ATENDENDO E EMPREENDENDO

Marcio Oliveira*
marcio@lewlaratbwa.com.br

"Já se falou e se escreveu muito sobre nossa profissão de atendimento. Já mataram o atendimento inúmeras vezes e o ressuscitaram também. Não vou discutir isso aqui. Mas pretendo, sim, trazer um novo ângulo. E esse ângulo é o do atendimento empreendedor.

Se existe algo em que não pairam dúvidas é que, no alto da escala hierárquica de uma agência, mora o envolvimento muito maior com o business do seu cliente, não importa o departamento em que você trabalha/Entender do negócio do seu cliente e do seu próprio negócio (comunicação) é crucial. E não entender é mortal. Esse é o momento em que é imprescindível deixar de ser tático e passar a ser estratégico. É isso que esperam de você.

Note que até os criativos nessa posição necessitam ter o business correndo nas veias junto com a criatividade. Ainda mais nos dias de hoje, de competição insana. O mesmo se vê na mídia, no planejamento e no mundo digital. Sentar na frente do dono, do presidente de uma empresa e do diretor de marketing exige um nível forte de conhecimento e envolvimento com seu mundo e sua atividade.

E é aí que vem o aspecto curioso e interessante do atendimento: desde o início de sua carreira, um atendimento pode enxergar seu grupo de contas como uma miniagência. Seu cliente ou seus clientes trazem a receita com suas verbas de comunicação. E, para completar, é totalmente possível o atendimento empreendedor calcular todas as despesas de seu grupo - salários, despesas com combustível, overhead (luz, computador, aluguel etc).

Dentro desse cálculo, é fundamental acrescentar as despesas de 'terceirização'. O atendimento não vive sem os outros departamentos; precisa ouvir e integrar. Do ponto de vista empresarial, é como se contratasse cada departamento para desenvolver, junto com ele, o trabalho para o seu cliente. As horas utilizadas pelos outros departamentos, somadas aos custos de escritório, entre outros, resultam no total de despesas.

Pronto, agora o atendimento pode sozinho calcular o lucro que seu grupo traz para toda a agência. Mais do que isso, pode pensar e executar maneiras diferentes de trazer mais lucro, mais receita. Ou seja, empreender tá na sua mão.

Isso já ajuda, inclusive, o atendimento empreendedor a pensar em sua retirada de um salário variável, um bônus. Se ele contribui para o todo, então o todo pode contribuir para seu bolso também. E olha que ele não precisa negociar com nenhum departamento de procurement ou compras...

E o cliente ganha algo com isso? Muito. Porque seu atendimento será naturalmente envolvido e proativo. Será estratégico e crítico. Quer melhorar ainda mais?

Acrescente parte da remuneração vinda desse cliente a um bônus atrelado aos resultados anuais. Cliente ganha. Agência e atendimento empreendedor ganham mais.
Então. Agora vamos voltar àquela questão hierárquica do começo deste texto. O atendimento possui uma vantagem competitiva clara nessa corrida ao topo da montanha. Basta querer, dedicar-se, usar seus dois ouvidos e a única boca para ouvir mais do que falar, estudar muito e ter vontade de aproveitar essa senhora oportunidade que você tem de 'brincar de dono' de agência desde o começo de seus passos na carreira.

Agora repare que o ano é 2010, e as oportunidades neste País vão bombar! Os anunciantes precisam e precisarão de empreendedores. Ser atendimento, portanto, pode ser bem mais bacana e desafiador do que você imagina. E pode trazer grandes alegrias e voos mais altos.

Olhe para os lados e para cima, meu amigo. Quantos atendimentos você vê comandando agências? Quantos atendimentos dirigindo as maiores agências do Brasil (agências de design, internet, BTL)? Todos eles começaram um dia com seu grupo de contas. E com seu empreendedorismo."

*Vice-presidente de operações da Lew'Lara\TBWA

Fonte: Propmark, São Paulo, 5 abr. 2010, p. 18.

A reprodução deste artigo é exclusiva para fins educacionais