O que leva o consumidor a desistir de uma compra?

Não há nada mais desanimador do que ver os clientes entrando em sua loja e saindo sem comprar absolutamente nada. E a cena tem se repetido há um certo tempo, por várias vezes. Isto sem contar o impacto deste resultado no faturamento da empresa, é claro.

Algo deve estar acontecendo e caberá a você descobrir, para tentar controlar a situação. A lista de prováveis problemas é um tanto quanto vasta, mas atendimento deficiente, filas quilométricas e preço muito alto - sem valor agregado que justifique a cobrança - são fatores que levam as pessoas a simplesmente desistirem das compras.

Preços, opções de pagamento e estoques variados
Como você forma o preço do seu produto? Saiba que a localização do estabelecimento comercial tem forte influência neste ponto. Você mesmo, enquanto consumidor, já deve ter notado que é possível encontrar uma mesma blusa com grandes diferenças de preço entre bairros de classe baixa e classe alta.

Por este motivo, os consumidores acabam optando em comprar em locais distantes de sua casa, em busca de preços mais baratos, considerando que a qualidade dos produtos vendidos, a preços elevadíssimos, muitas vezes pode, inclusive, ser inferior a daqueles mais em conta. Portanto, se for cobrar mais caro, agregue valor ao produto, como maior qualidade, atendimento e benefícios diferenciados etc.

A forma de pagamento é outro fator que influencia, e muito, na decisão de compra do consumidor. Em tempos de concorrência acirrada, não é difícil desistir da compra em uma loja que só faz vendas à vista, enquanto o seu vizinho oferece formas mais facilitadas de pagamento.

O mercado de cartões também se encontra em franca expansão e já se nota a substituição do cheque e dinheiro pelos plásticos de débito e crédito, nas compras rotineiras. Fique atento à evolução dos meios de pagamento ao longo do tempo!

Outras reclamações levam em consideração ainda a falta de variedade de produtos nos estabelecimentos e o tamanho da fila para pagamento. Não há dúvidas de que boa parte dos consumidores desiste da compra, logo que enxerga aquela longa fila dentro de uma loja ou restaurante.

Atendimento

A desatenção e a preguiça de muitos vendedores também acabam com qualquer intenção de compra. O tipo de abordagem nestas lojas também desagrada. "Além de não ajudar, o vendedor ainda fica te seguindo pela loja insistindo para que você leve algum produto que sequer está procurando", desabafa uma consumidora.

O famoso "leilão" do produto, estratégia de muitos vendedores, não agrada. A insistência para que o cliente leve um determinado produto, sob o argumento de que o mesmo já possui outros compradores interessados e que não poderá reservá-lo, além de uma velha desculpa, pode comprometer a credibilidade do estabelecimento.

Quem é o melhor vendedor de uma empresa? Certamente este deve ser o dono! Afinal, ninguém melhor do que ele para saber vender o seu próprio "peixe". E este entusiasmo deve ser repassado no treinamento da equipe de vendas. Afinal, o contato pessoal com o cliente garante o poder de persuasão do vendedor que, sabendo usá-lo de forma inteligente, estabelecendo uma certa parceria com seu cliente, poderá trazer grandes vantagens para a empresa!

Disponível em:<http://www2.uol.com.br> Acesso em 8 nov. 2005.