

e-Book

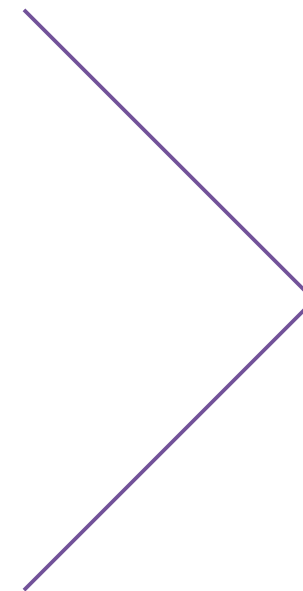
RECIPROCIDADE COMO **ESTRATÉGIA** DE **FIDELIZAÇÃO**

Veja como aumentar os resultados da sua empresa usando a reciprocidade como ferramenta de fidelização.



Aqueles que norteiam suas ações apenas focando no lucro estão fadados a resultados medíocres.

O maior resultado provém da satisfação absoluta do cliente.



Sumário

04	INTRODUÇÃO
07	O QUE É RECIPROCIDADE?
09	O QUE TORNA A RECIPROCIDADE TÃO PODEROSA?
12	O INCÔMODO DA SENSÇÃO DE TER UMA DÍVIDA
16	DESPROPORCIONALIDADE DA RECIPROCIDADE
19	APLICANDO AO SEU NEGÓCIO
24	O QUE NÃO FAZER
25	CONSIDERAÇÕES FINAIS

Introdução

O cientista europeu Eibl-Eibesfeldt (1975) relata o seguinte acontecimento:



Durante a Primeira Guerra Mundial, por causa da natureza da guerra de trincheiras na época, era difícil para os exércitos cruzarem a terra entre as linhas de frente opostas, mas não era tão difícil para um soldado isolado rastejar por lá e penetrar numa posição da trincheira inimiga. Cada tropa dispunha de especialistas que regularmente capturavam dessa forma soldados inimigos, que eram então levados para interrogatório.

Certa vez, um especialista alemão, com experiências bem-sucedidas em missões desse tipo, transpôs com habilidade a área entre as frentes e surpreendeu um soldado inimigo solitário em sua trincheira. O soldado desatento, que estava comendo, talvez em um de seus raros momentos de paz, foi facilmente desarmado. Amedrontado, com apenas um pedaço de pão na mão, ele realizou o que pode ter sido o ato mais importante da sua vida: ofereceu ao inimigo parte do pão. O alemão ficou tão comovido pela oferta que foi incapaz de completar sua missão. Deu as costas ao seu benfeitor e voltou de mãos vazias para enfrentar a ira dos superiores.

”

Você não faria o mesmo?

Esse relato é real e é uma pequena amostra desse sentimento tão poderoso que faz parte da natureza humana: a reciprocidade. Vivenciamos isso no dia a dia e muitas vezes acabamos não nos dando conta.

Agora, imagine você aplicar essa mesma dinâmica na sua empresa para transformar sua relação com o cliente em algo mais próximo. É exatamente isso que vamos abordar neste e-book.

O que é reciprocidade?

Reciprocidade nada mais é do que responder uma ação com outra ação equivalente. É uma correspondência mútua. É quando, por exemplo, uma pessoa te faz algo bom depois de você ter feito o mesmo a ela.

Ao longo da nossa jornada de profissionais do Marketing, temos observado diferentes formas de obter novos clientes e manter os já existentes. O mais comum são promoções, campanhas publicitárias, premiações e uma infinidade de ações que não são mais novidade para ninguém. Mas, até

hoje, não vi nada mais eficaz, rápido e, principalmente, permanente do que a reciprocidade.

O elo que se estabelece ao implantar uma cultura de reciprocidade gera uma energia tão forte que não seria exagero dizer que muda até a forma como enxergamos o mundo. O prazer proporcionado torna qualquer interação com os outros recompensadora, motivando cada vez mais a seguir nessa direção, gerando, assim, um círculo virtuoso.

O que torna a reciprocidade tão poderosa?

A resposta é simples: o comportamento humano. A reciprocidade é vital para a manutenção do sistema social no qual estamos inseridos, queiramos ou não. Ela é muito mais forte que nós. E o mais curioso e fantástico é que este comportamento é um dos poucos que atinge a humanidade como um todo, independente de região, credo, cultura, classe social, país etc. Em suma, é como se estivesse no DNA humano.

Além dos aspectos de natureza social inerentes ao nosso desenvolvimento enquanto sociedade, esses aspectos também são reforçados por algumas religiões, tornando-se pilares de suas fundações em algumas delas.

“

Porque se vocês derem, receberão!
Suas dádivas voltarão a vocês em medida cheia, e transbordante, apertada, sacudida para dar lugar a mais um pouco, até derramar. A medida que vocês usarem para dar, grande ou pequena será usada para medir o que lhes derem de volta.
Lucas 6:38.

”

Não é demais lembrar que a relação entre empresa e cliente se dá, ou pelo menos deveria, através de dois ou mais humanos. Assim, podemos afirmar que reciprocidade é vital para a manutenção da relação entre as empresas e seus clientes. No entanto, no mundo automatizado em que vivemos hoje, o contato com o cliente acaba sendo posto de lado, tornando as relações mais frias e mecânicas.

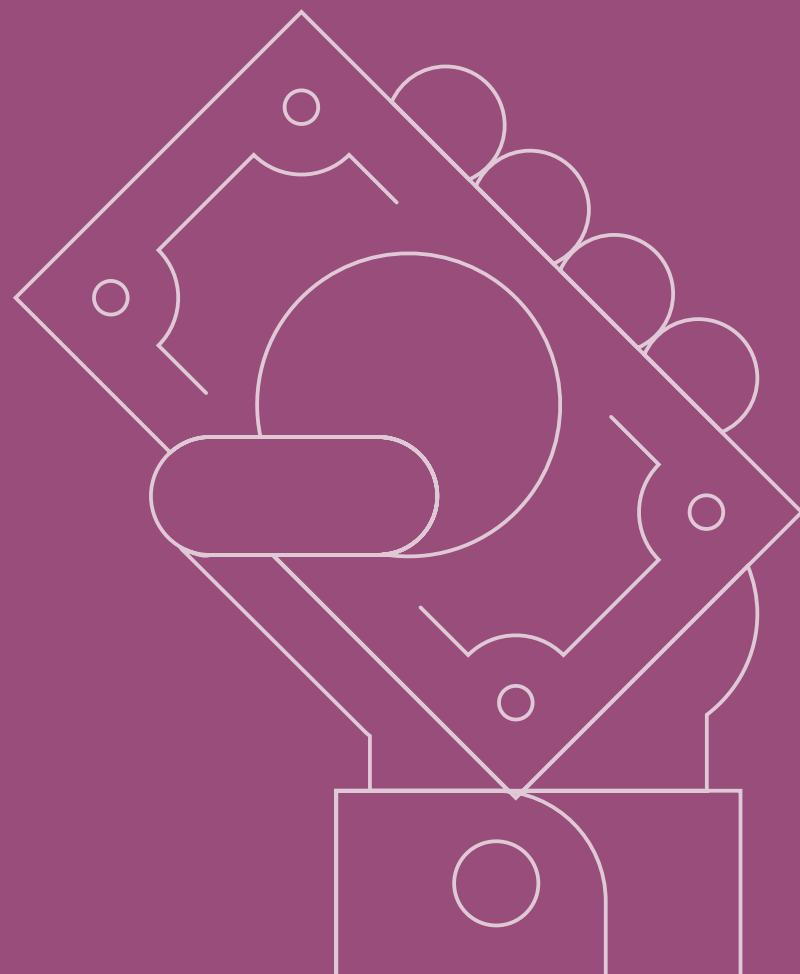
Concluimos aqui que a reciprocidade, bem empregada, pode colocar uma empresa em uma posição de poder sobre seus concorrentes desatentos. E a fidelidade do cliente, objetivo maior, torna-se cada vez mais presente.

O incômodo da sensação de ter uma dívida

Relato de um
estudante universitário
americano:

“

Em um dia de feriado de Ação de Graças, senti a força da reciprocidade na pele quando o pneu do meu carro furou no caminho para casa. Uma motorista com uniforme de enfermeira parou e se ofereceu para me dar uma carona. Eu disse várias vezes que minha casa ficava a 40 quilômetros dali e na direção oposta a que ela se dirigia. Mas ela insistiu em me ajudar mesmo assim e não quis aceitar meu dinheiro. Sua recusa em me deixar pagar criou uma sensação desagradável.



Os dias após o incidente acabaram causando ansiedade aos meus pais. A regra da reciprocidade e o mal-estar associado ao favor não retribuído provocaram uma pequena neurose em minha casa. Ficamos tentando descobrir a identidade da enfermeira para lhe enviar flores ou um presente, mas sem sucesso. Se a houvéssemos encontrado, acredito que teríamos oferecido a ela qualquer coisa que pedisse. Sem outra maneira de aliviarmos a obrigação, minha mãe enfim recorreu ao único caminho que nos restava: em suas orações em nossa mesa de Ação de Graças, pediu ao Senhor que recompensasse a mulher.

”

Tenho certeza que quando leu o relato acima e se colocou no lugar do estudante, teve as mesmas sensações que ele. Um sentimento de dívida que chega a apertar o peito causando um desconforto que você não sabe explicar. É exatamente aí que está o poder de fazer algo por alguém. Note que esse sentimento é tão poderoso que "contaminou" a família inteira que, certamente, irá propagar esse acontecimento para muitas outras pessoas por um bom tempo.

Não admira, portanto, que o influente antropólogo francês Marcel Mauss (1954), ao descrever as pressões sociais na cultura humana em torno do processo de presentear, afirme que:

“ Existe uma obrigação de dar, uma obrigação de receber e uma obrigação de retribuir.

”

Embora a obrigação de retribuir constitua a essência da regra da reciprocidade, a obrigação de receber é que torna a regra tão fácil de ser explorada. É aí que reside a oportunidade.

Faça a si mesmo a seguinte pergunta: o que eu não faria para poder compensar ou mesmo pagar uma dívida? Agora, imagine o seu cliente com esse sentimento em relação à sua empresa.

Desproporcionalidade da reciprocidade

Pare agora por um instante e pense um pouco. Como dizem os mais velhos: “puxe da memória” alguma situação em que alguém fez um pequeno favor a você e você o retribuiu com algo muito maior. Não se preocupe se você não se lembrar. Isso é tão automático, que às vezes passa despercebido. O mais importante é observar com mais cuidado daqui para frente. Isso nada mais é do que a desproporcionalidade que a reciprocidade causa às vezes.

O que nos levar a retribuir um pequeno favor com outro desproporcionalmente maior? Uma das razões é que nos sentimos muito incomodados com a sensação de dívida. Ficamos em um estado de dívida permanente e por consequência queremos nos livrar dela o quanto antes. Quase beira o sentimento do tipo: pago o preço que for para me livrar disso rápido, do contrário não me sentirei nada bem. Estamos condicionados a nos sentirmos mal quando devemos favores.

Todos esses sentimentos combinados nos levam, com certa frequência, a retribuir favores com algo maior do que recebemos. Por outro lado, também nos levam a pensar duas vezes antes de pedirmos qualquer favor, pois sabemos que naquele momento estamos contraindo uma dívida e sempre ponderamos se teremos condição de honrá-la.

Também não é raro pagarmos uma dívida e ainda assim permanecermos nos sentindo em dívida. Parece até um carma, uma perseguição. Mas, nesse caso, já se configura em estado permanente de gratidão.

Assim, concluimos que: para cada ação que fizemos fundamentada na reciprocidade, haverá um retorno igual ou maior.

Aplicando ao seu negócio

Sei que você está se perguntando: mas e agora como fazer isso no meu negócio? Como aplicar esse princípio? Por onde começo?

Bom, para responder a esses questionamentos, precisaríamos entender melhor seu negócio e o quanto você está disposto a testar. Esta última palavra é a chave para conseguir aplicar essa regra: testar. Então, teste!

Tudo começa observando seus clientes e entendendo o que realmente é importante para eles. Anote tudo que puder. Não confie na sua memória, pois nos dias de hoje, com tantas coisas a resolver, é impossível memorizar tudo. Depois, reveja suas anotações e escolha aplicar um pequeno teste.

O mais importante quando for aplicar o teste é prestar bastante atenção na reação do cliente. Recomendo que você peça ajuda a outra pessoa, um colega ou funcionário, para que aplique o teste enquanto você observa de longe a reação do cliente. Mas, quando for pedir ajuda a alguém, é necessário mostrar exatamente o que e como ele deve fazer. Claro que não é demais fazer um teatro antes para ensaiar a ação.



6 Recomendações indispensáveis:

- 1 Seja lá o que for oferecer ou fazer, seja sincero. É importante passar a mensagem de que você está fazendo aquilo por querer e não por um benefício futuro. Esta é a essência da reciprocidade.
- 2 Não se preocupe em como será, nem quando terá um retorno, nem por um segundo. Você já viu que virá cedo ou tarde, mas virá.
- 3 Se o que der for algo físico, entregue com uma postura corporal confiante e não todo torto, de cabeça baixa, sem jeito ou tímido.

4

Depois que der, não fique lembrando que deu, não toque nesse assunto nunca mais. A menos que seja apenas para confirmar, se for o caso, se estava bom, se coube ou quer que troque, se recebeu etc.

5

Cuidado com a frequência, pois se ela for muito grande pode acontecer de o cliente não ver mais aquilo como um "presente" e pode cair no comum corriqueiro, perdendo totalmente seu valor.

6

Já diziam os mais sábios: tudo que é demais acaba sobrando e, quando sobra, estraga. Sendo assim, vá com calma e controle a empolgação.

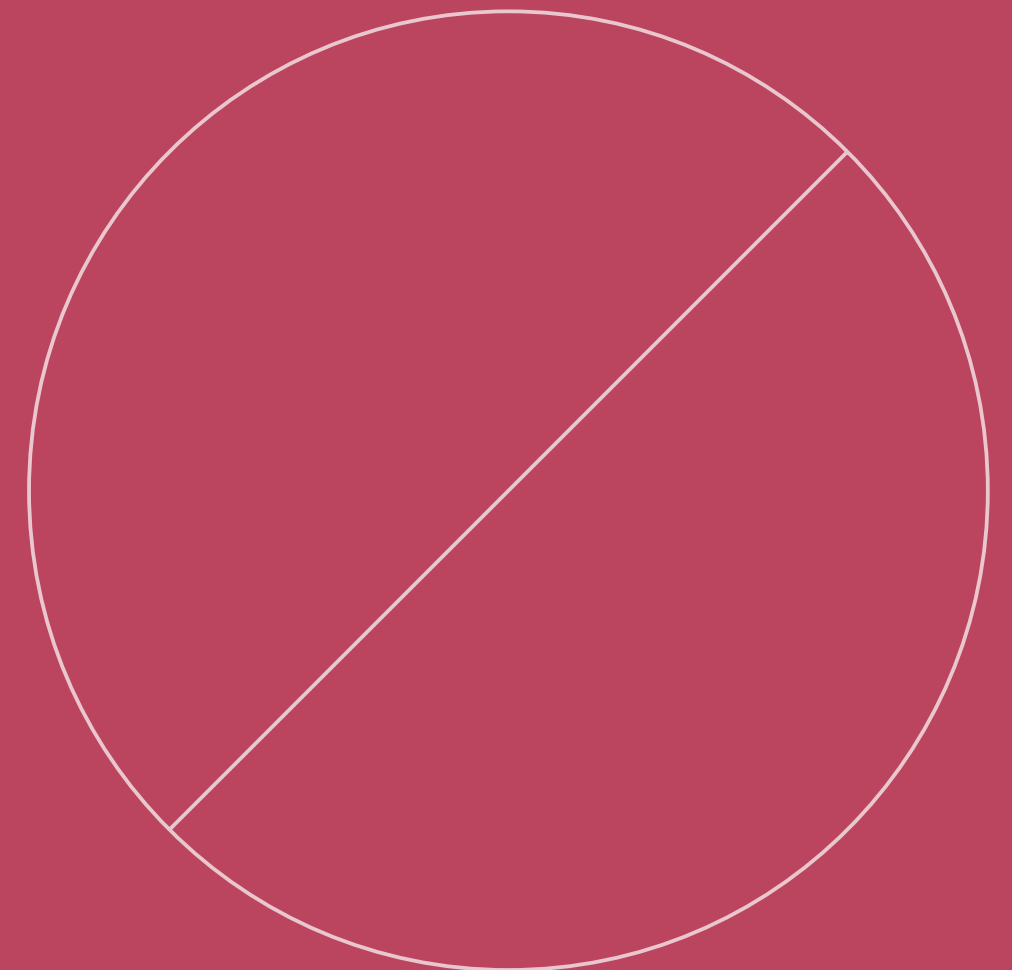
Ajuda profissional

Você pode até contratar profissionais especializados em comportamento do consumidor, mas recomendo que você mesmo, como gestor ou proprietário, faça os primeiro estudos e testes. Assim, quando você vir o quanto funciona, terá uma experiência fantástica e poderá contratar com mais segurança e, sobretudo, confiança.

O que não fazer

Tão importante quanto o que você deve fazer é o que você não pode fazer em hipótese alguma. Por isso, muito cuidado para não abusar ou exagerar na dose. Como estamos tratando aqui de algo muito poderoso que envolve sentimento, ele deve ser usado com muita responsabilidade. Do contrário, o tiro pode sair pela culatra.

O mais importante neste caso é usar este recurso com moderação e, sobretudo, com muita ética. Usado de forma incorreta, a impressão que será passada é a de aproveitador e as consequências disso serão devastadoras, ainda mais nos tempos de redes sociais usadas tão ativamente, principalmente para propagar experiências negativas.



Considerações finais

**A honestidade e a sinceridade
devem permear todas as ações.**

Não deixe de compartilhar conosco
suas experiências. Nada nos deixará
tão felizes em saber que podemos
contribuir de alguma forma.

Bons testes! Bom proveito!

Referências:

Este E-book foi baseado em nossas experiências e na leitura dos livros:
As Armas da Persuasão: Robert B. Cialdini, PH.D.
Let's Elevate!. Ramon Tessmann.





AGÊNCIA DIGITAL

Somos uma agência digital, com um time de profissionais multidisciplinares extremamente focado em qualidade e resultado. Trabalhamos em colaboração com nossos clientes, descobrindo problemas, interagindo e criando soluções.

www.viaagenciadigital.com.br

Siga-nos nas redes sociais



Não deixa de acompanhar o nosso blog

Baixe outros materiais educativos