

Louca por bolsas... **Por Carla Galo**

Em uma das tantas viagens por este Brasil continental realizando palestras, hospedei-me num hotel de bandeira internacional na orla de uma capital nordestina. O layout do saguão destes hotéis segue o mesmo padrão: uma bela recepção, uma loja de "souvenires" e uma joalheria com jóias das belas pedras brasileiras.

No "check-in" a simpática recepcionista, ao dar-me as boas vindas e o desejo de uma boa estada, brindou-me com um cartão de "welcome drink", uma bebida de cortesia no bar do hotel.

Mas meu relato não versa sobre o serviço hoteleiro, que por sinal neste hotel foi impecável – desde o mensageiro, passando pela recepção e serviço de quarto, culminando no setor de eventos (onde foi realizada a minha palestra), todos superaram minha expectativa.

Meu relato visa comentar uma das mais importantes etapas da venda: a abordagem.

Ao descer para o jantar, a vitrine da joalheria atraiu-me com a força de um ímã. Pedras brasileiras emolduradas com um "design" peculiar davam a vitrine um brilho mágico e irresistível aos olhos femininos.

Quando estava à frente da quarta vitrine, que ao todo eram seis uma das vendedoras, saiu da loja e veio ao meu encontro com um belo sorriso:

- *Boa noite senhora, não pude me conter, que linda bolsa!*
- *Minha bolsa?! Indaguei surpresa.*

A bolsa em questão era uma pequena bolsa de artesanato indiano, já bastante usada, adquirida numa feira de artesanato e hoje encontrada em qualquer loja que venda incenso, pela média de dez reais.

A vendedora continuou com desenvoltura e extrema simpatia:

- *Sim, sua bolsa é linda, a senhora comprou aqui na cidade?*
- Respondi-lhe que não, mas expliquei que facilmente ela encontraria nas lojas de produtos indianos. A vendedora ao ouvir minha resposta, enfatizou:
- *... É mesmo muito bonita... E nossas jóias, a senhora gostou?*
 - *Sim, são lindas – respondi.*
 - *Dividimos no cartão em até cinco vezes, completou a vendedora.*
 - *Estou apenas olhando, informei.*

Na verdade eu "estava" olhando, a abordagem da vendedora me deixou constrangida e terminei não concluindo meu passeio até as duas últimas vitrines.

A caminho do restaurante, refleti sobre a abordagem da vendedora. Será que ela realmente achou minha bolsa tão bonita assim? Ou foi apenas um pretexto para abordagem? Esta forma de abordagem gera resultado? Não saberia, pois não cheguei até a sexta vitrine, desisti na quarta e não pretendia voltar para falar da minha bolsa...

A minha estada na capital nordestina limitou-se há dois dias, a palestra foi um sucesso e ao fazer o "check-out" percebi que não utilizara o meu "welcome drink", mas como estava cedo para ir ao aeroporto, decidi ir ao bar e saborear o que denominei de "bye-bye drink".

Não fugindo a regra dos demais setores, o "barman" foi extremamente atencioso e preparou-me uma deliciosa "*umburoska*" (bebida muito apreciada no nordeste: caipirinha com vodka vira *caipiroska* e umbu com vodka *umburoska*, com kiwi, *kiwiroska*...).

O bar do hotel ficava exatamente na frente da joalheria e eu a distância fiquei novamente "namorando" a iluminada vitrine.

Quando então avistei uma hóspede, que como eu, no dia anterior caminhava lentamente admirando as belas jóias. Outra vendedora, porém com o mesmo simpático sorriso, saiu do interior da joalheria ao seu encontro e, determinada, abordou a hóspede:

- *Bom dia, senhora, com licença, não pude conter-me, que linda sua bolsa!*

Quem não se conteve, fui eu, soltei uma gargalhada, embora a bolsa da hóspede fosse realmente bonita, algo estava errado. Será que as vendedoras desta joalheria tinham algum tipo de fixação por bolsas?

Fiz esta indagação ao "barman" que, confidenciou-me:

- *Parece que sim, as vendedoras da joalheria gostam muito de bolsas, fazem este comentário a todas as hóspedes ou visitantes que param na frente de suas vitrines.*

Certamente não se tratava de um distúrbio comportamental, as vendedoras não eram "loucas por bolsas", tratava-se de uma técnica de abordagem.

E a eficácia da técnica? Certamente duvidosa. Eu mesma senti-me traída. A vendedora mentiu, não achava minha bolsa realmente bonita, talvez tenha até achado feia, velha e cafona.

Assim como o que tinha na sexta vitrine, o que realmente a vendedora achava, eu jamais saberia. Porém o mais sério é que também não saberia se ela seria honesta ao dar-me um parecer sobre uma de suas jóias, no caso de eu ficar indecisa, ou mesmo sobre qualquer informação que lhe fosse solicitada.

A minha confiança em relação àquela rede de joalheria havia sido detonada, com a força de um detonador para bombas de grande poder de destruição. A possibilidade de ser cliente desta rede de joalheria "foi pelos ares", pela utilização inadequada de uma técnica de abordagem. Melhor assim. São tempos de economia e eu resisti à sedução de uma jóia em "cinco vezes", no cartão.

Mas, decidi comprar uma bolsa nova, parece que é um acessório que realmente chama a atenção...

Para evitar situação semelhante:

GESTOR de VENDAS

→ Ao contratar um programa de treinamento verifique o conteúdo, a metodologia e certifique-se de que o mesmo afina-se com a filosofia e valores da empresa.

→ Acompanhe o treinamento e, principalmente, verifique se não se trata de um "pacote fechado", prefira programas customizados que atendam a necessidade de seus clientes.

→ Vivemos na era do ATENDIMENTO – ATENDER É VENDER, ou seja, a venda é uma consequência do atendimento, portanto treine focando o atendimento e não a técnica da venda.

VENDEDOR

→ Desenvolva a percepção (capacidade de análise) e saiba adaptar as técnicas de atendimento e venda aos diferentes tipos de clientes.

→ Lembre-se: antes de ser cliente, o seu cliente é um ser humano, dotado de singularidade e é nesta ótica que deve dar-se sua relação com ele.

→ Seja honesto com o cliente, se não souber, não minta, não invente, busque a real informação.