

## A fila da Sapataria

Escrito por Priscilla Poubel  
Ter, 26 de Março de 2013 00:00

---

*Sergio Montes \**

Quem aqui nunca foi a uma sapataria? E quem nunca foi atendido pelo método "cheiro no cangote"?

A história que vou contar é a mesma que conto nas minhas aulas de marketing, em atendimento e comportamento do consumidor e a maioria dos alunos não acredita, mas morrem de rir, até pelo meu jeito meio "teatral" para contar histórias. Mas é verdade!

Como todos sabem na época de natal é comum a contratação de um número maior de

## A fila da Sapataria

Escrito por Priscilla Poubel

Ter, 26 de Março de 2013 00:00

---

vendedores em relação às outras épocas do ano, para fazer frente ao aumento da demanda. Até aí, nada de errado. Porém, fico me questionando qual o tipo de treinamento que esses novos vendedores recebem?

Vocês já repararam que ao chegar a uma sapataria, mesmo quando você está apenas olhando, sem compromisso, uma coisa que até eu gosto de fazer, olhar vitrines e produtos, mas sem compromisso, você logo é abordado por um vendedor que fala seu nome e te deixa um cartão. E fica na maioria das vezes "cheirando seu cangote" até que você desiste de olhar. Pois é! Em uma dessas vezes que eu estava olhando vitrine, do lado de fora de uma sapataria de shopping, percebi uma longa fila de vendedores formada em uma área específica da loja. Olhei com um olhar de estranheza me perguntando: "que negócio é esse? O que deve estar acontecendo? E fiquei alguns minutos observando o que acontecia. Depois de uns 15 minutos, não acreditei no que eu estava vendo. Será mesmo que é isso? Resolvi voltar no dia seguinte para tirar as dúvidas e continuei minha andança.

No dia seguinte, voltei munido de uma máquina fotográfica para documentar minhas observações e torcendo para a tal da fila estar formada lá, na sapataria. E estava! Aí, resolvi eu mesmo fazer alguns testes. Primeiro, fotografei a fila, até para meus alunos não acharem que era cascata minha, como já acharam de algumas coisas que contei, mas...fotografei. Depois, me dirigi à vitrine e comecei a olhar, do lado de fora da loja. Até aí, tudo bem. Então, fui para frente da loja, na porta de entrada e percebi uma leve mexida na fila, como se fosse uma chacoalhada de ônibus, daquele jeito que todo mundo se arruma num ônibus cheio. Um acompanhando o movimento do outro. Então não resisti, confesso. Parei em frente à fila, ainda do lado de fora da loja e olhei para a primeira pessoa dela. Ele me encarou firme e cerrou um pouco os olhos, apurando o corpo à frente. Ameacei com o pé atravessar a linha que divide o corredor do shopping e da loja e o primeiro da fila se posicionou como se fosse dar a largada em uma prova dos 100 metros rasos, igualzinho como se vê nas olimpíadas, me encarando como se fosse voar em cima de mim. Encarei o sujeito e pisei na loja: a largada foi de imediato e o vendedor veio na minha direção qual foguete. No mesmo instante, tirei o pé da loja e para meu espanto e surpresa, o "atleta" deu uma guinada freando o corpo e inclinando-o para trás e num suspiro de extrema decepção se dirigiu novamente ao final da fila. Perdeu sua vez.

## A fila da Sapataria

Escrito por Priscilla Poubel

Ter, 26 de Março de 2013 00:00

---

Me senti horrível, mesmo gargalhando por dentro, e resolvi sair de fininho antes que fosse linchado pela galera da fila, afinal eles estavam ali defendendo suas comissões. E mexer no bolso dos outros é comprar briga. Fui embora da frente da sapataria e passei a reparar no atendimento que é feito, de uma forma geral, em todas as lojas nessa época, ou nessas épocas onde o movimento aumenta muito. E meus estudos de marketing vieram à mente. Será que as pessoas, os compradores, gostam de ser atendidos assim? Será que todas essas pessoas que são atendidas assim voltam na loja para comprar? Será que só eu não gosto de ser atendido dessa maneira? Por que os vendedores são treinados dessa forma (se é que são treinados)? Apenas para bater metas e ganhar suas comissões? Será que as pessoas que foram atendidas assim indicam a loja para outras pessoas? E tentando responder meus questionamentos cheguei à conclusão que as respostas que eu dava às indagações estavam ao contrário de tudo aquilo que eu aprendera e agora ensinava no marketing.

Aumentar as vendas sim, mas fidelizar não? Por que não agradar mais ao cliente para que ele volte sempre e ainda indique sua loja (ou seja, lá qual for o negócio que você pratica)? E quem disse que as pessoas gostam de ser atendidas dessa forma: um vendedor cheirando seu cangote, dando um cartão e ficando doido pra você comprar pra ele poder cheirar o cangote de outro?

Não tenho respostas definitivas, acho que vale um estudo mais aprofundado, mas eu não gostaria de ninguém atrás de mim enquanto observo, imagino, penso e decido se vou comprar alguma coisa ou não. E se resolver comprar, eu quero olhar em volta e encontrar alguém prestando atenção em mim e vindo oferecer ajuda, se eu precisar... pelo menos é assim que eu gostaria de ser atendido. E falando em ser atendido, quantas histórias temos que poderiam ser contadas mostrando como é ruim nosso atendimento (pelo menos na minha opinião).

## **A fila da Sapataria**

Escrito por Priscilla Poubel

Ter, 26 de Março de 2013 00:00

---

Não deixei de ir às sapatarias (essa por acaso fechou... não imagino por quê?) até por que precisamos comprar sapato ou tênis de vez em quando, mas acabo assumindo, de cara, uma postura antipática que dificulta a prestação do serviço no momento do contato de serviço. Poderia ser diferente!

*Sergio Montes é especialista em Marketing, professor do curso de Publicidade e Propaganda da Anhanguera Unipli, Designer e Diretor da DNA da Criação*