



AUGUSTO CÉSAR

ESPECIALISTA EM CERIMONIAL, PROTOCOLO E EVENTOS INSTITUCIONAIS

augusto@augustolima.com.br

(91)9982-8013

www.augustolima.com.br

Você já prestou atenção quantas vezes ouviu de empresários ou prestadores de serviços que “MEU NEGÓCIO É MUITO BOM”, ou “VOU FAZER ISSO NO MEU NEGÓCIO”?

Quando falam desta forma, eles querem dizer que o “NEGÓCIO É DELES”. Ledo engano. Seu negócio só existe porque EXISTEM CLIENTES. Sem esses, o mesmo não existe. Desta forma, tratar bem o cliente, focar em um excelente atendimento tem que ser uma meta a ser perseguida sempre para que sua empresa se estabeleça no mercado e faça a diferença frente a concorrência cada vez mais acirrada.

Entenda que, pela primeira vez na história da humanidade, lucro está rimando com valores positivos. Em uma nova realidade de mercado, crescentemente, hipercompetitivo, onde o cliente tem centenas de opções de escolha, o fornecedor tem que tratá-lo muito bem, com respeito, consideração, efetivamente interessado no sucesso do cliente. Só assim, este voltará para fazer negócios, trazendo outros com ele.

Em vista disso, saiba que o que importa é saber se seu trabalho ou serviço traz ganhos ao cliente. Essa é a obrigação de todo bom profissional. Essa é uma meta de quem tem a consciência de que seu trabalho deve ter a capacidade de AGREGAR VALOR, de forma extraordinária a todos: a sociedade, a empresa que trabalha ou seu negócio e particularmente – e fundamentalmente – ao CLIENTE, a quem você e sua empresa servem. Ou você AGREGA VALOR, ou SUBTRAI, não há meio-termo.

Uma das maneiras de conseguir isso é você procurar pessoas para trabalhar na sua empresa que queiram aprender, crescer e expandir-se com você. Pessoas que, de fato, gostem de pessoas; que encontrem satisfação, ajudando outras; que vão ao encontro delas para servir.

Agora, para sua empresa ou negócio sobreviver, o lucro é vital, mas o CLIENTE VEM ANTES. Sem ele não há lucro. A empresa ou pessoa que coloca o lucro acima de tudo, ignorando o cliente, pode até ter presente, mas, seguramente, não terá futuro. Mas, se você não “BUSCAR O LUCRO”, buscará o que? Seu trabalho é filantropia? Não, não é. Assim, ofereça um extraordinário VALOR AGREGADO ao seu cliente. Faça o melhor possível, o máximo para o cliente, “desdobre-se”, e, como consequência, você vai lucrar, sempre e muito.



AUGUSTO CÉSAR

ESPECIALISTA EM CERIMONIAL, PROTOCOLO E EVENTOS INSTITUCIONAIS

augusto@augustolima.com.br

(91)9982-8013

www.augustolima.com.br

É preciso imprimir na cabeça do empresário ou prestador de serviço que, efetivamente, é o **CLIENTE** quem indica a direção seguida por sua empresa ou negócio. Tudo o mais é secundário!

Entenda que em serviços não existe “REALIDADE”, só existe “PERCEPÇÃO”. A manifestação de uma percepção é uma **OPINIÃO** (um ponto de vista). Uma percepção manifestada depende de cada pessoa, de sua vivência, preparação, de seu estado de espírito. Portanto, cuidado! Mesmo com razão, lembre-se que o **CLIENTE É QUEM PAGA A CONTA** e é a opinião dele que prevalece.

Assim, entenda que **CLIENTE ENCANTADO** é o melhor vendedor do mundo de seu negócio. A propaganda “boca a boca”, feita pelo cliente encantado, é a mais eficaz (maior relação investimento/benefício) e lucrativa propaganda que você pode ter.

A arrogância não pega bem, nunca, principalmente com um cliente. Além do mais, **QUALIDADE** (quem define é o cliente e não você e qualidade não custa nada, o que custa é não-qualidade), particularmente na prestação de serviços, é uma questão de percepção pura, de ponto de vista – e percepção é como “gosto”, não se discute, mesmo discordando, **ACATA-SE**.

E a **RECLAMAÇÃO DO CLIENTE**? Esse é o melhor presente que seu negócio pode ganhar. Agradeça a ele. É preciso ter sabedoria e humildade para enxergar que a reclamação é um valioso presente. Infelizmente, a maioria das pessoas vê a reclamação como um problema, um incômodo e faz de tudo para “fugir” dela. Reclamação é uma **DÁDIVA** dívida para quem enxerga “mais que um palmo além do nariz”. Um dos sinais mais inequívocos de relações empresariais ruins ou decadentes com os clientes é a falta de reclamações.

Quando um cliente reclama é porque **ELE ACREDITA AINDA EM VOCÊ**, na sua empresa, nos serviços que você presta, na possibilidade de uma solução para seu problema. A “calmaria” ou ausência, ou baixo número de reclamações, podem ser um sinal de que a situação é crítica. A maioria dos clientes evita o “desgaste” de reclamar, simplesmente deixa



AUGUSTO CÉSAR

ESPECIALISTA EM CERIMONIAL, PROTOCOLO E EVENTOS INSTITUCIONAIS

augusto@augustolima.com.br

(91)9982-8013

www.augustolima.com.br

de fazer negócio com você e sua empresa, buscando outras alternativas através de seus concorrentes. Isso acontece, principalmente, nas empresas que dificultam a reclamação. Portanto, mais que levar ou aceitar de bom grado a reclamação, é preciso incentivá-la, abrir canais adequados para que o cliente possa falar.

E a HUMILDADE? A humildade é o complemento da INTELIGÊNCIA. A humildade é requisito indispensável para desenvolver um verdadeiro “espírito de servir”. Seguramente, se alguém não é humilde é porque não é suficiente inteligente. A humildade atrai, agrega; por outro lado, a arrogância afasta todos, inclusive o cliente.

Finalmente, aprenda que definitivamente, as margens para “picaretagem”, “abusos”, “desonestidades”, “espertezas” estão cada vez mais reduzidas. Enganar um cliente, nunca. Mais que isso, VESTIR A CAMISA DO CLIENTE, buscar o interesse dele, além de ser uma questão ética, passa a ser uma questão de inteligência, de lucro.

Como diz o ditado popular, “AMARRA-SE O BURRO ONDE O DONO QUER” e, na verdade, o cliente, sim, é o VERDADEIRO “DONO” DO SEU NEGÓCIO. Em uma queda de braço, mais cedo ou mais tarde, o cliente sempre vence.

Quer multiplicar sua capacidade de venda? Ponha o cliente para trabalhar por você:
ENCANTE-O!