



e-lupa: de olho no mercado!

EL-16: Proibida entrada de Motos, Bichos Soltos e Vendedores

A intrigante frase do título é de uma placa que foi vista na entrada de um parque e reflete uma circunstância bastante presente no mercado moderno.

Num mundo em que a maioria dos segmentos sofre com a hiper-competição, as empresas lançam mão das mais diversas estratégias para colocar sua força de vendas cara a cara com potenciais clientes. Com isso o excesso vira normalidade e daí a distorção: as pessoas (físicas ou jurídicas) se protegem como tartarugas dentro das carapaças e poucos são os eleitos que conseguem chegar a eles, pois:

- A maioria das empresas optam pela estratégia da força bruta, bombardeando intensamente seu mercado para pegar o que cair morto.
- Apenas o desenvolvimento de diferenciais se mostra insuficiente para gerar demanda.

Mesmo no B2B onde a escolha técnica deveria imperar, alcançar o decisor de compra é tarefa cada vez mais ingrata.

- Dependendo do tamanho da empresa, seu poder permite desafiar certas leis do bom marketing e a venda vai porque vai (que me perdoem os mais puristas).

Por outro lado, porque pessoas e empresas correm para ter alguns produtos ou serviços?

Porque eles alcançaram o grau de encantamento: Shangri-Lá dos vendedores e marqueteiros onde seu produto nem precisa ser tão bom assim, mas é desejado de forma obcecada.

“Mas deve haver uma maneira de minha empresa estar lá”, perguntam-se os mais esperançosos.

Sim, há! Mas a resposta não é curta o suficiente para caber aqui, mas lá vão algumas questões que podem levar às soluções pretendidas:

- Você conhece seu cliente, seus hábitos e anseios?
- Sua marca é (re)conhecida pelo seu mercado?
- Você tem formadores de opinião que usam seu produto?
- Você oferece garantias de satisfação (tangíveis e, principalmente, intangíveis)?
- Sua comunicação seduz?
- Você precisa realmente explodir no mercado ou dá para comer pelas beiradas?

O chato é que há inúmeras empresas de sucesso que essas soluções foram substituídas pelo instinto.

Mas se esse não é o seu caso, assuma que o desafio é grande e que a resposta para essas perguntas passam pela informação. E lembre-se: quem detém a informação, detém o poder.