



O que o cliente quer neste Natal

Pesquisa revela insatisfação dos clientes com filas sem fim, caixas fechados e atendimento inadequado. Veja como sanar esses problemas!

Fim de ano, clima natalino, músicas temáticas, sentimentos renovados e desejo de paz para o próximo ano. Imagine isso numa loja comercial, contrastando com filas enormes, caixas fechados nos horários de maior movimento. Acrescente, ainda, um atendimento impessoal e desinteressado na loja. Caótico? Pois é justamente esse panorama que os clientes do varejo não querem para o fim do ano.

Segundo pesquisa do Instituto Around Research realizada com 200 pessoas em todo o país, 93% dos consumidores se mostraram insatisfeitos com longas filas nas lojas. Em 2010, essa insatisfação foi apontada por 76% dos respondentes. Já o atendimento inadequado dos caixas se mostrou presente em 54% dos entrevistados, quase o dobro do índice do ano passado, que foi de 28%. Num período de vendas aquecido, o atendimento é essencial para garantir a satisfação do cliente nas compras.

Uma coisa é certa para você, empresário da Panificação, algumas medidas devem ser tomadas para que o seu faturamento não seja furado. Uma das formas de sanar os gargalos já mencionados, segundo o consultor José Mário Oliveira, do Instituto Tecnológico da Panificação e Confeitaria - ITPC, está na contratação da mão de obra temporária de forma consciente. "É preciso que você diga para o temporário o que espera dele. Pegar o funcionário e jogá-lo na operação sem dar a ele um treinamento adequado, não é interessante", afirma o consultor. Nesse sentido, treinar os temporários por um funcionário experiente, além de bonificar o trabalho do veterano pelo serviço prestado fazem parte da estratégia, segundo Oliveira. "Essa qualificação deve ser feita de ombro a ombro", afirma.

Já Ivete Souza, que também integra o time de consultores do ITPC, acredita que as ações no Natal podem ser ampliadas, a começar pela produção própria. "A padaria



pode aumentar o seu mix de produtos ou variá-lo, já que grande parte dos produtos que serão oferecidos, a padaria já sabe fazer”, afirma. Panetones mais sofisticados, ceias de Natal e sobremesas são alguns dos produtos indicados pela consultora.

Mais que atenção, a equipe de vendas precisa de treinamento e motivação nesse período. Decorar a loja, oferecer uniformes específicos para as atendentes e, conseqüentemente, “fazer com que o espírito natalino esteja evidente na padaria” são os primeiros passos. A partir daí, segue-se a qualificação do time de vendas. “A equipe de vendas precisa estar motivada periodicamente. E para isso, ela precisa de um líder que envolva os funcionários, além da oferta de prêmios ou benefícios”, ressalta Ivete. Ações sociais também podem ser um diferencial para a padaria no período natalino, já que de forma indireta ajudam a reforçar o nome da empresa entre os consumidores.