

**André Zem**

É coach e autor do livro "Nunca mais perca uma venda em hipótese nenhuma"

**José Faganello**

É professor aposentado

A importância de gratificar o cliente

Atender bem o consumidor é fundamental para concluir uma venda. Mas só isso não basta. Dá para fazer mais e é necessário fazer mais, como oferecer gratificações. O consumidor precisa se sentir um rei dentro da sua loja.

Certa vez, um cliente estava fechando uma grande compra comigo, embora tivesse recebido um orçamento menor do meu concorrente. Ele preferiu prestigiar o produto que eu vendia e eu senti que precisava recompensá-lo por isso.

Após concluída a venda, com os dois lados felizes, ofereci a ele, como brinde, uma linda cafeteira de cápsula e disse:

- Este é um presente meu, por vo-

Presentear com uma agenda ou qualquer outro brinde de qualidade pode proporcionar retornos

cê ter escolhido comprar conosco.

Foi incrível ver como ele ficou emocionado! Aquele mimo fez grande diferença na satisfação do cliente.

O empresário precisa entender a necessidade de valorizar o consumidor. Para isso, é fundamental deixar a mesquinha de lado e abrir mão do pensamento pequeno. Acho estranho, na atualidade, encontrar proprietários de lojas que acreditam não ser importante fazer um agrado ao cliente. Quem é que não gosta de ser agradado? Presentear com uma agenda ou qualquer outro brinde de qualidade pode proporcionar retornos imensuráveis.

É necessário dar um presente ao consumidor, afinal, não escolheu o concorrente. Faça isso há duas décadas e, garanto, é um dos segredos do meu sucesso. Mas existem dois pontos a destacar neste contexto.

1 – Use a promessa do presente como parte da negociação, se necessário, e depois entregue ao cliente um brinde de qualidade e valor ver-

dadeiro para ele.

2 – Sempre dê o presente depois que o cliente já comprou, mesmo que você não tenha mencionado isso durante a negociação – assim o consumidor vai ficar muito mais emocionado e satisfeito.

Outra recomendação é oferecer brindes que, de algum modo, valorizem o produto comercializado. Se você, por exemplo, trabalha com vendas de móveis planejados, que têm bons valores de negócios, dê cafeteiras ou fritadeiras elétricas, adegas climatizadas, chopeiras. Se você trabalha com produtos de preços menores, escolha mimos pertinentes para o caso. Uma papelaria que vende material escolar pode gratificar o freguês com as etiquetas para os cadernos comprados. Uma loja de roupas pode brindar sachês perfumados para armários. Mas jamais deixe de presentear o cliente pela compra que ele fez. Gratificação funciona como reconhecimento à preferência do consumidor e é algo do qual ele, certamente, se lembrará ao te indicar a outras pessoas.

É preciso não perder de vista a máxima de que preço é o que pagamos pelo produto ou serviço e valor é o que levamos da marca/empresa. Quando se agrega valor verdadeiro ao que está à venda, o preço perde grau de importância, por parte do consumidor, na negociação.

O cliente quer algo novo, uma experiência única de compra, o que permite ao vendedor a melhor apresentação possível do produto que vende, como em uma noite de estreia de um show muito aguardado. Ele precisa ver e sentir que você está tentando fazer o melhor por ele e, como já disse, a necessidade de gratificação ao consumidor é constante, sendo diversas as possibilidades de tornar isso real. Deixe nítido que ficou feliz porque ele, entre tantas opções existentes no mercado, escolheu comprar com você. Atenda-o bem, presenteie-o e garanta a volta dele ao seu estabelecimento!

Desejos

"O escravo tem um amo só. O ambicioso tem tantos quantos são úteis à sua fortuna" (La Bruyère – Os Caracteres).

Desejar é um impulso contínuo durante toda a vida. Esse instinto que avassala nossas mentes, nos mantém em eterno desassossego.

As coisas que mais desejamos, geralmente são as mais esquivas e, não raro, aquilo que queremos por muito tempo, ao alcançá-lo, não mais o queremos.

Terrível é quando alguém, desiludido por não conseguir ver realizados seus mirabolantes desejos, passe a pensar como o ator da peça de Imre Madách em: "A Tragédia do Homem"

O oráculo profetizou que o novo rei chegaria à cidade num carro de boi

- Não quero mais me entusiasmar por nada: / O universo que gire como queira, / Já não me empenho em consertar-lhe as rodas, / E indiferente hei de vê-los aos trancos... / "Estou exausto – o que quero é descanso".

No entanto, são os desejos responsáveis pela motivação de nossas vidas. Sobre ele construíram vários mitos: Alexandre, com 16 anos foi presenteado com o cavalo chamado Bucéfalo; os domadores da corte não conseguiram amansá-lo e ao descobrir que Bucéfalo se assustava com a própria sombra colocou-o de frente para o sol que o cegava, assim conseguiu domá-lo. Foi seu companheiro de guerra por 20 anos. Morreu no retorno da ruínoza campanha até a Índia.

Outro mito é o do Nó Górdio. O rei da Frígia morreu sem deixar herdeiro. O oráculo profetizou que o novo rei chegaria à cidade num carro de boi. O felizardo foi um camponês chamado Górdio; aclamado pelo povo crédulo, amarrou seu carro numa coluna do templo de Zeus, com um nó inextrin-

cável. O oráculo declarou que quem desatasse conquistaria a Ásia Menor. Quinhentos anos após o nó desafiar guerreiros e generais, Alexandre cortou-o com golpe de espada e tornou-se senhor da Ásia Menor.

Finalmente, atendendo ao pedido, os três últimos desejos de Alexandre em seu leito de morte: 1º Quero que meu caixão seja transportado pelos meus médicos, para mostrar que eles não têm poder da cura perante a morte; 2º Quero que o chão seja coberto pelos meus tesouros, para que as pessoas possam ver que os bens materiais aqui conquistados, aqui permanecem; 3º Quero que minhas mãos balancem ao vento para que as pessoas possam ver que de mãos vazias viemos e assim partimos.

Em minhas aulas na época do Cursinho, acrescentava outra por conta e risco, mas válido para despertar curiosidade e ajudar na memorização. Eis: Alexandre antes de encetar sua marcha contra Dario III, rei da Pérsia, foi consultar o Oráculo de Delfos. Ouviu a seguinte fala: Irás Voltarás. Não, morrerás na guerra.

Não morreu em batalha, mas não retornou a sua terra, pois faleceu provavelmente de febre tifoide. Os generais foram pedir explicações a oráculo e receberam a seguinte resposta: "Ele não entendeu o vaticínio, pois, foi-lhe dito: Irás. Voltarás? Não morrerás na guerra!"

Esta versão, não encontrei em nenhum compêndio, mas fazia sucesso com os alunos que gostavam de curiosidades. Há mais um: pouco antes de dar o último suspiro seus quatro principais generais, ao lado de seu leito de morte quiseram saber com quem ficaria o comando de seu império. Alexandre, lacônico, apenas disse: com o mais digno. Seus generais foram sábios, não disputaram entre eles quem era o mais digno, mas repartiram o império em quatro partes, por sinal o Egito coube ao gen. Ptolomeu, que teve como descendente muitos anos depois, a rainha Cleópatra.

Tempo Hoje 13° Mín. 27° Máx. Sol com algumas nuvens. Não chove.

Amanhã 15° Mín. 30° Máx. Sol com algumas nuvens. Não chove.

JORNAL DE PIRACICABA

Fundado em 4 de agosto de 1900

Publicação da empresa

Jornal de Piracicaba Editora Ltda.

Avenida Com. Luciano Guidotti, 2.525
Jd. Pacaembu • 13.424 589
Piracicaba-SP • 19 3428.4100
CNPJ: 54.360.805/0001-75

Preços:

R\$ 2,00 (de terça a sábado)
R\$ 3,00 (domingo)

Circulação: de terça a domingo

Fundadores

Manoel Buarque de Macedo
Alberto da Cunha Horta
Antonio Pinto de Almeida Ferraz

Juvenal do Amaral (1901 - 1904)
Álvaro de Carvalho (1904 - 1912)
Pedro Krahembühl (1912 - 1929)
Pedro Crem (1912 - 1929)

João Franco de Oliveira (1912 - 1939)
José Rosário Losso (1939 - 1942)
Eugênio Luiz Losso (1939 - 1974)
Fortunato Losso Netto (1939 - 1985)
Antonietta Rosalina Losso Pedroso (1976 - 2011)
José Rosário Losso Netto (1973 - 2013)

Diretor Responsável

Marcelo Bатуira Losso Pedroso

Diretor de Criação e Publicidade

Alex Rodrigues

Editor

Felipe Poleti

Editora de Arraso e Cultura

Fernanda Moraes

Gerente Comercial

Toninho Fioravante

"Sem desígnios de propaganda de qualquer espécie - filosófica, política ou religiosa - buscaremos descortinar a verdade dos atos e dos fatos, e dizê-lo, diplomaticamente, contra quem quer que seja. (...) Que o povo apóie a imprensa para que esta, a seu turno, apóie o povo, tornando-se o porta voz dos seus interesses perante as autoridades, o eco das suas queixas, a tribuna dos seus protestos, a válvula dos seus desabafos e, sobretudo, a propulsora do seu comércio, alavanca poderosa das suas iniciativas."

Antonio Pinto de Almeida Ferraz
Editorial de 04 de agosto de 1900

CAL
3428 4141

Comercial
3428 4150

Redação
3428 4170

Revista Arraso
3428 4174

Classificados
3428 4140

Assine o JP
3428 4190

leitor@jppjournal.com.br
redacao@jppjournal.com.br
revistaarraso@jppjournal.com.br

jppjournal
revistaarraso

Filiado à
APJ
Associação Paulista de Jornais

Os preços de nossos produtos ou serviços, inclusive de publicidade, possuem carga tributária aproximada de 5,65%.
Circulação em Piracicaba, São Pedro, Águas de São Pedro, Charqueada, Saltinho e Rio das Pedras.