

TEXTO 4:

TREZE MANEIRAS DE MANTER A SATISFAÇÃO DO CLIENTE

por

Tony Alessandra, Phil Wexler e Rick Barrera

Como os clientes são a sua carreira, é preciso que eles saibam o quanto eles são especiais. Além de monitorar a implementação e o sucesso do seu produto ou serviço, deixe-os à vontade para entrar em contato com você a qualquer momento. Há várias maneiras de fazer isso:

Mostre aos clientes que você pensa neles. Uma vez por mês, mais ou menos, repasse a lista de clientes e invente alguma forma de mostrar sua consideração. Recorte e envie artigos e cartoons. Envie cartões de aniversário ou boas-festas e idéias para ajudá-los a incrementar os negócios. Crie uma *newsletter* mensal ou envie amostrar de novos produtos.

Faça visitas para ver como estão as coisas. Leve novos folhetos, produtos ou pequenos brindes com você. Quando estiver lá, veja se o cliente está usando o produto da maneira ideal. Se não estiver, mostre-lhe como o obter o máximo desempenho do mesmo.

Ofereça brindes para intensificar o uso do seu produto. Um usuário de computador, por exemplo, vai gostar de receber *pad-mouses* anatômicos, cartuchos de impressora, programas, e assim por diante.

Ofereça “descontos especiais” aos clientes e deixe claro que eles podem lhe telefonar sempre que for preciso. Crie um bloquinho de cupons de desconto em itens que eles costumam comprar: assim você facilita os pedidos. Depois de algum tempo, você será a primeira pessoa a ser chamada sempre que surgir uma necessidade.

Quando os clientes contratarem novos empregados, ofereça-se para treiná-los sem custos ou por um preço reduzido. Quanto melhor for o treinamento dos empregados, maior a probabilidade de usarem corretamente o produto – e de você fazer mais vendas.

Compense os clientes pelo tempo ocioso. Um produto ou serviço com um tempo ocioso muito longo é uma inconveniência para o cliente. Neste caso, crie uma grande quantidade de boa vontade para contrabalançar a perda.

Aceite as devoluções sem criar obstáculos. Isso é muito mais barato do que ir atrás de novos clientes.

Respeite o sigilo do cliente. Não discuta os negócios dele com outros clientes, vendedores ou amigos.

Represente o seu cliente e a sua empresa. Se necessário, incentive em sua empresa o acompanhamento pós-venda. Assim como o seu comportamento se reflete na sua empresa, ela pode prejudicar a sua reputação se for negligente.

Use as indicações imediatamente. Demonstre sua gratidão pelas indicações de seu cliente fazendo o contato o quanto antes e informando o resultado a ele. Quando a indicação dá certo, o *feedback* positivo favorece outras indicações. Demonstre sua gratidão com um presente

Curso Técnicas de Vendas

Módulo 11 - Leituras Complementares



modesto, mas atencioso. Quando a indicação não dá certo, o cliente pode se envolver mais para que dê certo. Por exemplo: ele pode se oferecer para telefonar para a pessoa que indicou.

Ofereça publicidade grátis para os clientes. Se a sua empresa tem um informativo. Pergunte a seus clientes, se pode escrever sobre eles. Depois da publicação, envie a eles uma cópia.

Acompanhe os resultados dos clientes. Encontre-se com eles uma vez por ano para fazer um *check-up* anual. Discuta os negócios, o setor, as tendências do mercado, as oportunidades emergentes, a concorrência e assim por diante.

Mantenha os canais de comunicação totalmente abertos. Deixe os clientes totalmente à vontade para entrar em contato com você a qualquer momento – para dar idéias, fazer perguntas, desabafar, contar piadas, dar *feedback* e o que mais lhes passar pela cabeça. Essas coisas não são interrupções no seu trabalho – são a sua finalidade.