

MOGI NEWS

Diretor-presidente: Sidney Antonio de Moraes

ARTIGO

JUNJI ABE
(PSD)

✉ editor@moginews.com.br



Gente de verdade

O avanço da tecnologia é importante e, claro, irreversível. Porém, há tempos, constato o desconforto de falar com gravações ao telefone. O mesmo sentimento cresce quando o retorno para uma mensagem eletrônica se limita à resposta automática de que haverá contato em breve. Isto não ocorre, na maioria das vezes. É a prova cabal de que nossa opinião e nós mesmos não temos a menor importância para o prestador dos serviços.

Com as empresas de call center, parecia que, finalmente, seríamos ouvidos. Ledo engano. Perseguiam a meta de vender os produtos e serviços dos empreendedores contratantes. Ligam em casa, no trabalho, no celular, mandam e-mails, fazem de tudo. Sentimos a violação de privacidade. Tratam de assuntos que não nos interessam.

Nunca das pendências que levamos.

217 bilhões de dólares é o quanto custou, em 2015, o mau atendimento de empresas brasileiras. O Brasil é um dos líderes mundiais no ranking de prejuízos causados pelo desleixo com a clientela.

A pesquisa é da consultoria Accenture e considera clientes frustrados com o serviço ruim. Quase 9 em cada dez migraram para a concorrência em áreas como telefonia, bancária e planos de saúde.

A pesquisa também mostra que o consumidor brasileiro deseja tratamento personalizado: 68% preferem contato com um ser humano para solucionar uma demanda. O estudo dá ao empresariado uma lição elementar: ser eficaz na solução de problemas. A competência para lidar com as demandas garante não apenas a satisfação (e manutenção) do cliente, mas também a possibilidade de conquistar outros.

O boca a boca é de longe o melhor canal para propagar informações.

Calcados no comentário de amigos e conhecidos, consumidores podem aderir a um produto ou abominá-lo para sempre. Segundo a pesquisa, 79% dizem ser frustrante lidar com companhia que não facilita o diálogo. E 62% não voltam para a antiga prestadora depois de migrar para a concorrência. Perdeu, perdeu. Talvez os dados deem ao empresariado brasileiro bons motivos para oferecer ao consumidor um item sucessivamente negligenciado: atenção.

Num mundo cada vez mais automatizado e menos autêntico, as pessoas querem falar com gente de verdade, capaz de entender, de ter empatia, de tratar do problema. Já ensinava Charles Chaplin: "Mais do que máquinas, precisamos de humanidade. Mais do que inteligência, precisamos de afeição e doçura." #ficadica

✪ **Junji Abe (PSD)**

ex-prefeito de Mogi e ex-deputado federal