

A construção do relacionamento

por Alessandra Assad em QualidadeBrasil.com.br

Muito mais difícil do que alcançar destaque e reconhecimento em uma economia de commodities, é conseguir atingir o coração do cliente desejado. Posso apostar que ninguém escolhe os serviços de uma ou de outra lavanderia, por exemplo, por amor à marca. Mas uma lavanderia que guarde aquele botão extra que vem nas roupas, para pregá-lo quando você precisar é um exemplo do quanto uma pequena atitude pode se transformar em um grande diferencial e no início de um relacionamento com o cliente, que, para ser duradouro, só vai depender da qualidade dos seus produtos e dos seus serviços.

Mas, para que um relacionamento possa nascer, é preciso observar algumas características essenciais:

Interação – Os relacionamentos são interativos, tornam-se cada vez mais inteligentes de forma que temos o desenvolvimento de um contexto. Nós conversamos para conhecer um pouco melhor um ao outro. Isso nos dá um motivo para continuar esse relacionamento, mesmo que um ou outro cometa algum erro.

Confiança – Os relacionamentos de sucesso têm de gerar confiança. Você pode fazer um negócio, mas, se não houver confiança, não vai ser um negócio duradouro. Quando nós confiamos na empresa com a qual comercializamos, sabemos que vamos querer compartilhar informações e elas serão bem cuidadas. Isso é muito importante e valioso para um cliente, essa idéia de que “eu estou cuidando de você e você também está cuidando de mim”.

Assumir o ponto de vista do cliente – Trate o cliente como você gostaria de ser tratado se fosse um cliente. Conquistar e manter a confiança de um cliente nos permite sempre manter o ponto de vista dele. Caso seja necessário, faça com que os seus funcionários virem clientes da sua empresa por um dia.

Entender as necessidades – O verdadeiro sucesso vem de enxergar a empresa do modo como o cliente a vê e atender as necessidades dele muito melhor que outras pessoas. A única maneira de aumentar o valor do cliente é tornar-se mais valioso para ele e a única maneira de tornar-se mais valioso para um cliente é sabendo quais são as suas necessidades e atendendo-as de uma forma muito melhor do que qualquer outra pessoa.

Investir nos valores – É preciso entender que, a médio e longo prazo, o relacionamento com o cliente poupa dinheiro. O cliente quer ser leal, não quer se preocupar em trocar de fornecedor toda hora. Cabe a você saber o que ele precisa. É o caso do cliente que só queria um chocolatinho, uma balinha no seu travesseiro todo dia quando chegasse ao hotel. Para dar ao cliente o que ele queria, foi preciso perguntar isso para ele.