

Acelere seu sucesso !

Acelere seu sucesso !
por Sérgio Almeida

Pratique marketing de relacionamento

Definitivamente, o “marketing de emboscada” está morto! Durante todo o século passado, as empresas e os profissionais praticaram em larga escala a venda da emboscada. Seja na propaganda, na publicidade, ou na venda propriamente dita; o importante era “atrair” o cliente para comprar de qualquer maneira, e como cantava o Tim Maia, “vale tudo”; inclusive a mentira, o engodo. Para o cliente o mercado era um verdadeiro “salve-se quem puder”. O cliente sempre desconfiado (e com razão!) esperava ser enganado, lesado, a todo e qualquer instante. O cliente tinha um comportamento defensivo, mesmo por que era difícil reclamar (Para quem? Como? Onde?)

Deixe de dar “marchar ré”jamais engane um cliente!

Este período acabou (se bem que muitas empresas e profissionais, ainda não se deram conta disto). Enganar o cliente ficou mais difícil e caro. Hoje, o consumidor tem como aliado o excelente Código de Defesa do Consumidor, a mídia (falada, impressa e televisiva), ávida a denunciar, a literalmente “por a boca no trombone”, denuncia abusos contra os consumidores. Lembro de um recente movimento de algumas empresas, em diminuir a quantidade para aumentar o preço (foi papel higiênico de 40 metros, virando 30, etc,etc). A resposta foi rápida e enérgica: consumidores, imprensa, órgãos de defesa do consumidores e normativos, jogaram pesado e fizeram muita gente recuar. O saldo disto tudo? Muita marca de “Nome”, de “prestigio”, ou melhor, “ex –prestigiada”, saiu arranhada do episódio. Possivelmente a cabeça de alguns “marketeiros dinossáuricos” que, ignorando os novos sinais do mercado, ainda insistem em pensar e agir como se o consumidor fosse um “otário”. Em um mercado, crescentemente hipercompetitivo, onde o cliente tem cada vez mais força, encantá-lo é uma exigência!

Ética, transparência, valores positivos, ganha-ganha, passam a ser condições sine qua non, para fazer negócios com os clientes hoje.

Mas, isto só não é suficiente....,

Engate a “ primeira” e avance! Preste um ATENDIMENTO nota 10!

Acelere seu sucesso !

Atendimento fantástico é uma obrigação de todos da empresa (do presidente ao office – boy). A cada Momento da Verdade que o cliente tiver na empresa, seja pessoalmente, via telefone, e-mail, fax, etc, a empresa, através de seus representantes (funcionários, executivos), tem que causar uma fantástica impressão. Como fazer isto? De muitas maneiras: agilidade, cortesia, atenção, limpeza, pequenas mordomias, jornais e revistas atualizados, predisposição, enfim, tem-se que encantar o cliente a cada instante, através das atitudes de todos.

Atendimento, hoje, é um extraordinário diferencial. Aqui para nós, produto virou “comodity” (com todo respeito a quem tem produto diferencial, a qualquer hora ele pode perder esta vantagem). Produtos são facilmente copiados. Preço? Pior, os concorrentes estão de olho, e a cada movimento eles podem baixar, mais ainda. Neste caso, a reação é quase instantânea. Resta o atendimento, como forte fator diferencial. Lembre-se, a todo instante o cliente testa a empresa, em cada momento da verdade. Pesquisas da US News demonstram que 68% das vezes que o cliente vai embora, ele toma esta atitude em função de um mau atendimento.

Qualidade de atendimento: aqui reside muitos problemas, riscos e oportunidades. Diferencie-se!

Engate a marcha de velocidade. Acelere!

OK! Muito bem, é preciso atender o cliente de forma extraordinária, não só na pré-compra e na compra, mas, principalmente, no pós-compra (atendimento, assistência técnica, suporte, etc), que é quando ele mais precisa da empresa.

Porém isso não é tudo! É preciso avançar mais!

Vender todo mundo vende, mas fazer com que o cliente volte sempre para comprar, são outros “quinhentos”. Quando o cliente compra a primeira vez, ele só está testando. Cabe a empresa mostrar (com ação, não com palavras) que “ela” é a melhor alternativa para o cliente. Além do atendimento, isso se faz principalmente no pós-venda, quando o cliente precisa da empresa (e aí? Como ele é atendido? Com presteza? Com velocidade? Com empenho e cortesia? Ou ele fica enfurecido...!).

O cliente hoje é um São Tomé; ele quer que ver para crer!

E mais do que prestar um fantástico atendimento na venda e no pós-venda, é preciso “cultivar” um extraordinário relacionamento com os nossos clientes. Para isso, é preciso entendermos definitivamente que o objetivo não é mais efetuar uma “transação” , mas sim, cultivar uma “relação” com pelo menos os principais clientes. Aqueles 20% que lhe dão 80 % do faturamento (aqui também aplica-se a Lei de Pareto).

Muito bem, e como cativar?

Siga o conselho do pequeno príncipe:

“Tu és responsável por aquilo que cativas”- Saint-Exupéry

Acelere seu sucesso !

E como fazer isto na prática?

Aqui vão algumas rápidas idéias: conheça o cliente, busque informações sobre ele, interaja periodicamente com ele, mande informações personalizadas, disponibilize-se para resolver problemas para o cliente, cumprimente-o no dia de aniversário, ligue para saber se ele está satisfeito com a compra, faça pequenas gentilezas não-programadas, etc. Enfim, deixe claro que você não está ali para só lucrar com ele, passar a mão no dinheiro, vendendo de qualquer maneira; mas sim para ajudá-lo, fazer o melhor por ele e para ele.

O mundo mudou, a maneira de fazer negócios também. Mais que conquistar clientes, é preciso se ter competência de mantê-los. A era da “transação” está morta; já vivemos a “era da relação”. Esta nova filosofia de interagir com os cliente está cada vez mais nítida para os candidatos a (sobre)viventes em mercados crescentemente competitivos.

Os indicadores são claros. A pista está bem sinalizada. Acelere!

Sérgio Almeida

consultoria@sergioalmeida.com.br

Considerado um dos mais demandados conferencistas do Brasil, na área empresarial, e o principal nos temas: "Clientes", "Atendimento", "Qualidade em Serviços" (Revista RH em Síntese, nov/96). Empresário, consultor e editor. Diretor da Sérgio Almeida Consultoria. Pós-graduado em Administração, com formação em Engenharia e Economia. Examinador do "Prêmio Nacional da Qualidade – 1993". Autor de sete livros, entre os quais os best-sellers "Cliente, nunca mais" e "Cliente, eu não vivo sem você" e o mais novo sucesso de vendas "Ah! Eu não acredito- Manual de como cativar o Cliente através de um atendimento fantástico", e do vídeo-business "Cliente Encantado", pela Commit. Criador dos métodos DMV© (Planejamento e Gestão do Encantamento do Cliente) e ENCI© (Satisfação do Cliente Interno) e dos neologismos Cliente Encantado, Clientologia e MiKroMarketing (marketing do contato). Além de palestras no Brasil, proferiu outras em Portugal e na Inglaterra. Entre seus clientes, constam: Caixa Econômica, ABN Amro Bank, O Boticário, Giroflex, Antarctica, BCP Telecomunicações, Coca-Cola, Cultura Inglesa (SP), Grupo Abril, Grupo Algar, IPT, Localiza, CTBC Telecom, Mercedes-Benz, Merck Sharp, Kaiser, Singer do Brasil, TIM, Petrobras, Eco-Resort Praia do Forte, Grupo Pão de Açúcar, Patachou, Pillsbury, Perini, Embasa, Saint Gobain, Sebrae, Senac, Schincariol, Unimeds, Banco do Brasil, CDLs, Volkswagen, entre outros.



Fonte: RH Central www.rhcentral.com.br