

Eu sou a razão... sim...sim!

Por Carla Galo

Preciso comprar uma estante, um móvel pequeno, para colocar lembranças de viagens. Aproveitei este período de liquidações pré-natal e mercados tumultuados e saí a as compras. Entrei numa conhecida rede de lojas de móveis e eletros localizada num shopping próximo de minha casa. A loja, embora em período e clima de liquidação com descontos de até cinquenta por cento, com o tema “antecipe as compras de natal”, decorada com balões e bandeirolas, estava relativamente vazia.

Logo na entrada, três vendedores discutiam animadamente a reta final do campeonato brasileiro, outro vendedor pesquisava algo com penetração num terminal de computador e os demais estavam atendendo os poucos clientes da loja.

Percorri a loja de ponta a ponta. Sem que nenhum vendedor me interpelasse. Na sessão de móveis encontrei uma estante que se enquadrava nas minhas necessidades e ainda estava com o maior desconto: cinquenta por cento. Analisei detalhes do móvel, abri e fechei gavetas, olhei a etiqueta descritiva do produto afixada ao mesmo e nenhum vendedor se aproximou.

A angústia levou-me até a frente de um espelho (teria me tornado invisível?), que alívio, lá estava minha imagem refletida... Minha patética imagem, a de uma cliente ignorada, relevada a terceiro plano ou, quem sabe lá que plano das prioridades desta empresa, um ser “invisível”. Tomei fôlego, recuperei minha auto-estima e me dirigi ao trio que continuava animadamente discutindo o campeonato brasileiro, sorridente, falei taxativa:

- *Campeonato de pontos corridos (me referindo as regras do campeonato brasileiro) é uma loucura, tudo pode acontecer...*

Um dos vendedores, pertencentes ao trio de “aspirantes a comentarista de futebol”, empolgado com minha observação, comentou:

- *Eu acho...*

Mas, eu rapidamente o interrompi com o mesmo bom humor da primeira intervenção:

- *Desculpe-me, mas não quero saber o que você acha, ou deixa de achar sobre o campeonato brasileiro, eu quero comprar uma estante, aquela que está no fim da loja à direita.*

Os três olharam-se e compreenderam que como se diz na gíria, haviam “pisado na bola” e esta não tinha nada a ver com o campeonato brasileiro.

O pior é que nenhum me pediu desculpas. Segui perguntando:

- *Tem algum vendedor que possa me atender?*
- *Sim senhora, eu sou vendedor, vamos ver a estante...* Falou um deles.

Completei, sem perder o bom humor:

- *Desculpe-me mais uma vez, mas nenhum de vocês três é vendedor...*

O quarto vendedor que estava trabalhando no terminal de computador virou-se para nós e perguntou:- *Posso ajudar?*

- *Sim quero comprar uma estante, aquele do fim da loja a direita que está em promoção...*

- *Mostre-me, por favor, aqui em nosso folheto, promocional qual é o produto...*

Mostrei ao vendedor minha escolha. Enquanto o trio “comentarista de futebol”, se afastava concluindo seus comentários.

Com muita educação e um sorriso mecânico, o vendedor explicou-me:

- *Como o produto está em promoção, não entregamos em sua residência, não fazemos a montagem e não parcelamos, este preço é a vista.*

Não, não e não... A seqüência de “nãos” feriu-me como uma faca afiada. Não pude conter minha ironia:

- *Mas, vocês vendem a estante ao menos, não é?*
- *Sim senhora, com muito prazer. Porém para lhe oferecer este excelente preço, não entregamos, não montamos e não parcelamos...*

Não, não e não...

Indaguei ao vendedor sobre as taxas de entrega e montagem, as quais rapidamente foram calculadas e informadas. Com meu rudimentar conhecimento de economia, fiz os cálculos e concluí que não valeria à pena.

O vendedor informou-me que por um pouco mais do valor daquela estante eu compraria outra de melhor qualidade e como não estava em promoção, a entrega e montagem seriam grátis e ainda poderia ser parcelado em até dez vezes sem juros.

- *Sem juros? Nestes tempos de crédito escasso? E a vista tem desconto?*

- *Não senhora... (outra vez o “não” na nossa conversa...*

“Como pode um produto ser parcelado em dez vezes e não ter desconto a vista?”-pensei, mas não perguntei. Decidi pela estante fora de promoção. Fiquei curiosa e perguntei ao vendedor se alguém comprava os móveis em promoção, mas sem entrega, sem montagem e sem parcelamento.

Sem o menor constrangimento o vendedor me explicou:

- *As promoções são apenas para atrair o cliente para a loja, se a senhora fizer o cálculo direitinho, não vale à pena. Só compra os produtos em promoção quem não tem conhecimento ou que conhece algum montador e tem um amigo que faça frete.*

A política da empresa me deixou assustada, me senti um fantoche ao invés de um cliente. Mas a compra estava em andamento e eu precisava da estante, prossegui. O vendedor preencheu a nota fiscal, pegou meu cartão de crédito e quando já estávamos na conclusão do processo, observei:

- *Gostaria que fosse entregue amanhã à tarde, pois pela manhã não terá ninguém em casa.*
- *Desculpe-me senhora – complementou o vendedor – mas nós não agendamos data nem horário da entrega e nem horário da montagem.*
- *Como assim? Perguntei espantada.*
- *A partir de amanhã temos quarenta e oito horas para fazer a entrega e a partir da data da entrega, vinte e quatro horas para fazer a montagem.*
- *Então eu terei que ficar de plantão em casa praticamente três dias? Não é a mesma pessoa que entrega e faz a montagem?*
- *Lamento senhora, este é o nosso procedimento, terceirizamos a entrega e montagem.*
- *Quem lamenta sou eu! Conclui e desisti da compra*

Ao sair da loja, sem minha estante, perguntei-me: quanto tempo de vida resta a esta rede de varejo? Certamente ela está muito doente, sofre de uma grave miopia e com certeza órgãos vitais também devem estar comprometidos... Não, não e não! Não quero ser tratada assim, sou cliente, nem sempre tenho razão, mas sou a razão desta e outras empresas existirem...

GESTOR

- É fundamental compreender que vivemos a era da “obsessão pelo cliente” e dos serviços agregados.
- Planeje serviços, mesmo que terceirizados, de uma forma que os mesmos agreguem valor a sua marca e encantem o cliente. Preste serviços com *agilidade, pontualidade e qualidade*.
- A promoção deve ser verdadeira, pois é um importante instrumento do marketing, serve para atrair novos clientes e fidelizar os já conquistados.
- Reflita sobre o que o cliente realmente quer: Preço ou Qualidade? A resposta é: OS DOIS. E acima de tudo ele quer compreender o *VALOR* da sua compra.

VENDEDOR

- A área física de vendas (no varejo, a loja propriamente dita) é um espaço dinâmico e onde a equipe deve estar atenta e 100% voltada para o cliente.
- Evite grupinhos, conversas pessoais, principalmente sobre temas polêmicos.
- Receba o cliente, faça uma abordagem atenciosa e coloque-se a disposição de ajudá-lo.
- Lembre-se, não basta à loja estar decorada num clima promocional, pessoas fazem a diferença. Quem realmente dá a loja um clima de vendas e festivo são as atitudes dos vendedores.

PARA OUTROS PROFISSIONAIS

- Lembre - se: todos somos vendedores, da nossa imagem, da nossa atividade profissional, das nossas idéias.
- Identifique seus clientes e crie ações de fidelização (networking, postura cooperativa, qualidade e pontualidade nos retornos de modo geral).
- Seja franco e verdadeiro, vivemos a era da transparência e consciência social.

CLIENTE

- Pesquise, questione, informe-se pratique o *Consumo Consciente*.

19/11/2008