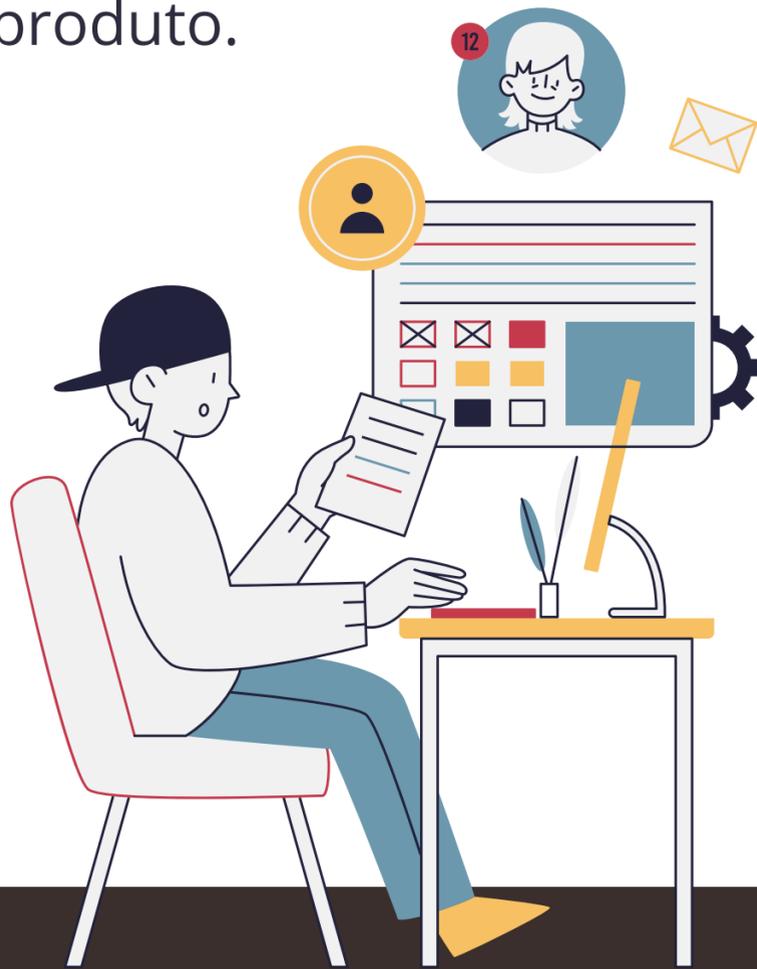
APRESENTAÇÃO DAS OPÇÕES

ENCANTANDO O CLIENTE COM AS MELHORES ESCOLHAS

Com as informações coletadas, é hora de apresentar as opções que fazem mais sentido para o cliente. O segredo aqui é ser claro e objetivo, destacando benefícios e diferenciais.

Como aplicar:

- ✓ Sugerir com base no que o cliente disse: Indique pratos que atendam à necessidade dele.
- ✓ Destacar benefícios: Promoções, ingredientes especiais, tempo de entrega rápido, etc.
- ✓ Enviar imagens: Fotos de qualidade aumentam o desejo do cliente pelo produto.



EXEMPLOS DE USO

Atendente: [Envia a imagem do rodízio tradicional]

Atendente: E temos também o Rodízio Premium, que vale muito a pena !

Atendente: Vocês gostam de camarão, lula e picanha ?

Cliente: Eu não gosto muito de camarão e lula, mas meus amigos gostam

Atendente: Maravilha. Vou te passar o cardápio premium também para você decidir, pois por uma pequena diferença, vocês têm o cardápio completo

Atendente: [Envia a imagem do Rodízio Premium]

Cliente: Beleza, vou ver com eles então

[Continua na etapa → Fechamento](#)

Aqui, o cliente está sentindo muita confiança no restaurante, pois atendeu todas as suas expectativas, mas ainda não decidiu se vai vir ao restaurante ou não. Agora chegou o momento de fazê-lo gerar compromisso, na etapa de fechamento.



GRAF

FECHAMENTO

TRANSFORMANDO O INTERESSE EM VENDA

Agora é o momento de levar o cliente a tomar uma decisão. Muitas vezes, ele pode estar indeciso, então é essencial criar um senso de urgência e reforçar os benefícios da compra imediata.

Como aplicar:

- ✓ Gerar compromisso: Incentive o cliente a fechar a compra no momento.
- ✓ Criar urgência: Ofereça descontos por tempo limitado ou brindes exclusivos.
- ✓ Reforçar os benefícios: Lembre o cliente das vantagens de pedir agora.



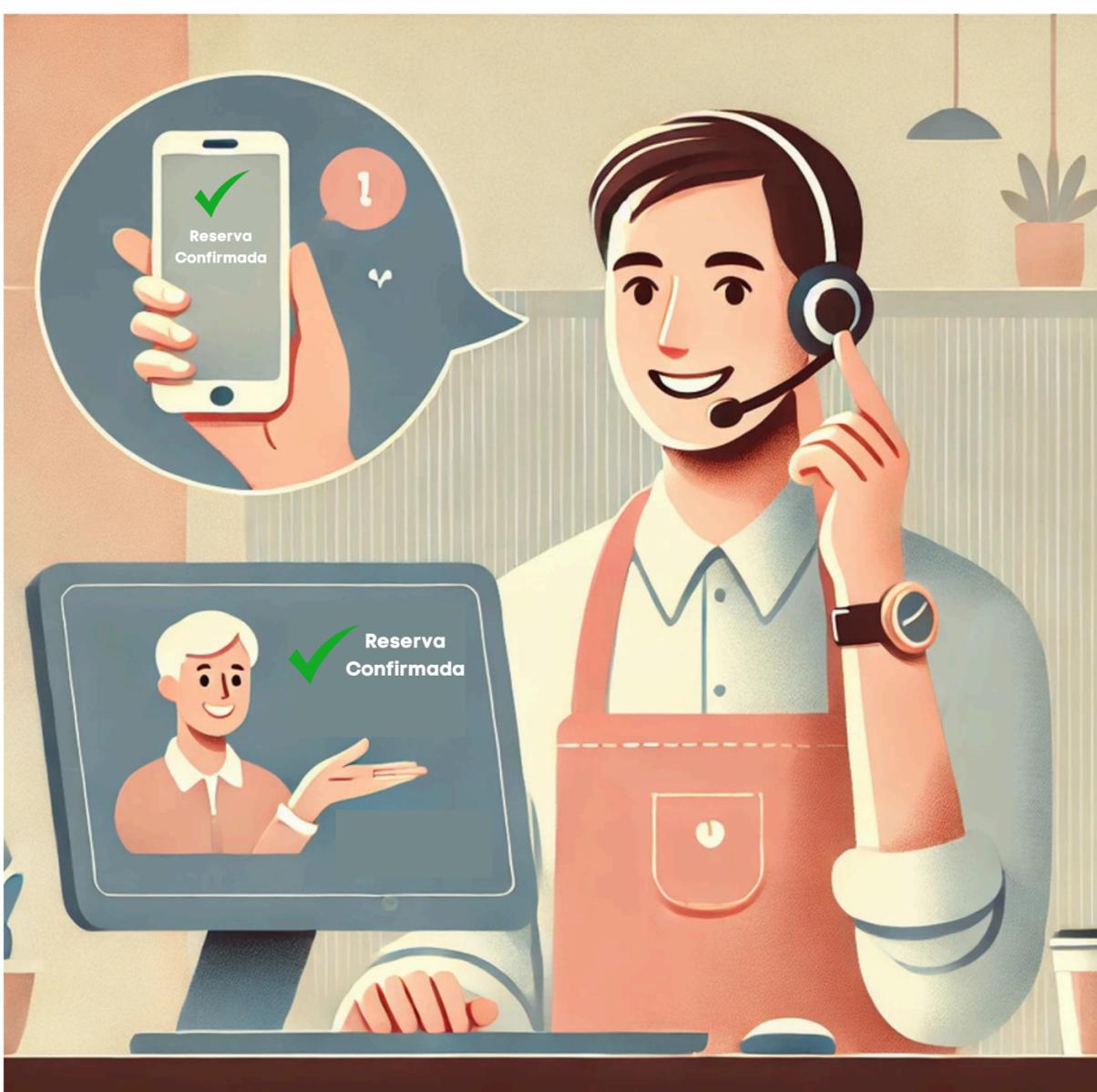
EXEMPLOS DE USO

Atendente: Perfeito, **nome do cliente** ! Posso agendar sua visita para **sábado à noite** então ? (Essa data foi colhida na etapa de Reconhecimento das necessidades do cliente)

Cliente: Não precisa não, ainda vou confirmar com eles.

Atendente: Maravilha, **nome do cliente**. ! Mas olha, essa promoção especial termina hoje e, se você reservar agora, ainda ganha uma sobremesa grátis. Posso garantir pra você?"

Esse pequeno empurrão final pode ser o diferencial entre uma reserva confirmada e um cliente perdido.



O Método GRAF transforma o atendimento ao cliente em uma ferramenta poderosa de vendas. Com ele, cada interação se torna estratégica, aumentando as chances de conversão e fidelização. Aplicando essas técnicas, sua equipe não apenas atenderá melhor, mas venderá mais!



CodClick

CREATE A NEW WAY