

Foco no Cliente

Faz um mês comecei minha consultoria para uma pequena galeria de lojas. Sua história de um passado farto de vendas os deixou fora de foco. Quando inaugurada tudo era novidade, os clientes vinham e levavam suas famílias e amigos para terem alguns prazeres e diversões. Primeiro ano: cada loja atendia duzentas pessoas no fim de semana (números fictícios). Eles mal conseguiam atender todos os pedidos e todos eram felizes e pensaram: "Que ótima idéia essa galeria. Vamos ficar ricos!" E perderam o foco! Segundo ano: pessoas ainda esperavam, mas eles não perceberam que eram menos. Terceiro ano: já iam pessoas exatas na capacidade de atendimento, mas o faturamento permanecia o mesmo então nada fizeram. Quarto ano: sobrava capacidade, e eles pensaram: "Vamos cortar custos! Se não o fizermos, não conseguiremos manter nossos padrões de vida!" E eles perderam o foco! Ano após ano as vendas caíam, eles cortavam na carne os custos, até que passaram ao zero a zero. Aí não valia mais a pena. Muitos abandonaram a galeria e os que permaneceram reclamavam as "vacas gordas" e esperavam pelo milagre, pois eles perderam o foco! Perderam o cliente! Digo a todos meus amigos de consultoria que o primeiro objetivo de uma empresa é obter lucro, mas o fundamental é o cliente. Quem inverter essa regra prática terá grandes problemas de lucratividade a não ser que seja um monopólio. O milagre tantas vezes esperado por muitos empresários acontece todos os dias, mas eles não percebem pois ele é o "cliente". Caso a empresa foque no cliente e não obtenha lucro, deve-se fazer uma transformação nela, pois isso é o correto! E para conseguir? Planejamento! Eu não conheço outra forma e vejo muitos amadores no comércio de varejo, conforme a história contada, sem pensar em seus valores e objetivos. Nós precisamos ser mais profissionais no que fazemos! Planejar é primordial para definirmos e atingirmos nossos objetivos. Sempre repito que se você planejar ter lucros de mil e obtiver dois mil, fique preocupado ao invés de orgulhoso. Você errou em 100%! Um erro desses é inadmissível. É pensar em um cirurgião onde todos os pacientes morrem! Quem quer ser operado por ele? Foco no cliente e planejamento com ação são as chaves para o sucesso. Pensem nisso!

Marcelo Sant'Anna é consultor e fundador da 4B – www.evolcomm.com/brain