Atendendo bem

Volume 1, edição 1 Maio 2009

O informativo de quem trabalha ecologia no dia a dia.

Ampliando o valor do produto ecológico

Um produto não é apenas um produto. Um cliente fica satisfeito quando compra um molho de rúcula e prepara uma boa salada. Se este cliente tiver comprado a rúcula numa bonita banca de uma feira ecológica, onde foi bem atendido, a tendência é que a satisfação em relação ao alimento ecológico aumente e ele divulgue isso para mais três pessoas.

Mas o que é atender bem? Como fazer da nossa banca e de nós mesmos um cartão de visita de todo o trabalho realizado na propriedade? Como estabelecer como nossos clientes uma relação que não se abale diante das facilidades oferecidas pelos supermercados e mercado convencional em geral?

Buscando essas respostas, os agricultores Cleuza e Alvaro Carlos, Olga e Manoel Eberhardt, Luzia e Natan, Adriana Ceron Bellé da Econativa e as associadas da Coopet Angela e Tainá Webber Gonçalves, participaram do Curso Feiras Ecológicas: Princípios e Fins, realizado no final de abril e início de maio, em duas etapas.

A primeira etapa foi no Centro de Pastoral, onde o grupo relatou suas experiências positivas e negativas em relação a atendimento e listou atitudes que fazem um cliente voltar. Uma semana depois, em Três Cachoeiras, partiu para quatro tipos de ponto de venda a fim de observar o atendimento, a disposição dos produtos, condições das instalações e até a apresentação pessoal dos atendentes. Os resultados dos relatos e observações foram registrados neste boletim, que esperamos que possa ser um material de apoio a todos os grupos, associações e cooperativas do Núcleo Litoral Solidário da Rede Ecovida de Agroecologia.

Seis atitudes que fazem um cliente voltar

1. O atendente se colocar à disposição, sem preguiça, mas sem insistência, fazendo o cliente sentir-se à vontade para olhar, tocar nos produtos.

2. Variedade e quantidade de produtos

3. Simpatia do vendedor, a acolhida: cumprimentar o cliente que chega: *bom dia ou boa tarde? Tudo bem?*

4.Ajudar a resolver o problema do cliente. Fazer o cliente se sentir importante, valorizado.

5.Usar um uniforme - avental, camiseta ou guarda-pó e ter apresentação pessoal bem cuidada.

6.Conhecer o produto e formas de utilizá-lo.

"Cliente mal atendido vai embora.

Cliente bem atendido volta."

Como afastar clientes em apenas seis lições

1. Jamais cumprimente! Bom dia, boa tarde, para que servem estas formalidades?

2. Se ele ou ela perguntar sobre um produto que não está na banca, responda somente ***não tem.*** Não precisa informar quando vai ter, explicar que não é época, ou ainda dizer que pode ser encontrado na banca de outro agricultor. O problema não é seu!!!

3. Faça o cliente sentir que ele não tem importância, se ele for embora, ele é quem vai ficar sem o seu produto. Existem muitos clientes dando sopa por aí.

4. Exponha poucos produtos e deixe bastante espaço vazio na banca.

5. Quando o cliente for embora, aproveite para falar mal dele com a pessoa mais próxima.

6. Você trabalhou a semana inteira, preparou os produtos para a feira, está super cansado. Vista qualquer roupa, de preferência a mais amarrotada e que não vê água há um bom tempo. Se você é homem, não esqueça de deixar a barba por fazer e o cabelo ensebado. Ah, e despenteado.

Sobre apresentação das bancas e feiras

- O cliente observa se a banca está bonita, arrumada.
- Muito produto junto, num espaço pequeno, não é uma boa apresentação.
- Uma alternativa é separar os produtos em cestas e colocar produtos com cores contrastantes lado a lado: Um produto verde ao lado de um laranja e de um roxo.
- Para quem leva produto processado (chimia, doce, biscoito, suco, etc) - informar em uma etiqueta a data de fabricação, prazo de validade, ingredientes (os de maior quantidade para os de menor quantidade), telefone e endereço para contato. Essas informações são indispensáveis para os clientes.
- Expor esses produtos com o rótulo ou etiqueta de frente para o consumidor e sem um resquício de poeira. Pega mal!

Sobre apresentação pessoal

Cabelos - Para os homens cabelos curtos e com aparência de limpos. Para as mulheres o importante é não deixar cabelo cair no rosto ou sobre os alimentos. Melhor prender. Um lenço, faixa ou chapéu caem muito bem.

Unhas - curtas e limpas - para eles. Nada ou esmalte claro para elas. Escuro até pode ser, mas nada de nada de garras com as pontas descascadas.

Barba bem feita ou melhor ainda – sem barba, são detalhes que os clientes percebem, sem perceber.

Roupa – qualquer uma, desde que seja do tamanho certo e com mangas. Barriga de fora, camiseta regata são bem fresquinhos, mas lá na propriedade. Consumidor não precisa – nem deve - ver nossas axilas e pneuzinhos (quem não tem?). Aventais, de preferência iguais nas feiras, guarda-pós ou camisetas também ficam bem bacanas.

Ao escolher um restaurante, os clientes levam mais em conta o aspecto dos funcionários do que a qualidade da própria comida.

Relatos e observações sobre boas e más experiências em atendimento

- Demorou uns 15 minutos pra vir nos atender. Outras clientes, que chegaram depois, foram atendidas com mais simpatia. Tinha poeira. Não fomos cumprimentados. O Manoel teve que perguntar pelo produto e a vendedora estava mal humorada. Não nos sentimos valorizados. Só vamos voltar lá se for preciso.Olga e Manoel Eberhardt, Apemsul.

- Fomos em quatro lojas. Em três delas a gente chegou e nem nos deram bola. Uma vendedora disse *Oi,* lá de longe. Natan Fernandes, ACERT Raposa.

- Nós fomos muito bem atendidos. A vendedora disse boa tarde, foi ver os preços, puxou assunto, mostrou os genéricos. Usava uniforme, crachá, unhas curtas, limpas e sem pintar. Cleuza Carlos, Morro Azul.

- Em uma loja fomos bem atendidos. A vendedora falou *Oi, tudo bom? Posso ajudar?* Em outras lojas as vendedoras ficaram batendo papo entre elas, estavam carrancudas e não deram nem *tchau*. Vejo que quando é produto de liquidação é tudo jogado. Acho que tem que ser bem cuidado. Luzia Fernandes, ACERT Raposa.

- A mesa tinha farelo, mas os produtos da loja estavam bem organizados. Não vieram atender, não sei se porque me conheciam. A atendente tinha o cabelo amarrado. Angela e Tainá Webber Gonçalves, associadas da Coopet.

Boletim Editado pelo
Centro Ecológico

Fone / fax
51 3664 0220

centroecologico.org.br

O curso Feiras Ecológicas Princípios e Fins foi uma atividade realizada através do projeto
Agricultura Ecológica, Soberania Alimentar e Economia Solidária - Soluções Ambientais para Problemas Sociais.

Patrocínio: DESENVOLVIMENTO & CIDADANIA PETROBRAS · PETROBRAS · BRASIL UM PAÍS DE TODOS GOVERNO FEDERAL