

Fuja da PJ que até ontem lhe desdenhava

Fuja da PJ que até ontem lhe desdenhava

Somos pessoas gregárias em nossa vida particular e essa nossa natureza nos leva a estarmos inseridos em um ambiente repleto de amigos que gradualmente passam a nos querer bem, ou nos leva a cercarmo-nos de pessoas sábias, as quais delicadamente suportam nossas diferenças sem nos impor mudanças radicais em nossa essência. Esses nossos amigos nos ajudam a construir momentos ainda mais amistosos, sem que o fator monetário seja relevante. Mas fica a pergunta: poderíamos extrapolar essa amistosa realidade que vivemos em nossa vida pessoal para um relacionamento comercial?

A nosso ver, isso seria um exagero, já que diante do relacionamento comercial predomina a razoabilidade quando da oferta e entrega da solução. O leitor pode até ponderar ser oportuno considerar o fato de o cliente gostar da empresa ou das pessoas que lá o atendem, mas na prática, o que se vê é que gradualmente deixamos de dar preferencia a uma empresa com a qual tradicionalmente nos relacionávamos, unicamente porque ela deixou de nos entregar o elementar que se deseja de um fornecedor competitivo em um determinado ramo.

Diante dessa breve introdução sobre a diferença do relacionamento pessoal e comercial, devemos nos policiar para rapidamente identificar comportamentos distintos daqueles que consideramos normais.

Segmento PJ: O futuro do nosso modelo de negócio será composto gradualmente por uma grande gama de saudáveis clientes empresariais, mas precisamos avançar com extrema cautela nesse mercado, já que esses empreendimentos são conduzidos por pessoas que pouco ou nada lembram o comportamento comercial

angelical dos tradicionais clientes pessoas física. Assim sendo, devemos ser mais cautelosos na avaliação dos movimentos dos líderes dessas empresas, pois podem ocultar verdades de nossos profissionais, os quais podem estar “eufóricos”, por exemplo, com o sinal claro de conquista ou elevação de negócios com uma “boa” empresa que há anos sonhava em conquistar.

Pergunte-se: O que faria uma empresa, que lutamos há anos para conquistar, nos procurar de forma intempestiva? Será que os concorrentes com os quais ela opera se tornaram tão ruins ou “descuidados” ao ponto dela nos achar somente agora uma ótima opção? E por que eles pouco ou nada fazem para retê-la? As respostas tendem a não ser tão claras quanto desejaríamos acreditar, já que a natureza de uma empresa impõe fomentar ótimos parceiros que entreguem entre si uma razoabilidade acima do mercado, o que gera ganhos expressivos às partes. Quando apenas uma das partes se beneficia, ou conduz o relacionamento, não nos parece ser prudente atender a uma demanda pontual de uma empresa, mesmo que ela prometa evoluir os negócios em um futuro próximo.

Estresse PJ: Percebemos que alguns de nossos estresses são causados pela euforia da conquista de ditos “grandes” clientes empresariais, o que usualmente é entendido como uma “vitória”, fruto de muito suor de nossa área comercial. São empresas que visitamos por anos e pouca ou nenhuma atenção deram a nossas soluções ou instituição, e, agora, do nada, como por mágica, nos procuram dizendo que vão nos dar uma “chance”, permitindo que entreguemos com condições vantajosas a eles, preferencialmente, serviços menos nobres e “boas” soluções creditícias. E é usual nesse cenário, esse empresário mencionar que, se formos eficientes, relativizará algum fato desabonador do passado vivenciado em nossa instituição. Ele, de forma incisiva, tende a sinalizar que há uma grande chance de, gradualmente, nos trazer suas outras demandas ainda mais interessantes. Então, para alguém ansioso, e, portanto, mais

desatento, essa conquista é vista como algo a ser muito comemorado.

Reflexões Finais: Ser empresário no Brasil, como é meu caso, é para desbravadores. Eles precisam ter o ímpeto de diariamente buscar novos diferenciais para serem cada vez mais competitivos nesse inóspito mercado. E isso tudo sem descuidar dos desafios de superar as incontáveis diversidades do dia-a-dia. São jogadores fortes que, invariavelmente, negociam 24 horas por dia, mesmo que o destino esteja contra eles. São entidades mercantilistas que se movem pela defesa e rentabilização do patrimônio dos seus sócios e dificilmente promovem parcerias fomentadas por paixão ou compaixão.

Diante dessa exposição de motivos, seria prudente adotar uma contida estratégia comercial frente a um cliente empresarial que sua equipe de vendas sempre almejou, que até então pouco ou nada fizeram conosco. Contudo, de forma inusitada e espontânea, nos procura vendendo uma “oportunidade” de lhes mostrar nossas qualidades através do incremento rápido de negócios que irão nos priorizar. Isso não tem como dar certo!

Concordar é secundário. Refletir é urgente.

Ricardo Coelho – Consultoria e Treinamento com Foco no Cooperativismo de Crédito

www.ricardocoelhoconsult.com.br – 41-3569-0466 – Postado em 15/08/2018