



AUGUSTO CÉSAR

ESPECIALISTA EM CERIMONIAL, PROTOCOLO E EVENTOS INSTITUCIONAIS

augusto@augustolima.com.br

(91)9982-8013

www.augustolima.com.br

Tem muita empresa e empreendedores por aí que usam essa frase como slogan, mas que, na prática, está longe de fazer jus a essas palavras. Você só coloca o **CLIENTE EM PRIMEIRO LUGAR** quando o vê como uma **PESSOA**, e não como aquele que vai abrir a carteira para que você não fique no vermelho.

Sua preocupação e consideração em relação ao freguês que o procura deve ir além do mero **RELACIONAMENTO COMERCIAL**: deve tornar-se um **RELACIONAMENTO HUMANO**. Obviamente, não estou querendo dizer com isso que você deve apelar para uma intimidade forçada, a ponto de tornar-se inconveniente. Nada o impede de ser atencioso enquanto mantém uma atitude profissional.

De certa forma, conquistar um cliente é como **INICIAR UM NAMORO**. É um ritual que envolve uma série de preâmbulos. Há que se agir com **TATO** e **DELICADEZA**, se aproximar aos poucos, cativar, tornar-se digno da confiança do outro... Qualquer movimento brusco e ostensivo demais poderá espantar o objeto de suas atenções e isso vale tanto para uma possível namorada quanto para um futuro freguês.

É preciso ter cuidado com os resultados imediatistas. Você até pode colocar o cliente contra a parede e forçar uma venda. Mas se ele se sentir constrangido e pouco à vontade, não vai voltar nem vai indicar seus serviços para os outros.

A conclusão dessa história é que só se pode colocar o cliente em primeiro lugar se antes colocarmos o **SER HUMANO EM PRIMEIRO LUGAR**. Do contrário, essa frase não passa de um slogan vazio. Quando o cliente é bem atendido e se sente à vontade, muitas vezes ele acaba desenvolvendo uma relação mais pessoal com você. É nessas horas que o vendedor - **VOCÊ** - tem de deixar de ser apenas um vendedor para tornar-se também **OUVINTE**, e até **CONSELHEIRO**. É incrível a necessidade que as pessoas têm de contar com um ombro amigo. Você também já deve ter passado por essa mesma situação, então deve entender muito bem o que se passa pela cabeça de seu cliente.

Tem empreendedor que se impacienta e acha tudo isso uma chateação. Mas é exatamente o contrário. **ESCUTAR** os clientes não é uma amolação, é um **PRIVILÉGIO**.

Mostre-se digno desse privilégio se quiser cativar sua clientela.