

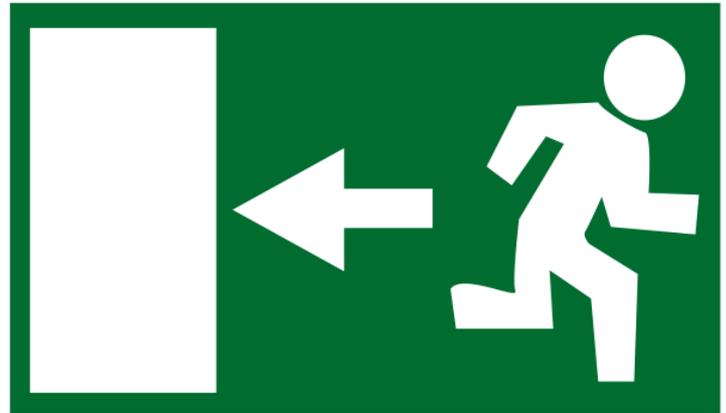
Motivação & Sucesso

A última impressão é a que realmente fica

Luiz Marins

É comum se afirmar que a primeira impressão é a que fica. Estudos modernos citados por muitos autores como Daniel Kahneman, demonstram exatamente o contrário: na verdade a última impressão é a que realmente fica.

Vejo empresas e pessoas que se preocupam muito com a primeira impressão e deixam a decepção para o final quando os clientes se sentem enganados a partir de uma impressão inicial primorosa.



Assim, é preciso cuidar da primeira e de todas as etapas de uma ação até a última. De nada adianta uma boa primeira impressão se não houver extremo cuidado nas etapas seguintes. Basta prestar atenção para ver que as maiores reclamações dos clientes e mesmo fornecedores, se referem a etapas que não são as primeiras. Na verdade, quando a primeira impressão é ruim, muitas vezes o relacionamento comercial não tem continuidade. A decepção ocorre quando o relacionamento já está bastante avançado gerando mesmo demandas judiciais.

Clientes que entrevistamos nos disseram que é preciso tomar muito cuidado com empresas que apresentam uma primeira impressão boa demais. Vários depoimentos falam de vendedores (as) que após terem tirado o pedido simplesmente desaparecem, deixando o cliente à mercê de outras pessoas da empresa pouco comprometidas com o atendimento ou com o que havia sido prometido pelo vendedor(a). A mesma coisa acontece em eventos, almoços e jantares diversos. A chegada é maravilhosa e no final as coisas acabam mal pela sobremesa de baixa qualidade, o café frio ou o manobrista que demora mais de trinta minutos para trazer o veículo dos convidados.

Com a consciência de que a última impressão é a que realmente fica, é preciso prestar muita atenção a todos os detalhes do relacionamento com clientes e fornecedores e cuidar dos eventos de forma que a surpresa e o encantamento ocorram do começo ao fim.

Sua empresa faz isso? Você cuida para que a última impressão seja encantadora?

Pense nisso. Sucesso!