

Um toque especial

Christye Cantero

Uma loja toda clean, que vende produtos orgânicos e naturais, na medida certa para consumidores preocupados com qualidade de vida e preservação ambiental. E não é só isso, a variedade é impressionante. Para se ter uma idéia, na seção de FLV (Frutas, Legumes e Verduras) é possível contar mais de oito tipos diferentes de cogumelos e sete espécies de maçãs.

É assim na rede americana Whole Foods. A empresa, além de ter uma atuação no mercado reconhecida pelos clientes como socialmente responsável, prioriza a experiência no ponto-de-venda. Uma de suas ações voltadas para isso é que o cliente pode fazer suas compras e também aproveitar para almoçar, jantar ou fazer um lanche no próprio estabelecimento, já que há uma ilha dentro do supermercado que vende comida. Do lado de fora das gôndolas, num espaço bem agradável, consumidores lotam as mesinhas enquanto saboreiam a refeição.

Outra iniciativa que faz a diferença está relacionada à equipe. Na Whole Foods, cada colaborador tem até 20 dólares por dia para gastar em relacionamento com o cliente. Assim, se o funcionário vê que alguém olha por muito tempo uma embalagem de determinado produto, mas não o coloca no carrinho, vai até o cliente e oferece o produto a ele dizendo que é um presente e que é para o consumidor experimentar.

“Para oferecer serviços, o varejo precisa principalmente investir em pessoas. As lojas transformaram operadores em pessoas que podem orientar e encantar o consumidor, como o Whole Foods”, comenta Eduardo Macedo, sócio-diretor da Gouvêa de Souza & MD.

Macedo lembra que a cadeia americana Target também criou um diferencial para os clientes, visando aprimorar a experiência no ponto-de-venda. “É um telefone vermelho que fica dentro das lojas para que o cliente fale diretamente com a central de atendimento”, explica. Ou seja, chegamos a um ponto em que as empresas têm de oferecer mais que preços competitivos e produtos de qualidade. O que o consumidor quer é ter boas experiências.

Disponível em: <<http://www.consumidormoderno.com.br>>. Acesso em 19 fev. 2008