



AUGUSTO CÉSAR

ESPECIALISTA EM CERIMONIAL, PROTOCOLO E EVENTOS INSTITUCIONAIS

augusto@augustolima.com.br

(91)9982-8013

www.augustolima.com.br

Para aqueles que tem eventos como atividade, que labutam matando um leão por dia atrás de clientes, essas palavras FIDELIZAR, ENCANTAR e SATISFAZER OS CLIENTES devem funcionar como um mantra, como um alvo e meta a ser perseguida todos os dias. Não é fácil alcançar todas. O cliente é instável e esse profissional tem que trabalhar como o emocional dele, algo muito sensível, sutil e delicado. Um algo a mais fora do lugar ou falado no momento errado e adeus cliente.

Mas, como perseguir essas metas nos dias de hoje?

Saiba que, com a competição acirrada das empresas de eventos (a cada dia surge uma em nossa cidade em cada esquina), preços competitivos (às vezes canibalescos e predatórios) e produtos e serviços cada vez mais semelhantes (independente da boa ou má qualidade), a decisão de contratar um assessor ou empresa de eventos passa a depender dos diferenciais e serviços adicionais oferecidos. O ATENDIMENTO é um deles.

E o que é atendimento? É o ato ou efeito de atender; é a maneira como habitualmente são atendidos os usuários de determinado serviço. Neste caso, o bom atendimento faz toda diferença. Ele define o sucesso ou insucesso em conquistar e fidelizar aquele cliente.

Com certeza você já ouviu comentários de que “fui mal tratado” naquela empresa. Em vista desse e outros comentários similares que já escutou de clientes, e se você fosse um deles, me responda:

- Você prefere ser “BEM TRATADO” ou “BEM ATENDIDO”?

Saiba que um bom TRATAMENTO tem a ver com gentileza e cordialidade. Já o ATENDIMENTO, refere-se a julgamento de valor e valor agregado. As vezes o cliente é bem tratado mas mal atendido ou ocorre também o contrário. A escolha é sua.



AUGUSTO CÉSAR

ESPECIALISTA EM CERIMONIAL, PROTOCOLO E EVENTOS INSTITUCIONAIS

augusto@augustolima.com.br

(91)9982-8013

www.augustolima.com.br

Mas vou continuar no meu raciocínio. Me acompanhem.

O que motiva esse comportamento do cliente? Suas **NECESSIDADES** e **DESEJOS**. É por isso que ele procura o assessor de evento. Suas necessidades estão mais ligadas às questões fisiológicas (ex.: água, comida, ar, roupa e abrigo, etc.). Já seu desejo é forma como ele busca satisfazer suas necessidades. As pessoas podem satisfazer as mesmas necessidades e desejos de modos diferentes. Ex.: uma pessoa necessita de comida (necessidade), mas **DESEJA** comer uma pizza.

Quando o cliente tem suas necessidades e desejos atendidos pelo assessor de eventos, ele sente-se motivado e satisfeito, já que esta (satisfação) é uma relação entre a sua expectativa e o que ele recebeu de fato. Fique atento, pois quanto maior for à expectativa, menor é a possibilidade de satisfação.

- Entenda que **QUALIDADE** de Serviço é igual a **Percepção** menos a **Expectativa**;
- Já **EXPECTATIVA** é como o cliente esperava ser tratado.
- E **PERCEPÇÃO** é como ele foi tratado (qual a impressão que ele levou da sua empresa).

Por exemplo: O cliente leva seu carro para consertar e quando volta encontra-se o carro consertado e, além disso, lavado. A satisfação é a relação entre o que o cliente vê (percebe) e o que ele esperava ver (expectativa). Se o que você faz não é percebido como valioso pelo cliente, então não tem valor mesmo.

A relação entre essa expectativa e percepção, gera no cliente de eventos o seguinte:

DESENCANTAMENTO: a Percepção é menor que a Expectativa

NORMALIDADE: a Percepção é igual a Expectativa



AUGUSTO CÉSAR

ESPECIALISTA EM CERIMONIAL, PROTOCOLO E EVENTOS INSTITUCIONAIS

augusto@augustolima.com.br

(91)9982-8013

www.augustolima.com.br

ENCANTAMENTO: a Percepção é maior que a Expectativa

E o que tudo isso resulta? Resulta que as expectativas superadas geram **SATISFAÇÃO**. A satisfação superada gera **ENCANTAMENTO**. Isso é o que o cliente espera do assessor de eventos. Isso gera valor agregado e ai sim, você pode estabelecer seu preço já que o **VALOR** quem determina é e sempre será o cliente.

Essa expectativa por parte do cliente começa com o “Momento da Verdade”. É qualquer momento no qual o cliente entra em contato com a organização e recebe a impressão de seus serviços. Por exemplo: quando um cliente vê uma peça de publicidade da empresa, observa as fotos de eventos passados, recebe uma conta, observam os produtos da empresa, etc. A soma de todos os “momentos da verdade” experimentados pelos clientes forma a imagem da organização em termos de serviço.

Bem, o cliente foi bem atendido, suas necessidades e desejos atendidos, ele está encantado. E como fidelizar esse cliente?

Esse deve ser seu sonho de consumo. Afinal, **TODOS** buscam atualmente **FIDELIZAR CLIENTES**. Mas o que é fidelidade? Será que é só isso que se busca? Pois bem, quem busca por fidelidade pura e simplesmente está cometendo um grande erro, porque fidelidade sem **RELACIONAMENTO** não existe. Você só é fiel a um estabelecimento ou prestador de serviço enquanto este se relaciona com você, acabando o relacionamento acaba na mesma hora a fidelidade.

Nos dias de hoje com a tecnologia de desenvolvimento de produtos, a disponibilidades de informação cada vez mais precisa e rápida e de acesso a todos, temos que nos preparar para trabalharmos a criatividade em toda a sua plenitude. Apontar dificuldades é muito simples, mas para criar alternativas a partir de oportunidades a situação já se modifica.

VOCÊ TEM QUE INOVAR, ENCANTAR, SURPREENDER, SEMPRE.



AUGUSTO CÉSAR

ESPECIALISTA EM CERIMONIAL, PROTOCOLO E EVENTOS INSTITUCIONAIS

augusto@augustolima.com.br

(91)9982-8013

www.augustolima.com.br

FAÇA DIFERENTE! FAÇA A DIFERENÇA: ENCANTE SEU CLIENTE!