

Crescer sem perder o cliente de vista

*Tatiana Borenstein

Um dos maiores equívocos cometidos pelas empresas é investir em estrutura, crescer e aparecer, mas esquecer do principal combustível desse crescimento: o cliente. Muitas companhias começam pequenas, crescem, mudam de patamar e acabam se distanciando de seu público. Ganham boa reputação, oferecem serviços e produtos cada vez mais completos, conseguem vender, mas pecam no atendimento, que começa a ficar menos personalizado, com um pós-venda generalizado, lento, com pouca transparência e eficiência questionável.

O quadro de prosperidade e crescimento se transforma em uma situação de risco, em que a cartela de clientes e a reputação, construídas com tanto custo e tempo, acabam indo por água abaixo. É possível conquistar crescimento e ainda manter a proximidade com os clientes? Sim. Mas é trabalhoso, requer investimento em pessoal, treinamento, estrutura e tempo.

Vivenciei esse desafio no Grupo Marbor. Começamos pequenos, apenas com locação de veículos e administração de alguns imóveis, com poucos clientes e estrutura enxuta quase 30 anos atrás. Fomos crescendo, ampliando os braços da empresa, abrindo unidades da locadora em várias regiões do Brasil, com atendimento em todo o território nacional, entramos no ramo de hotelaria e, mais recentemente, no de festas, eventos e bufê. Nosso espaço físico e nosso volume de clientes, funcionários, fornecedores, produtos e serviços aumentaram muito, mas nosso foco sempre foi ter estrutura de primeiro mundo e atendimento de interior.

O que quero dizer com isso é que a estrutura precisa ser grande, moderna, maior e melhor do que o cliente espera quando nos contrata. Mas a equipe precisa lidar com cada cliente como se faz em estabelecimentos de interior, em que as pessoas conhecem todos pelo nome, sabem da sua história, suas necessidades, seus objetivos e suas expectativas. É fundamental que a empresa ofereça, de forma fácil e rápida, uma solução para qualquer possível problema apontado pelo cliente. E, claro, saiba dar a melhor opção para cada um, explicar como ele pode ou deve usar os serviços e produtos, dar assistência completa, profissional e eficaz e cumprir com absolutamente tudo o que prometeu.

Esse conjunto de ações vai gerar segurança, confiança e fidelidade, que não são inabaláveis, o trabalho é contínuo. Mas quem atende bem tem um diferencial nas mãos muito maior do consegue

dimensionar e isso faz toda a diferença na construção, na manutenção e na solidez de qualquer empresa.

*Tatiana Borenstein é diretora-administrativa do Grupo Marbor