

MARCAS

# HUMANIZAR PROCESSOS É DESAFIO PARA O DESENVOLVIMENTO DE MARCAS

Vitória Paulo  
@pqvit

Dispor de atendimento personalizado e humanizado frente ao crescimento da automação de processos é o grande desafio das marcas que querem crescer e conquistar visibilidade atualmente. É o que apontam alguns executivos e representantes de empresas destacadas na pesquisa Marcas de Quem Decide, durante o evento do dia 10 de março, no Teatro do Sesi.

Para o presidente da Guarida Imóveis, Julio Cesar Soares da Silva, a empresa que conseguir agregar valor ao cliente vai obter resultado positivo no seu desenvolvimento. "Ele não quer ser um número. Não existe empresa feliz sem cliente satisfeito", comenta. Com a busca de ganhos massivos que a tecnologia dispõe, afirma ele, os processos acabam se tornando mecânicos e impessoais, o que prejudica a imagem de um negócio junto ao seu consumidor.

Do mesmo modo pensa a gerente de marketing da Auxiliadora Predial, Cristina Dittgen, que pontua como o maior desafio das marcas a tentativa de compreender o comportamento humano. "A comunicação está muito instantânea. Então, temos que simplificar as coisas e entender o cliente", diz. Para ela, investir em tecnologia é importante, mas se tudo for robotizado, o cliente pode ficar inseguro.

Nesse sentido, o diretor de tecnologia das Lojas Renner,

Alessandro Pomar, afirma que a rede está, constantemente, atualizada sobre novas possibilidades de conquistar os consumidores. "O nosso cliente está acostumado com uma qualidade de prestação de serviços que vem das empresas nativas digitais. Isso faz com que precisemos empregar essa mesma tecnologia para permitir uma experiência fluida, sem atrito e que o encanto", revela. Para Pomar, com esses avanços, o público exige, cada vez mais, saber sobre a origem e a fabricação dos produtos, o que faz com que a empresa invista em sustentabilidade. "As pessoas têm mais acesso às informações, às tendências", afirma.

## Startups têm os mesmos desafios

Lidar com os clientes de forma humanizada é uma questão importante, também, para startups. Os gestores afirmam que, pelo fato de serem empresas que nascem com forte base tecnológica, esse tratamento diferenciado pode ficar prejudicado se não houver investimento. O presidente da Guarida cita a startup Quinto Andar, de aluguel de imóveis. "Eles não têm atendimento personalizado. Nesse sentido, as marcas tradicionais vão se destacar, embora tenham que se atualizar também", expõe.

Para Pomar, as startups são parceiras que podem apoiar as marcas com os próprios desafios, como aceleração e adoção de novos produtos e serviços. "Estamos atentos ao ecossistema."



Cristina Dittgen, gerente de marketing da Auxiliadora Predial



Alessandro Pomar, diretor de tecnologia das Lojas Renner