

SERVIÇOS DE LEBRE OU GATOS NO SERVIÇO...

Paulo Balreira Guerra

Jornal de Negócios, segunda-feira 1 de Março de 2010 – pág. 34 -
Opinião

SERVIÇOS DE LEBRE OU GATOS NO SERVIÇO...

Não há Não-avaliação de um Serviço

O cérebro humano está permanentemente a utilizar processos de avaliação do mundo que o rodeia. Dito de uma forma simplificada, utiliza a informação que recolhe, compara-a com a que possui - com base em experiências passadas - e decide. Nesta avaliação, pode recorrer a processos mais "primários" - utilizando cérebros mais ancestrais -, ou utilizar um maior nível de racionalidade pela activação dos lobos pré-frontais. Os processos avaliativos comandados pelas partes mais primitivas do cérebro, denominam-se de *Bottom-up* ou *De baixo para cima*. A avaliação efectuada pelo cérebro racional, denomina-se *Top-down* ou *De cima para baixo*. De uma forma ou de outra, está sempre a analisar, a julgar e a reagir de acordo com a realidade que se lhe depara. Logo, qualquer Cliente está sempre a avaliar o Serviço que lhe é prestado.

A Intangibilidade do Serviço e a sua Avaliação

Um produto permite ao cérebro humano tocar, ouvir, provar ou observar a sua qualidade, dispondo o Cliente de informação mais objectiva para proceder à sua avaliação. Pese embora se baseie na sua experiência pessoal anterior, a avaliação é mais racional.

A Intangibilidade do Serviço convida a que as avaliações da qualidade - *bom ou mau* -, se consubstanciem muito em critérios emocionais. A escassez de matéria objectiva e/ou palpável retiram ao Cliente espaço de racionalização. Assim, prevalecem os critérios avaliativos *Bottom-up*, tipicamente manifestados por frases como: *Gostei; Não gostei; Está bom...*

Gato por Lebre nos Serviços...

A natureza intangível dos Serviços permeia a perversão da sua prestação, pela facilidade em se afirmar que se presta um Serviço e, na realidade, se prestar outro. Por outro lado, indicia que se torna ainda bastante fácil, *a priori*, fazer cópias de Serviços.

Paradoxalmente, este é um processo condenado ao fracasso, já que na prática o resultado do Serviço será "gato" ou "lebre" de acordo com a avaliação (muito subjectiva, mas claramente emocional) do Cliente.

Inicialmente, baseado em processos mais racionais (*Top-down*), o Cliente lê e/ou ouve a informação que lhe é facultada - *media*, comunicação de marketing, amigos, etc. - e opta pela entidade que prevê poder-lhe prestar o melhor Serviço. No **momento da verdade** - no contacto com o Prestador do Serviço -, a avaliação do Serviço será a que o Cliente sentir. Aliás, elevadas expectativas criadas pela análise racional pré-prestação do Serviço, vão activar mecanismos mais exigentes nos processos emocionais, condicionando-os.

Sentir um bom ou mau Serviço, vai reforçar os circuitos *Bottom-up*. Com grande naturalidade se procura racionalizar a emoção vivida, tentando explicitar o porquê do sentimento. De futuro, essa racionalização constituir-se-á como um importante elemento dos circuitos cerebrais de *Top-down*.

A Diferença está nas Pessoas!

Esta frase feita, mas tão poucas vezes levada à prática no mundo empresarial, encontra nas empresas prestadoras de Serviço em geral e nas entidades bancárias em particular, um espelho do que poderá fazer a diferença entre sucesso e insucesso.

Por um lado, porque a natureza do negócio é dinheiro, onde o ganhar e o perder, a recompensa e a punição (processos básicos na avaliação *Bottom-up*), são levados ao limite. Por outro, para além dos elementos processuais e de envolvente dos mesmos, é a relação estabelecida entre o Prestador do Serviço e o Cliente, que lhe confere qualidade.

A relação em si incorpora uma parte importante do Serviço, porquanto cria um forte elo de ligação entre entidade prestadora do Serviço e Cliente, sustentando a intangibilidade do mesmo e minimizando os medos e receios decorrentes da ambiguidade que o caracteriza.

Um "gato" relacional na prestação de um Serviço pode deitar a sua qualidade por terra. Se durante um Serviço, o Cliente pensa no que metaforicamente se caracteriza por " aqui há gato!", tendencialmente significa que já activou os seus processos avaliativos mais primários e o julgamento do Serviço, será potencialmente negativo.

Prestadores de Serviços bancários, emocional e socialmente inteligentes, alinhados com a cultura do Banco e com fortes padrões éticos de actuação, permitem às entidades bancárias marcar a diferença no mercado e a solidificação de uma imagem de qualidade do seu Serviço.

Paulo Balreira Guerra

Partner da **forcerebrus**

paulo.b.guerra@forcerebrus.com