



Atingir o mercado não é mais suficiente

Precisamos tocar o emocional, a imaginação de nossos clientes, criar uma marca evocativa e sedutora capaz de provocar desejo e preparar sua disposição. A empresa deve assegurar de que sua comunicação com o mercado, sua distribuição, seus eventos especiais e qualquer tipo de relacionamento com os clientes apóiem uma missão consistente de construir o sonho de sua marca na mente das pessoas.

Produtos e serviços não podem ser revolucionários: os clientes precisam estar prontos para eles, caso contrário, sua “revolução”, isto é, seu produto ou serviço irá por água abaixo.

A criatividade é uma das qualidades mais importantes para alcançar sucesso nos negócios e as empresas que vendem sonhos são os melhores exemplos para os quais qualquer tipo de empresa deve se voltar para aprender esse recurso precioso e escasso.

O Château Rothschild é um exemplo perfeito desse conceito: é um dos melhores vinhos do mundo e seus belos rótulos são quase tão apreciados quanto o notável conteúdo de suas garrafas.

O foco é a questão

A função de um gerente financeiro não deve ser de ajudar a empresa a evitar riscos, mas sim de capacitá-la para assumi-los. Sem riscos não há sonhos. Sem sonhos não há negócios. Sem negócios não há clientes. Sem clientes não há sucesso.

No mundo há cerca de 6 bilhões de clientes em potencial lhe esperando, ansiosos por sonhos! A razão sozinha tem falhado com freqüência na caótica arena dos negócios. É preciso motivação, percepção, intuição e criatividade, isto é, criar um estado de ânimo em que tudo é possível. A perspectiva de hoje, mais científica e menos romântica, onde é preciso “ver para crer” nos induz que a realidade parece ser aquela para a qual acordamos todas as manhãs. Os sonhos não existem para fugirmos da realidade, nem tampouco para escaparmos das amarras do estudo científico, mas para enriquecê-la e ampliá-la.

Só no século XX conseguimos criar mais riqueza do que em todos os anos anteriores da existência. O computador colocou a comunicação na velocidade da luz. Tornamo-nos tão impacientes que a gratificação instantânea passou a ser a regra: café instantâneo, comidas instantâneas, aquecimento instantâneo no microondas, piloto de controle remoto, replay instantâneo... Os períodos de atenção encolheram. A velocidade faz com que sintamos que estamos obtendo mais vida. Na verdade criamos de tudo, mas algo que desesperadamente queremos e não podemos: tempo.

Antonio Freire da Silva Neto é Bacharel em Marketing, especialista em Gestão Empresarial e em Educação Superior, Membro do Núcleo de Marketing da Bahia, Professor e Consultor. professor@academiadavenda.com.br - (71) 8721-6310 / 8837-6411



O cliente de hoje absorve com tamanha rapidez qualquer benefício que logo já está insatisfeito e quer mais. O mercado é dinâmico. A todo instante há gente “surgindo”, “entrando”, tentando e oferecendo condições especiais aos clientes. A concorrência, implacável, cresce em todos os setores. Resultado? O cliente quer mais e exige insaciavelmente cada vez mais. A empresa só tem dois caminhos a seguir: dar ou largar. Mas ela sabe que hoje é preciso correr para ficar no mesmo lugar. Quem quiser melhorar, sabe que é preciso pisar no acelerador. No mundo de hoje, parado você não ficará, ou vai piorar ou vai melhorar.

Lembre-se, o cliente é a razão de estarmos aqui. Sonhar em paralelo à velocidade do mundo é entender: cliente encantado não é cliente, é fã. E fã é igual a um apóstolo, vende o seu serviço pra todo mundo, lhe defende e não cobra comissão e ainda sente-se feliz por isso. A equipe é o elenco e os clientes são os astros convidados. O cliente é a maior plataforma de lançamento e sustentação de uma carreira de sucesso. É Deus no céu e o cliente na terra.

Faça uma reflexão sobre tudo isso, dizendo para si mesmo: Tenho aproveitado as oportunidades que aparecem? Faço apenas o necessário ou faço “algo a mais?” Sou do tipo: faço o “mínimo” ou o “máximo”?

Um recado final: em pleno mundo de tecnologias mutantes onde o paradigma é a velocidade, os pequenos gestos feitos com amor, com o coração, as pequenas atitudes ainda fazem a diferença!

Pense nisso, um forte abraço e esteja com Deus!

* Gilclér Regina é escritor e palestrante