

Assista & Reflita do Club 33

OUÇA O SEU CLIENTE

Por: Rogério Martins

No final de semana passei por três situações curiosas e semelhantes que me fizeram escrever este texto. Fui a três lugares distintos onde a única semelhança foi o atendimento prestado ao cliente: ruim em todos eles. Mas o detalhe é que este mau atendimento só aconteceu no final, pois até o serviço ser prestado estava tudo bem. Pensei: será que treinaram estas pessoas para atender bem somente na chegada do cliente?

Tenho a impressão que os gestores têm ensinado somente que a primeira impressão é a que fica. Na verdade, a primeira impressão é fundamental para o bom desenvolvimento de uma relação comercial, mas a última impressão é a que faz o cliente retornar e comprar mais, se for o caso.

Em uma das situações que passei foi emblemático o papel do gerente do restaurante. Ao término de meu jantar, num local agradável, comida boa, serviço até então perfeito, pedi a conta e uma nota fiscal ao garçom. A conta veio, mas a nota não. Após entediante espera resolvi ir até o caixa e pedir diretamente a tal nota fiscal. O rapaz do caixa não conseguia fazer a nota e chamou o gerente. Este, por sua vez, ao invés de atender minha simples solicitação de emissão uma nota fiscal pelo serviço prestado, entrou em uma espiral de justificativas. Primeiro respondeu que o problema foi do sistema, depois do garçom, depois do caixa e eu só queria uma nota fiscal. “Será que ninguém me ouviu?”, falei.

Vera Martins, em “Seja Assertivo” afirma: *saber ouvir não é apenas útil para obter um bom desempenho no trabalho; é, antes de tudo, uma atitude básica de vida, que ajuda uma pessoa a ter bons relacionamentos.*

A questão é que as pessoas que lidam com público precisam ficar mais atentas ao que o cliente diz. Prestar mais atenção. Controlar a ansiedade de dar respostas sem perceber o que realmente o cliente quer.

No contato direto com o cliente, e nas relações em geral, é necessário evitar os dois tipos de comportamento que mais atrapalham a boa comunicação:

§ **Atitude defensiva:** característica mais comum nas pessoas que se sentem pressionadas. Reagem ao que a outra pessoa fala através de explicações e justificativas. Tornam-se verborrágicas, ou seja, falam mais do que o necessário. Com isso o desgaste físico e emocional é enorme. Deixam o cliente irritado e insatisfeito.

§ **Pré-conceitos, estereótipos e avaliação prematura:** característica daqueles que se sentem superiores aos outros. Acreditam que sabem mais, ou que estão com a razão. Tendem a criar uma situação constrangedora como na cena do filme *Uma Linda Mulher*, onde a protagonista entra em uma loja de grife e é mal

Assista & Reflita do Club 33

atendida por uma vendedora em função de sua aparência. O resultado mais comum é que o cliente não retorna, e não avisa por que.

Em geral, as pessoas querem ser ouvidas. Simplesmente ouvidas. Para evitar estas e outras distorções na comunicação e no relacionamento com os clientes é necessário investir constantemente em treinamento e desenvolvimento das pessoas que lidam com o público. É fundamental o preparo contínuo, pois ações isoladas não geram resultados eficazes. Para haver uma mudança efetiva de comportamento é preciso regularidade, reforço e treino. Escutar ativamente o cliente pode e deve ser desenvolvido.

Para finalizar, lembro uma famosa frase que é atribuída ao filósofo Zenão de Eléia: ***lembrai-vos de que a natureza nos deu dois ouvidos e uma boca para nos ensinar que mais vale ouvir do que falar.***

Fonte:

<http://www.parlante.com.br/palestrasepalestrantes/palestrantes/artigos.asp?c=125>