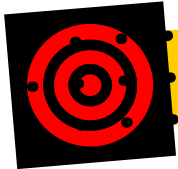


▶ 24 a 30 de abril de 2011



# Motivação & Sucesso

## Afinal, existe cliente ruim?

Luiz Marins



Responda: cliente que não paga ou dá trabalho para receber; cliente que usa os seus produtos em desacordo com as especificações; cliente que fala mal de sua empresa o tempo todo; cliente que cria caso todas as vezes que se relaciona com sua empresa; cliente que maltrata os funcionários de sua empresa; cliente que faz escândalos sem razão e exigências absurdas; cliente que mente.... Você considera um “bom cliente”?

Essa história de que o cliente sempre tem razão, simplesmente não é verdade. Há clientes que não têm mesmo razão alguma! Para esses clientes ruins, meu conselho sempre foi : faça uma carta de recomendação a seu maior concorrente e despache esse cliente para ele!

Agora, preste atenção: é claro que a regra geral deve ser que “o cliente sempre tem razão”. Por quê? Simplesmente porque uma empresa não vive sem clientes. Você pode terceirizar a contabilidade, a segurança, a alimentação, etc. Mas você jamais poderá “terceirizar” seus clientes, pois se você mandar todos os seus clientes para terceiros, com certeza sua empresa quebrará. É por isso e somente por isso

que a norma continua sempre sendo a de que “o cliente sempre tem razão”.

Mas como toda regra, ela tem exceções. Leia o primeiro parágrafo deste texto. Ora, um cliente que não paga, cria caso, usa os produtos em desacordo com as especificações colocando em risco a sua marca e até pessoas, é um cliente ruim que a empresa tem o direito de não aceitar. Da mesma forma como os clientes têm o direito de escolher as empresas que desejam como suas fornecedoras de produtos e serviços, a empresa também tem o direito de não querer um mau cliente.

Escrevo isto porque vejo que há muita confusão em empresas que se submetem e se subjugam a maus clientes sem necessidade alguma. Essas empresas acabam viciando maus clientes a serem maus pagadores, descumpridores de palavra, mal educados e grossos com funcionários. É como diz o ditado latino que sempre cito: “quem poupa os maus, ofende os bons”, mantendo os maus clientes conosco e fazendo as suas vontades absurdas estamos, de fato, punindo os clientes bons, pois os maus nos tomam tempo e energia que deveríamos utilizar para manter e fidelizar nossos bons clientes.

Lembre-se: o cliente sempre tem razão, mas essa regra também tem exceções.

Pense nisso. Sucesso!



ANTHROPOS MOTIVATION & SUCCESS  
motivacao@anthropos.com.br  
www.anthropos.com.br - www.livrariamarins.com.br