

O CONTRA-SENSO DA EXCELÊNCIA

JULIO BORBA*

Várias empresas e profissionais buscam um referencial de excelência hoje em dia. Mas será que todos estão preparados para manter o padrão de seus produtos ou serviços e ter este valor pouco percebido pelos clientes?

A percepção dos fatores de excelência é um tema que merece muita discussão, pois quanto melhor o desempenho de uma empresa, maiores são as expectativas de seus clientes. E expectativas geram mais cobranças.

Quantas vezes nos deparamos com um produto ou serviço de excepcional qualidade e por um simples detalhe negativo cria-se decepção além de duras críticas. Falhas costumam acontecer, porém quando nos tornamos mais exigentes não admitimos. Estes fatores cabem às empresas e a funcionários também.

Vamos analisar os episódios: Um excelente funcionário que nunca errou, nunca perdeu um cliente, nunca faltou. Certo dia comete uma pequena falha, isso basta para se fazer percebida e bastante criticada. Continuando o exemplo: outro funcionário mediano que às vezes perde um cliente, às vezes acerta ou erra, quando comete um erro, certamente será menos percebido, pois ele está no patamar do comum. Temos de concordar com os fatos.

Possuir excelência significa que a empresa ou a pessoa será mais exigida. Na verdade o aumento do desempenho cria a expectativa e faz com que seja natural oferecer a qualidade. O cliente pouco se importará no que será necessário fazer para receber o produto ou serviço no patamar de nobreza, para ele isso é o normal.

O brasileiro já é tradicionalmente um povo que exige um extraordinário desempenho dos que se mostram excelentes. Fato observado claramente nos atletas, nas seleções de futebol e de voleibol. Nunca poderão cair no ranking nem tampouco perder uma competição, pois todos são excelentes e o normal é ver a vitória. Geralmente as pessoas têm dificuldades de absorver uma má colocação. Mas este aspecto é positivo, pois como uma nação empreendedora, correr atrás de algo significa ficar em segundo lugar e nascemos para encabeçar, por isso corremos na frente.

Quando uma empresa ou profissional se posicionam num patamar de excelência de seus produtos ou serviços, o mesmo pode ocorrer e eles devem se preparar para as cobranças, mesmo já sendo extraordinários e com isso são gerados em seus clientes expectativas cada vez mais difíceis de serem atendidas. Por isso devem estar preparados para terem clientes exigentes e que esperam o melhor de seu produto ou serviço. Manter o patamar de qualidade exigido pelo mercado passa a ser uma obrigação sem preço ou reconhecimento.

Porém não deve existir frustração nas empresas ou funcionários que vêem sua alta performance se tornar invisível. O dever de manter o padrão de excelência deve ser apenas de forma consciente, pois quanto melhor se fizer o trabalho, menos percebido ele se tornará e mais exigido ele passará a ser.

Este paradoxo é verdadeiro em diversas situações e certamente deve ser trabalhado visando manter a condição de satisfação duradoura, tanto do cliente quanto dos colaboradores da empresa.

Cabe aos excelentes, empresas ou funcionários, programarem e aperfeiçoarem fatores de mudanças periódicas nos processos, que façam atingir o desempenho e que identifique no próximo a percepção da excelência aprimorada.

O simples fato de realizar pequenas e programadas mudanças já torna percebida a importância que a empresa tem pelo cliente e a melhoria do produto ou serviço. Um planejamento bem elaborado deve abordar estas mudanças de forma gradativa, mostrando a real visão de excelência que a empresa e o profissional possuem em seu trabalho. A oportunidade de mudar a cada momento de modo de conscientizar, faz com que os obstáculos sejam superados e a percepção da excelência seja percebida.

O ser humano percebe o que é estimulado. A percepção é vista pela neurociência como um fator de suma importância, que requer constante treino e mudança como fator de incitação. Aprendemos a gostar ou não através do senso de percepção. Cabe aos executivos perceberem o caminho e se aliarem as técnicas de estimulação. Em todas as áreas a percepção pode ser aliada a mudança que leva a reciclagem da imagem de excelência. Pode ser bastante útil e rentável renovar, seja uma cor, um cheiro ou qualquer atrativo, desde que se mantenha a qualidade e se faça ver ao cliente.

Porém apenas passar a imagem de excelência não deixa ninguém neste patamar de qualidade. Para ser realmente excelente, deve-se antes de tudo praticar diariamente o esforço de estar excelente perante o próximo e a si, observando os momentos que nos tornarmos invisíveis para mudar e se tornar ainda melhor, ou mais percebido pelo próximo. Ninguém nunca afirmou que é simples ser excelente, ao contrário, requer muitos valores inconscientes, pois lida com satisfação do cliente, e esta, é bastante pessoal.

* JULIO BORBA é Mestre em Neurociências, Diretor Acadêmico da Capacitar Educação e Desenvolvimento e Diretor de expansão e qualidade da Jobber Distribuidora e Atacadista.

E-mail: julioborba@capacitareducacao.com.br