

QUEM REALMENTE É O CLIENTE?

Quem é o cliente para você?



Cliente é alguém que necessita de minha ajuda e de minha equipe para satisfazer suas necessidades. Sempre falo para minha equipe que toda a pessoa que entra em contato conosco a fim de comprar, pesquisar ou mesmo reclamar, é e deve ser tratada como um cliente em potencial, alguém muito importante para a sobrevivência de nossa empresa e de todos nós.

Pois é o cliente quem paga as nossas contas, os nossos salários ou pró-labores. Sem o cliente a empresa se assemelha a um corpo sem alma.

E se nós encarássemos todas as pessoas com quem interagimos como clientes, pois para mim o cliente é o nosso Patrimônio Maior, então, todos seriam importantes: a família, [amigos](#), colegas de trabalho, líderes, vizinhos, pessoas carentes, etc. Sendo importantes, buscaríamos maneiras de satisfazer suas "reais necessidades", desenvolvendo excelentes relacionamentos.

Imaginemos que todas as pessoas com quem nos relacionamos ou mantemos contato sejam [clientes](#). O que você vê nisso?

Vejamos alguns conceitos sobre clientes: nas línguas de origem latina, como a nossa, cliente origina-se de *cliens*, *clients*, que significa vassalo, protegido de alguém, de um senhor. No dicionário encontramos: cliente, protegido. Plebeu que, entre os romanos, vivia da proteção e favores do patrício; pessoa protegida. Segundo Arruda e Piletti no livro *Toda a História: "Além dos patrícios, havia ainda (entre os romanos) os parentes pobres, os clientes, que prestavam serviços e beneficiavam-se da proteção da família"*.

Nos programas de qualidade das organizações costumamos afirmar que a "Qualidade é caracterizada pela satisfação do cliente". Porém para considerar todas as pessoas que nos relacionamos como clientes, essa palavra precisa ter seu significado ampliado de forma extrema.

Fazendo uma comparação entre a origem da palavra cliente e o discurso da qualidade, percebemos a transformação, ou mesmo elevação do vassalo - plebeu pobre que prestava serviços e era protegido pelos nobres -para a condição de Rei. O grande exemplo disso está nos *slogans* que se proliferam no mundo dos negócios como: *O Cliente é o Rei; O Cliente em primeiro lugar*, etc.

Infelizmente muitos líderes e diretores pensam desta forma ao se relacionarem com seus colaboradores e se esquecem que estes também são seus *clientes internos*, e que "as pessoas são o patrimônio mais valioso de uma organização". – disse isso com surpresa, pois logo pensei em minha esposa e filhos como meu patrimônio mais valioso.

Vejamos o que Rosenbluth e Mc Ferrin, em seu livro *O cliente em Segundo Lugar*, dizem sobre o assunto:

Coloque seu pessoal em primeiro lugar e veja como eles darão o máximo de si (...) pessoas infelizes produzem um serviço infeliz e uma lucratividade declinante.

Márcio Silva é escritor, consultor de Treinamento & Desenvolvimento, palestrante a mais de 8 anos nas áreas de gestão de clientes, gestão de pessoas, vendas, motivação, planejamento estratégico e liderança. Autor do livro "Clientes por Todos os Lados" pela Editora Diário (SP), tendo como principais clientes: Volvo, Unimed, Shopping Center Uberaba, Vila Rica Imóveis, Kia Motors, Band FM, Centro Auditivo Surtel, e entre outros.

Visite nosso site: www.callcenter.net23.net