

AUMENTAR O GRAU DE SATISFAÇÃO DOS CLIENTES

Em primeiro lugar, se nossa empresa apresentar um **BOM NÍVEL DE VENDAS**, será muito mais fácil **RACIONALIZAR DESPESAS**, **MELHORAR LUCRO BRUTO** e obter **GIRO DE ESTOQUES** mais elevado. Só que, para manter níveis elevados de vendas, *nossos clientes precisam estar satisfeitos com nossa(s) loja(s)*.

O "produto" vendido por nossa empresa aos consumidores é nossa loja. É através dela que nos ligamos ao mercado (ou dele nos afastamos...). *Assim, é preciso conquistar diariamente a mente e o coração de nossos clientes.*

Vamos começar entendendo um pouco o comportamento das pessoas, na condição de consumidoras. É bom lembrar que há diversos tipos de consumidores: jovens, maduros e velhos; de sexo feminino ou masculino; existe uma minoria com muito dinheiro disponível para gastar, outros com menos e um grande contingente com muito pouco dinheiro. Há consumidores com grau de instrução elevado, outros com alguma instrução e muitos com uma formação cultural limitada. Há consumidores com muito pouco tempo disponível para fazer compras e outros com maior disponibilidade de tempo.

E assim poderíamos ficar filosofando bastante sobre a diversidade de pessoas e das diferenças em seu comportamento como consumidores. Mas o importante é saber quais são os tipos predominantes em nossa loja!

Esta é a questão mais importante para o programa de melhoria de resultados: conhecer muito bem nossos clientes e, principalmente, saber o que eles valorizam:

A localização da loja (fica perto do trabalho, da moradia, ou no seu caminho?); a política de preços médios; a variedade e a qualidade dos produtos que estão à venda ; o nível de serviços e do atendimento pessoal; a aparência, limpeza e arrumação; a facilidade para o acesso a ela, para estacionamento ou para tomar ônibus ou taxi; a existência de promoções ou de outras vantagens especiais; a velocidade com que as compras podem ser feitas, pagas e liberadas; e, nos últimos anos, a segurança no entorno da loja.

Haverá uma variação na importância de cada um destes itens para os diferentes tipos de clientes. Assim como também os critérios de satisfação ou de insatisfação serão diferentes para diferentes pessoas. Mas precisamos conhecer o que nossos clientes pensam a respeito destes fatores de decisão; entender sua mente e seu coração!

Separamos mente e coração exatamente para reforçar que os consumidores decidem levando em conta razão e emoção. *Ou seja, às vezes pensam que uma loja é barateira, quando na verdade outra é que tem preços médios melhores.*

Quando se diz que a "imagem" de uma loja é muito boa é porque no coração das pessoas ela está associada a um grau de satisfação favorável naqueles fatores que os clientes valorizam.

Mas esta imagem, o conceito da loja, não é formada da noite para o dia. Ela é produto de sucessivas experiências do consumidor, de familiares e de amigos. Provavelmente, quando comentam sobre tal loja, devem predominar comentários favoráveis sobre ela.

Mas, se além desta imagem agradável, o consumidor pesquisar seus preços e constatar vantagens, ele agregará um fato, racional, à uma sensação anterior. Neste caso, a loja estará conquistando, também, a mente daquele cliente.

Agradar aos consumidores não parece ser uma coisa tão difícil, uma vez que conheçamos os fatores que são importantes para a decisão de onde ele preferirá comprar. Então porque será que temos tanta insatisfação em algumas lojas?

Na verdade, o desafio consiste em garantir que um grande conjunto de operações, dentro da loja, funcione de acordo com a expectativa do consumidor. De acordo com o desejo de cada um deles! E aí é que mora o problema: garantir que dezenas de procedimentos diários sejam realizados com um bom padrão de acerto: em relação aos produtos, ao atendimento, às instalações da loja e aos equipamentos, aos preços, etc.

Será que todos nós, dentro da loja, sabemos o que os clientes querem? Será que temos condições de atendê-lo em todas as expectativas? Temos condições de oferecer instalações e equipamentos adequados? Garantir os preços mais baixos do mercado? As promoções mais atraentes da praça?

Certamente, ninguém conseguirá assegurar a satisfação de todas as expectativas, para todos os clientes, dos mais variados tipos, mas precisaremos nos concentrar naqueles que nos interessem mais!