



Físico, matemático, engenheiro de produção formado pela Escola Politécnica da USP e diretor da Quality® Consultoria – www.quality.eng.br – quality@quality.eng.br

Seus clientes são chatos?

Por Prof. Oceano Zacharias

Ainda é comum ver empresários, diretores e gerentes de empresas “tocando” seu dia-a-dia como se estivessem no século passado: tratando seus clientes como se fossem fregueses, com vendedores do tipo “tiradores-de-pedidos” e atendentes fazendo o favor de anotar a reclamação do cliente – piorando muito quando o funcionário ainda vocifera ao cliente: “Nós temos qualidade, nós temos ISO 9000”. Que vergonha!

Essas empresas jurássicas não assimilaram o que ocorreu no mundo nas últimas décadas do século passado: com o desenvolvimento exponencial da tecnologia, a oferta de produtos e serviços ficou muito acima da curva de demanda, dando assim ao cliente não só o poder de compra, mas principalmente o poder de escolha – condição inexistente até então, quando o cliente era “freguês”. A condição de oferta maior que demanda provoca um fenômeno cujo nome é Qualidade – este é o fato.

A partir daí o cliente fica por cima da situação: tem o poder de escolha e passa a exigir do fornecedor que cumpra rigorosamente o prometido, entrega no prazo combinado, seja bem atendido, etc. – caso contrário ele reclama, reclama e reclama.

O que os fornecedores têm feito? Depende da cabeça dos dirigentes. Há um grupo de empresas que opta por desdenhar o cliente, julgá-lo um chato, esbravejando que “o cliente não entende o que é qualidade (!), que só procura preço, e que o mercado é assim mesmo, e que nossos vendedores visitam e visitam e o cliente não quer comprar da gente”.

Ora, se não compra “da gente”, então pergunto: de quem ele compra? Resposta: das empresas que pensam de forma diferente. São organizações que compreenderam a situação reinante: para vencer o concorrente

e conquistar o mercado, devem perenizar seus clientes. Afinal, custa dez vezes mais conquistar um cliente novo do que reconquistar um cliente que reclama.

Para reconquistar este cliente não basta ser uma empresa com certificação ABNT NBR ISO 9001 e muito menos acreditar que pesquisas de satisfação resolvem o problema de reclamação. A organização tem que possuir ferramentas apropriadas para transformar a reclamação numa melhoria interna evitando reincidências (futuras reclamações) por este mesmo motivo e, o melhor de tudo, reconquistando o cliente e sua confiança. Como? Através da norma ABNT NBR ISO 10002.

Esta norma, ABNT NBR ISO 10002, fornece princípios, orientações e diretrizes para a implantação de uma metodologia eficaz e eficiente de tratamento de reclamações de clientes. Beneficia-se assim a organização como um todo pelo aumento de confiança dos clientes porque a empresa demonstrou habilidade em resolver reclamações de forma consistente (e nem sempre a favor do cliente!), como também pela redução dos custos por que os defeitos e as falhas do produto e do atendimento serão detectados e eliminados. Esta norma é uma das ferramentas mais procuradas por organizações de médio e grande porte preocupadas em resolver definitivamente o problema de reclamações de clientes – afinal, são eles que sustentam sua empresa.

Para implantar a ABNT NBR ISO 10002 a empresa não precisa necessariamente ter certificação ABNT NBR ISO 9001. Caso tenha, a organização deve fazer esta implantação como sendo mais um processo interno, isto é, aos já existentes (comercial, fabricação, *call-center*, assistência-técnica, projeto, etc.) inclui-se mais um processo – o de Tratamento de Reclamação de Clientes. E aí você descobrirá que se seus clientes reclamam não porque são chatos, mas porque cansaram de ser mal atendidos pela sua empresa. ■