

Bicho do mato

Você já tem um iPad? Não??? Daqui a pouco não ter um iPad será como não ter um celular. Eu levei exatos 3 minutos para me apaixonar por um. Agora não largo nem por nada.

Acho que este tipo de aparelho será responsável por uma grande mudança cultural e, em especial, uma mudança na relação e poder dos consumidores.

Na semana passada a patroa me mandou comprar uma cafeteira para dar de presente. Ela acha que tudo que liga na tomada está relacionado com tecnologia, e que eu entendo de tudo que é tecnologia. Bom, peguei o “tablet” e comecei a procurar na Internet os modelos, características, funcionalidades e preços. Vi vídeos demonstrativos dos produtos e comentários de consumidores que já haviam comprado os produtos.

Fui até o shopping sabendo exatamente o que eu queria comprar. Entrei em várias lojas e não achei o modelo que eu queira. Parece que hoje as lojas têm estoque com pouca variedade e quantidade, se comparado com sites de comércio eletrônico. Chamei o vendedor e comecei a fazer um monte de perguntas sobre os modelos que estavam sendo oferecidos. O vendedor entrou em pânico. Ele “chutou” algumas respostas e eu disse que ele estava errado, saquei o meu “tablet” e mostrei as respostas certas. O vendedor sumiu...Eu escolhi a melhor opção dentre as que estavam lá. Chamei outro vendedor e disse que queria levar aquele modelo, mas que eu tinha acessado o site de várias lojas na Internet que estavam com o preço mais baixo. Então, eu queria que ele fizesse o mesmo preço dos concorrentes. Mostrei para ele os sites e os preços. O vendedor sumiu...E eu, de dentro da loja, usando o meu “tablet” fiz a compra da cafeteira que eu queria pela Internet. Mais cômodo e mais barato.

Esta acontecendo um choque gigantesco entre vendedores e consumidores. De um lado consumidores altamente informados e informatizados. De outro lado vendedores à moda antiga, cheios de lábia, querendo “chutar” um monte de respostas, ser “espertalhão” e “levar o consumidor no bico”. Este tipo de vendedor terá que procurar emprego em alguma cidade de interior e rezar para a tecnologia demorar a chegar lá.

E o lojista, será que entendeu que o consumidor está mudando? Até quando o lojista será conivente com este tipo de vendedor à moda antiga? Será que o lojista vai ficar esperando até que suas vendas despenquem para tomar alguma providência?

Estive em New York em Janeiro. Eu estava com um amigo americano e falei que precisava ir até a loja da Apple para comprar algumas coisas. Ele me olhou espantado e perguntou “Vai lá para que? Compra pela Internet que é mais barato”. E realmente, em 10 dias de New York acabei comprando um monte de coisas pela Internet.

Fui até a loja do museu Guggenheim para comprar uma reprodução. Cheguei lá e não encontrei. Perguntei para o atendente e ele me mandou ir até um quiosque no final da loja e fazer a compra online. Inacreditável. A loja colocou um quiosque com acesso à Internet. Todos os produtos estavam lá. Comprei e recebi, aqui no Brasil, em 10 dias. Perguntei para o vendedor se muita gente comprava pelo quiosque. Ele me olhou espantado e falou “Claro que não. Muita gente compra direto pela Internet. Porque sair neste frio todo para vir até aqui comprar?” Me senti o próprio bicho do mato.

Segundo a Nielsen, no final de 2011 50% do total da população dos Estados Unidos terá um smartphone. Bom, considerando que crianças e idosos não tenham smartphone, então, quer dizer que todos os adultos americanos terão um smartphone. Impressionante.

Já tentou comprar um iPhone aqui no Brasil? Você não vai conseguir. Sumiu do mercado. Venderam tudo o que tinha. Fantástico !!!

E os lojistas continuam tratando os seus consumidores como sendo bichos do mato. Acho melhor eles abrirem o olho. A hora que perceberem já terão perdido seus consumidores que irão comprar “ali no mato ao lado”.

(*) Dagoberto Hajjar (dagoberto.hajjar@advanceconsulting.com.br) trabalhou 10 anos no Citibank em diversas funções de tecnologia e de negócios, 2 anos no Banco ABN-AMRO, e, 9 anos na Microsoft exercendo, entre outros, as atividades de Diretor de Internet, Diretor de Marketing, e Diretor de Estratégia. Atualmente é Diretor da ADVANCE – empresa de planejamento e ações para empresas que querem crescer.