

O Papel do Atendimento no Varejo

Por Patrícia Zawascki*

O varejo movimentava a economia no segmento de comércio, no entanto, o seu desempenho possui níveis altos e baixos, isso porque esse setor depende muito de variáveis que podemos chamar, assim como no marketing, de fatores controláveis e incontroláveis. Esses fatores provocam mudanças no mercado, podendo vir a abalar as vendas e acarretar problemas na economia, são eles, o desemprego, a redução do poder aquisitivo da população, a inadimplência e os juros altos. Esses são alguns dos fatores que podem desfavorecer o bom andamento dos negócios para este segmento do setor terciário da economia.

Contudo, os fatores controláveis também possuem grande influência no desempenho mercadológico das empresas atuantes no setor varejista. É necessário que os gestores passem a identificar essas variáveis já no planejamento estratégico, tomando conhecimento de quais são suas causas e que efeitos elas podem resultar diante da atuação da empresa no mercado.

O primeiro contato com a marca ocasiona uma percepção que os clientes constroem sobre ela, ou seja, é estabelecida a imagem da empresa na mente dos consumidores a partir de uma primeira impressão, e esta, poderá se tornar a reputação da marca, conforme essa percepção for repassada a rede de relacionamentos dos públicos que a conheceram.

Nesse sentido, podemos destacar o atendimento como um dos grandes responsáveis pelo sucesso, ou até mesmo fracasso das organizações, visto que é através do atendimento que o cliente ou consumidor tomará conhecimento das especificações dos produtos e serviços que chamaram sua atenção, construirá uma imagem a respeito da marca, do ambiente, do que a empresa oferece e de como oferece. Além do que, os colaboradores que desempenham a função de atender clientes, poderão utilizar sua persuasão para defender os objetivos da organização e oferecer o mais alto nível de satisfação dos desejos e necessidades que os clientes almejam alcançar.

Muitos empresários não se dão conta da força que possui o atendimento e de como a seleção de profissionais capacitados a exercerem essas atividades, fazem a diferença. Logo, a cultura das organizações varejistas se mostra em adquirir para a ação de atender, uma mão de obra barata e não qualificada, em que a única intenção é a venda propriamente dita, deixando de lado o que deveria ser prioridade, a atenção aos clientes.

No entanto, por esses motivos já vistos, o varejo se torna por diversas vezes rotulado, já que muitas empresas atuantes nesse ramo, ainda não possuem uma visão de negócio voltada ao marketing, ou seja, visam apenas à venda e acreditam que o único quesito necessário para vender é possuir preços baixos e facilidades de pagamento. Contudo, a expansão da concorrência, conhecimento dos direitos do consumidor e clientes cada vez mais exigentes, leva a decadência marcas estagnadas.

Embora essa realidade ainda seja facilmente encontrada por entre organizações varejistas, em outras essa visão já está em processo de mudança, em que passa-se a capacitar e qualificar profissionais de atendimento, e valorizar suas habilidades e aptidões que são incorporadas as suas atividades, com a liberdade para explorar sua criatividade e tomada de decisões.

São esses os diferenciais que o varejo precisa para resgatar o valor de seu mercado, passando a ser percebido como um segmento que oferece uma excelência no atendimento a clientes, e isso quer dizer, ter conhecimento daquilo que se está oferecendo, ser gentil e receptivo, deixar o consumidor à vontade, permitir que os produtos estejam ao alcance de suas mãos e manter o ambiente com uma boa infraestrutura, de modo a torná-lo confortável e agradável, podendo assim, gerar credibilidade aos olhos dos consumidores.

Os resultados obtidos por um bom atendimento podem ser vistos na conquista e fidelização de clientes, que passam a frequentar as lojas, na propaganda boca-a-boca, pela satisfação dos públicos em terem suas expectativas, desejos e necessidades alcançadas, na mudança de uma percepção negativa para uma imagem positiva na mente do consumidor e por fim, na reputação favorável à marca. Além do que, o atendimento pode tornar-se um diferencial competitivo em um cenário ao qual, diversas empresas oferecem os mesmos produtos e serviços com preços, qualidade e tecnologia equivalentes.

Como visto, o papel que o atendimento exerce no varejo é de uma importância inquestionável. Os créditos de um bom atendimento são repassados à marca, que torna-se mais forte e lembrada na mentes dos consumidores. Já os produtos passam a ganhar mais confiança de suas qualidades e tecnologia e a empresa propriamente dita, recebe toda credibilidade e reputação favorável a ela.

* Patrícia Zawascki (zawascki@plumk.com.br), Sócia-Diretora da agência Plus Marketing LPMA, graduada em Comunicação Social - Habilitação em Relações Públicas pela Unisinos, tirou 3º lugar no Prêmio Relações Públicas do Brasil – categoria Profissional Revelação, trabalha como Assessora de Comunicação e Marketing, atendendo clientes como Device Automation, Rede Quali Auto, Coester Automação, Rede Vida Farmácias e Rede Agamoto.