



AUGUSTO CÉSAR

ESPECIALISTA EM CERIMONIAL, PROTOCOLO E EVENTOS INSTITUCIONAIS

augusto@augustolima.com.br

(91)9982-8013

www.augustolima.com.br

Você já se perguntou o que os clientes realmente compram de você? Se você respondeu PRODUTOS e SERVIÇOS, errou. Não é isso que eles compram e nem você. O dinheiro dele vai parar no bolso de quem melhor entender seus SONHOS e ANSEIOS.

Saiba que clientes compram SOLUÇÕES para seus problemas através dos produtos e serviços que oferece. E também as suas NECESSIDADES, você acrescentaria. Será? Tem muita gente (você, inclusive), que deixa a necessidade para depois, só para sair montado na realização de seu sonho. Você também age da mesma forma quando ocupa a posição de cliente.

O que você tem que fazer é DESCOBRIR quais são os sonhos e desejos desses clientes e você só vai conseguir isso se PERGUNTAR aos mesmos. Faça perguntas bem elaboradas e fundamentadas (para isso, ter uma excelente bagagem de conhecimentos e focada na atividade fim de seu negócio é fundamental) e seu cliente ficará boquiaberto com seus argumentos. Mantenha-o assim enquanto você extrai mais informações para formar um quadro completo das NECESSIDADES e DESEJOS dele. Nada de tentar arrastá-lo com argumentos para comprar uma característica de seu produto ou serviço QUE ELE NÃO QUER. Ficar papagaiando características inexistentes é o melhor meio de perder um cliente.

Agora, para conseguir atender os seus clientes de maneira EFICAZ, é necessário conhecê-los. É fundamental que você saiba quais são as suas EXPECTATIVAS, suas PERCEPÇÕES, se estão SATISFEITOS e qual o PERFIL dos mesmos. E para que possa conhecê-los, atendê-los de maneira eficaz e estabelecer com eles relações de parceria, você deve estabelecer canais de COMUNICAÇÃO sistemáticos, frequentes, formais e informais e que a estratégia do atendimento esteja alicerçada na empatia, simpatia, flexibilidade e personalização dos produtos e serviços que oferece.

Entenda que cada cliente é único, singular e tem necessidades individualizadas que exigem agilidade e adaptação de sua parte. A percepção do cliente muda em função da experiência dele com a sua empresa. O que hoje para ele é um DIFERENCIAL, amanhã já será uma coisa CORRIQUEIRA.

É necessário também INOVAR SEMPRE de modo a encantá-lo permanentemente. Cada



AUGUSTO CÉSAR

ESPECIALISTA EM CERIMONIAL, PROTOCOLO E EVENTOS INSTITUCIONAIS

augusto@augustolima.com.br

(91)9982-8013

www.augustolima.com.br

contato com o cliente significa o momento da verdade, em que cada colaborador está representando seu negócio e esse momento pode significar o fortalecimento da relação à medida que seus clientes ficam felizes com sua empresa, ou pode representar a perda definitiva de seus clientes, os quais muitas vezes vão embora SEM RECLAMAR... para você! Mas, para outras pessoas, eles certamente farão uma propaganda boca a boca NEGATIVA de seu negócio. ??

É fundamental, também, que seu negócio possua DIFERENCIAIS que valorizem seu produto e serviço aos olhos deste cliente. Se você não der atenção a esse aspecto, o seu cliente se baseará exclusivamente na COMPARAÇÃO entre o PREÇO do seu produto e serviço com relação ao da CONCORRÊNCIA. E aí você estará com sérios problemas se a concorrência tiver um preço atraente para ele. E quanto mais você CONHECER SEUS CLIENTES, mais poderá AGREGAR VALOR AO QUE COMERCIALIZA, conseguindo manter os atuais e conquistando outros mais. ?

É importante também que você saiba o motivo pelo qual o cliente COMPRA DE VOCÊ e não da concorrência e o que o leva a preferir os seus produtos e serviços em detrimento dos que existem no mercado. Além disso, o que ele espera que seja incorporado ao seu produto e serviço? Quais as diferentes necessidades dos diferentes clientes? Há clientes que não estão satisfeitos? Qual o motivo? E os que estão satisfeitos? O que mais os agrada? ?São muitas perguntas a serem respondidas, mas o sucesso ou não de seu negócio vai depender das RESPOSTAS que der.

E aqui entra a ORIGINALIDADE dos produtos e serviços que você oferece. Essa originalidade NÃO TEM PREÇO. E às vezes não tem custo também, quando acompanhada de CRIATIVIDADE e INOVAÇÃO. Tem muito “profissional” por aí querendo ser a última bolacha do pacote ao tentar imitar grandes empresas e concorrentes, se espelhar em grandes personagens da vida empresarial ou se municiar de mais diplomas do que a parede do escritório pode aguentar Tudo muito bom, tudo muito válido, mas tudo muito inútil se não existir INOVAÇÃO e CRIATIVIDADE da imagem e da proposta.

E a busca do seu diferencial deve ser permanente, pois o que é surpresa hoje, amanhã estará incorporado ao produto e ao serviço e já não encantará mais o cliente, e além disso, a concorrência rapidamente copia as boas idéias. É preciso inovar sempre e estar atento às necessidades dos clientes, que são muito mais PSICOLÓGICAS do que necessidades



AUGUSTO CÉSAR

ESPECIALISTA EM CERIMONIAL, PROTOCOLO E EVENTOS INSTITUCIONAIS

augusto@augustolima.com.br

(91)9982-8013

www.augustolima.com.br

BÁSICAS. ?

QUER CONQUISTAR MAIS CLIENTES? CRIE DIFERENCIAIS PARA O SEU PRODUTO E SERVIÇO E... RÁPIDO! ???

Augusto Cesar tem MBA em Cerimonial, Protocolo e Etiqueta em Eventos Institucionais (www.augustolima.com.br), professor da UEPA para o curso de Secretariado Executivo Trilíngue, Chefe do Cerimonial da UFRA e Mestre de Cerimônias. CV: <http://lattes.cnpq.br/4932785716921679>