

Clientes têm sempre a razão

29 NOV 2004

D.F. - Comércio

Vendedores driblam o mau humor dos fregueses para realizar boas vendas

MINERVINO JÚNIOR

O cliente tem sempre razão. Mesmo se estiver errado. Quem trabalha no comércio leva a recomendação a sério, pois sabe que vendedor não tem o direito de perder a paciência. Independentemente de o cliente ser mal-educado, grosseiro e até mesmo chato. Sobre tudo nesta época, antes do Natal, quando o comércio tanto vende. A paciência tem também que ser extra. Como a maioria dos vendedores ganha comissão por venda, eles acabam optando por levar desaforo para casa a perder o cliente.

Há aqueles que levam a exigência ao extremo, reparando nos mínimos detalhes. Outros estão de mau humor porque foram mal atendidos anteriormente ou até mesmo porque enfrentam problemas pessoais. Tem também os que conversam, conversam, e não levam nada. Cabe sempre ao vendedor respirar fundo e fazer com que o cliente seja bem atendido e sinta que o profissional está preocupado com ele.

"A lei sempre está ao lado do consumidor. Ele tem para quem reclamar. A gente não pode fazer o mesmo", resume Leila Silva, 26 anos, há dez no ramo de roupas. Com a experiência no comércio, Leila já encarou todos os tipos de clientes. "Tem aqueles que põem defeito em tudo. Outros são mal-educados mesmo e fazem questão de maltratar o vendedor. Qualquer coisa já fazem queixa para o dono da loja. Tem os que usam a roupa e querem devolver", enumera. Mesmo assim, ela diz que o

vendedor nunca deve rebater as grosserias. "Agüentamos tudo com um sorriso no rosto", conforma-se.

Kiene Severiano, 26, também é vendedora e sabe que jamais pode perder a calma. "Tem gente que prova tudo o que tem na loja, inventa uma desculpa para não comprar nada e vai embora", conta.

Na opinião da vendedora de sapatos Edinalva Carvalho, 22, as mulheres são mais chatas do que os homens na hora das compras. "Elas enrolam muito. Os homens são mais objetivos. Quando gostam de alguma coisa, levam. Do contrário, vão embora", resume. Segundo ela, quanto mais dinheiro tem o consumidor, mais defeitos ele encontra nos sapatos. "É mais difícil agradar quem é rico", revela. Edinalva conta que só fica brava quando o cliente a faz ir ao depósito para pegar um par de sapatos e não a espera voltar. "Aí fico irritada mesmo", confessa.

SOFISTICAÇÃO - Mesmo em lugares sofisticados, vendedores sofrem com clientes que têm comportamento desagradável. "Uma moça comprou um vestido de R\$ 1,5 mil para usar na formatura. Comprou na sexta e voltou para devolvê-lo no sábado à tarde", conta a vendedora de uma loja no Lago Sul, que preferiu não se identificar. "A cliente usou o vestido e depois recolocou a etiqueta. Mas as etiquetas dos nossos vestidos ficavam em um lugar padrão, que ela não acertou. Além disso, a roupa estava com



A vendedora Kiene Severiano diz que nunca pode perder a calma

cheiro de perfume", recorda-se. "No final, acabei conseguindo convencê-la a ficar com o vestido", conta. Desculpas para não comprar também não faltam. "A roupa fica bem na pessoa, do tamanho certo, e ela implica que não tem a cor que ela quer", conta.

RESTAURANTE - Marco Aurélio Costa, proprietário do restaurante Piantella, um dos mais tradicionais da cidade, diz que seus clientes raramente dão trabalho aos funcionários. "Acho que é porque o restaurante tem personalidade. Nesses casos, as pessoas não se sentem bem em passar dos limites, ficam constrangi-

das", acredita.

Os funcionários do Piantella são orientados a sempre tentar atender às necessidades dos clientes. "Tem gente que pede para modificar o prato porque faz dieta, por exemplo. Atendemos a esses casos dentro das nossas possibilidades", esclarece Marco Aurélio. "O importante é não deixar que as necessidades do cliente tornem-se um problema", ensina. Às vezes, o prato não é exatamente o que a pessoa tinha em mente. "Se o cliente mostrar que não gostou, a gente troca o prato", explica Marco Aurélio. "Aqui o cliente sempre tem razão, nunca discutimos", resume.