

Encantar para fidelizar

Hoje em dia o consumidor está cada vez mais exigente e menos fiel a um só fornecedor. Além do que as formas e ofertas para se adquirir qualquer tipo de produto são muitas. Dependendo do que queremos, basta dar uma volta na vizinhança e teremos várias opções de escolha, por exemplo: Supermercados (Quantos abriram perto da sua casa nos últimos anos?); Farmácias, quer dizer, "Drugstores" (Quantas abriram na sua cidade nos últimos anos?); Restaurantes Japoneses; Postos de Gasolina, Agências Bancárias, Pet Shops e assim vai. Quando o produto ou bem procurado não é de consumo imediato ou perecível ainda temos a possibilidade da compra virtual, através da internet. Com apenas alguns toques no teclado do computador podemos pesquisar onde existe a melhor opção ou o melhor preço, em qualquer lugar do mundo.

No comércio varejista, para produtos de consumo da grande massa, a maioria simplesmente escolhe aleatoriamente onde fazer compras, entrando aí fatores incontáveis como: distância, tempo, necessidade, oportunidade, oferta, conforto, e muitos outros às vezes difíceis de entender e determinar quais regem o comportamento humano.

Saindo um pouco desse mercado varejista da grande massa, existe uma infinidade de profissionais que atuam na área de vendas, que tem o mesmo contato direto com o cliente que os outros têm, mas que cada cliente quer se sentir único, onde se conquista um por vez, onde é possível dar um atendimento diferenciado, sendo a quantidade de clientes administrável.

Essa é uma classe enorme em que se enquadram muitos vendedores e representantes, na busca de um cliente, ou muitos empresários e executivos na busca de um novo fornecedor, para ambos a conquista e manutenção de cada cliente se torna muito importante, pois quando os clientes se tornam fiéis, simplesmente não vão



Desmar Milléo Júnior
Palestrante e Jornalista

“
Assim como o cliente quer ser lembrado, o vendedor não pode se deixar esquecer.
”

mais em busca de outro vendedor de produto semelhante, independente até do preço, tal a confiança adquirida no profissional.

Então, quais são alguns dos requisitos básicos para se conquistar a fidelidade desse cliente? Cliente esse que temos condições de dar atendimento diferenciado, e que uma compra ou pedido seu é muito importante.

Muitos profissionais de vendas simplesmente não acreditam que a conquista da confiança é construída com detalhes e pequenos atos. Eles participam de cursos, lêem livros, assistem a palestras, estão nas reuniões semanais da gerência, e continuam cometendo os mesmos erros, pois consideram ser o certo aquilo que estão fazendo.

Um dos maiores erros é tratar o seu novo cliente ou antigo sem que ele perceba que de alguma maneira é exclusivo,

afinal todas as pessoas gostam de ser especiais, então não seria difícil de imaginar que gostaríamos de ser tratados com exclusividade.

Eu, por exemplo, pego churrasco todos os domingos na mesma churrascaria. Quando chego lá, pode ter uma fila enorme, que a dona, quando me vê, diz: "Milléo o seu pedido já está quase pronto". Um ato tão simples, que faz com que eu me sinta único naquela fila, mesmo que às vezes o "quase pronto" demore 20 minutos, mas o importante é que tive a atenção que queria, não era apenas mais um na fila. Churrascarias mais baratas ou talvez até com uma carne de melhor qualidade não faltam, no entanto a forma como sou tratado naquela churrascaria me fez um cliente fiel. O vendedor tem que saber encantar o cliente, fazendo com que ele volte ou se lembre sempre do seu estabelecimento.

Outro ponto importante, nunca deixe o seu cliente sem notícias por muito tempo. Ele não pode nem imaginar que você esqueceu dele. Não o procure só para tirar vantagem comercial ou vender, contate-o sem interesse comercial. Assim como o cliente quer ser lembrado, o vendedor não pode se deixar esquecer.

Esses dois detalhes que são a base de qualquer programa de CRM, podem fazer uma enorme diferença. É claro que no comércio popular da grande massa, é muito difícil executar tais tarefas no dia-a-dia, pois há muita rotatividade de clientes e de vendedores, mas para negócios administrados por seus proprietários, assim como a churrascaria em que vou aos domingos, e para muitos executivos de vendas, conquistar e manter o cliente pode fazer bastante diferença no resultado do final do ano.

Então, faça com que seu cliente se sinta único e nunca deixe ele pensar que você se esqueceu dele!!

Desmar Milléo Júnior
www.milleo.com.br