



## Resolva problemas, minimize riscos e faça seus clientes se sentirem bem!

Em geral, o que você acha que seus clientes desejam ou precisam não é o que realmente eles almejam. Isso acontece porque as pessoas querem bens e serviços não só por sua utilidade intrínseca, ou seja, pelo que farão com eles, mas também pelas percepções que despertarão nos outros, pela maneira como parecerão aos olhos alheios por adquirirem tais bens ou serviços. Embora seja bastante difícil identificar as verdadeiras motivações das pessoas, sempre se aprende muito ouvindo com atenção.

Quantas vezes os vendedores presumem que conhecem as necessidades dos clientes, embora, na verdade, não tenham a mínima ideia de suas reais motivações? Será que isso acontece porque não fazem perguntas certas e em quantidade suficiente? Algumas necessidades são óbvias, enquanto outras ficam abaixo da superfície. Ron Willingham, em sua obra *Cliente também é gente*, classifica as necessidades dos clientes em três níveis:

**Nível 1 – Quero resolver problemas ou satisfazer desejos conscientes por meio de produtos e serviços.**

**Nível 2 – Preciso minimizar riscos ou causar boa impressão nos outros.**

**Nível 3 – Quero me sentir bem comigo mesmo por ser valorizado como pessoa.**

Dependendo do tempo do seu contato com os clientes, talvez você não seja capaz de sondar o suficiente para compreender suas motivações de níveis 2 e 3. Contudo, a simples consciência de que quase todas as pessoas são motivadas por fatores mais profundos já lhe confere vantagens significativas em relação aos concorrentes. Tudo isso se aplica tanto aos clientes externos quanto aos seus funcionários, clientes internos.

Muitas vezes, os vendedores se concentram tanto na necessidade de executar suas tarefas e realizar seus objetivos que não se colocam no

lugar dos consumidores nem compreendem suas verdadeiras necessidades. Em geral, nossos clientes têm carências especiais para cuja satisfação podemos contribuir. É possível que a maneira como percebem determinada situação seja totalmente diferente da nossa. Quando você encara seu trabalho ou relacionamento com seus clientes como meio de ajudá-los a satisfazer suas necessidades ou desejos, suas perguntas e ações serão diferentes.

O cliente não quer apenas adquirir seu produto ou serviço, seu verdadeiro intuito é satisfazer necessidades mais profundas. Em outros termos, o que você fornece ao consumidor não o atende plenamente. O que ele quer é a recompensa ou a gratificação que desfrutará com seu produto ou serviço. Compreenda isso e verá com clareza como você e seus clientes podem estar em páginas motivacionais diferentes. Seu foco é fornecer um produto ou serviço. O deles é desfrutar os benefícios do resultado final, ter suas questões esclarecidas.

Para resolver os problemas dos seus clientes, você precisa conhecer o processo:

- Compreender o problema.
- Identificar a causa.
- Discutir possíveis soluções.
- Resolvê-lo.

Mas a eficácia na solução de problemas exige mais que apenas conhecer o processo, também requer uma mentalidade específica. Para isso, você precisa definir o que faz da seguinte maneira:

1. Estou aqui para ajudar os clientes internos e externos a resolverem seus problemas.
2. Quanto mais numerosos são os problemas deles, mais eu posso auxiliá-los.
3. Quanto mais eu ajudar as pessoas a resolverem seus problemas, maior será o meu sucesso.
4. Encaro os problemas alheios como oportunidades para mim.

5. Recebo de bom grado os problemas das pessoas como maneiras de executar o meu trabalho com mais eficácia.
6. A solução de problemas mais complexos é o preço para a obtenção de uma maior remuneração, respeito alheio e satisfação pessoal.

Você quer fazer uma experiência que pode impulsionar sua autoconfiança ao enfrentar os problemas dos clientes? Tente o seguinte:

- Escreva as seis sugestões anteriores num cartão ou anote-as em sua agenda.
- Leia-as várias vezes ao dia.
- Depois de cada leitura, repita-as em voz baixa.

Esse exercício fará com que crie novas crenças inconscientes. Quando esse processo se iniciar, você se sentirá cada vez mais confiante em suas capacidades, verá os problemas de maneira diferente, e isso o motivará e o energizará inconscientemente. Aos poucos, você dará boas-vindas aos problemas, vendo-os como oportunidades positivas, em vez de

encará-los como questões espinhosas a serem evitadas.

Cada um de nós vê os problemas de maneira diferente. Nossas crenças inconscientes sobre a capacidade de resolver certos problemas influenciam nossa busca de soluções. Ficaremos frustrados se aprendermos a teoria da resolução de problemas e não a praticarmos no cotidiano. Enquanto não mudarmos nossos valores inconscientes, nossa autoimagem e percepção de nossas possibilidades, nossa capacidade de resolver problemas continuará quase a mesma.

Sua visão interna de suas próprias possibilidades se expande apenas quando você parte para ação, pratica essas novas ideias e obtém resultados bem-sucedidos. Sua autoimagem melhora somente quando você estrutura os sucessos diários. Os êxitos de hoje o preparam para os de amanhã.

**Colaboração:** Marco Aurélio Marcondes



**Livro:** *Cliente também é gente*  
**Autor:** Ron Willingham  
**Editora:** Campus/Elsevier