E o futuro, chegou ou não?

A tecnologia nos trouxe uma série de benefícios, sobre isso não há dúvidas. Tá bom, existem falhas. Você assiste filmes da década de 80 na TV a cabo e sua conexão 3G pode não ser exatamente o que imaginava, mas esta não é a questão, o que realmente importa é que as novidades estão aí e consumidores esperam que estas sejam realmente utilizadas.
Vamos conversar sobre tecnologia.
Muitas coisas eram caras: comprar um micro, enviar um torpedo, instalar uma câmera, desenvolver um site, implantar uma rede... sim, eram caras.
As coisas mudaram.
Acredito honestamente que uma boa parte de Pet Shops está ‘perdendo o bonde’ e deixando de faturar. Temos a disposição uma série de recursos hoje acessíveis, que podem implementar seu negócio e trazer faturamento e fidelização de clientes... sem falar daquela sensação gratificante de que estamos fazendo parte do futuro e viemos para ficar.
Qual o nome daquele filhote que esteve em sua loja no início de agosto? Quais eram suas características? Qual a frequência deste pet em sua loja? Quando ele(a) vai voltar? Quem era o dono?

Observe a sequência destas perguntas, isso é importante.
Um Pet Shop hoje deve ter tecnologia para lembrar o proprietário que está na hora de trazer o seu mascote para a loja. Isso pode e deve ser feito por e-mail ou SMS.
Não adianta vir com o argumento que “meu software não faz isso”. Reinvente, crie planilhas, faça um upgrade em seu celular, planeje uma estratégia e tenha clientes felizes e assíduos compradores. Quem não gostaria de receber um e-mail ou torpedo com mensagens do tipo: “Estamos aguardando a Bella, o último banho foi em julho”. É tudo uma questão de começar, havendo tecnologia, é só usar a boa e conhecida criatividade.

Muito bem, acha inconveniente lembrar o banho? Ok, que tal aquela boa e comportada pergunta: “como está a Bella?”, sem esquecer que isso também pode ser feito através das redes sociais.
O pequeno empresário brasileiro é batalhador, estamos somente sugerindo o acréscimo daquelas novidades que todo mundo está usando. Dizem que a economia mundial “está indo”... só não sabemos “até quando” e “para onde”... enquanto isso, entre crises e intervalos, trabalhamos arduamente e vamos avançando com ideias – seu concorrente vai fazer isso logo, logo.
Existem pseudo-tecnologias, vamos ver:
Aquela coisa de “nós buscamos e devolvemos seu pet” deixa dúvidas, sinceramente não sei se as pessoas gostam disso, sem falar do risco e horários... pode ser um “abacaxi” só. Temos um exemplo de um veterinário que estava levando um cãozinho para o dono e teve um acidente no caminho, o animal sofreu alguns arranhões mas o bolso do veterinário ficou deveras machucado com a indenização que teve de pagar ao proprietário, já que não há contrato nem autorização assinada pelo dono do animal nos casos de “serviço leva-e-traz”.
Pessoalmente, posso afirmar que aqui só tem uma pessoa que traz e leva meus gatos...eu!
Voltando à tecnologia: que tal uma câmera no seu banho e tosa? Colocar um monitor na entrada de sua loja mostrando imagens em tempo real do que está acontecendo com os pets? Inspira confiança, atrai movimento e estimula negócios. Avancemos. E por que não uma câmera ligada ao seu site transmitindo pela internet o que está acontecendo (‘rolando’, como diriam os mais jovens, também seus clientes) nas instalações da loja?
Temos que buscar a diferença... gravatinhas e lacinhos não são necessariamente novidades ... já foram uma baita novidade nos anos 90, ou antes.
O seu estabelecimento não será transformado em um clube tecnológico cheio de antenas nem centro de informática, mas é inegável que a tecnologia chegou e, em relação aos tópicos que abordamos acima, não só chegou como já está passando, temos mais é que usar e aproveitar para oferecer e divulgar bons serviços.
Pessoalmente, posso dar meu testemunho e afirmar que 99% dos negócios realizados pelo nosso gatil são através da internet – sem esta tecnologia e os conhecidos agregados (Skype, WhatsUp, Facebook, Google Talk, vídeos, etc) as chances de sucesso seriam restritas e, teríamos muito, realmente muito mais trabalho ... e com certeza, menos vendas.

Recentemente tive contato com donos de um Pet Shop que estavam animados com a reforma da loja. As mudanças duraram mais de 60 dias e não trouxe absolutamente nada de novo para os clientes. Sim, talvez o espaço tenha ficado mais harmonioso, mas, sob a ótica dos clientes e respectivos pets, não houve nenhuma melhoria. As paredes e estrutura continuaram as mesmas...nadinha de novo. Então, imagino, antes do neon, troca de piso ou mudanças estéticas, que tal investir em tecnologia para aprimorar o atendimento? As ideias aqui propostas são mais baratas e certamente trazem, reitero, mais faturamento. Óbvio, é só uma opinião, mas (sempre tem um mas), bytes são mais baratos que tijolos.

Um dos gurus da administração dizia que nós nunca vendemos, nós trocamos coisas. Claro, podemos então trocar aquelas coisas oferecidas na loja como: higiene, carinho, atenção e dedicação, mas que sejam trocas aliadas à tecnologia.
O oposto deste conceito existe e é cruel: basear o marketing da empresa em singelos cartões e fornecer uma unidade por cliente. Isso não é propaganda, é uma economia de guerra.
O meu pet shop preferido agrega um cartão na caixa de transporte cada santa vez que levo um gato para o banho, e eu gosto disso.

Se não for assim, como seria?
Imaginemos a cena:

*- Amor, liga para o Pet Shop.
- Você tem o número?
- Tá lá, acho que perto da prateleira, do lado da propaganda do cara que entrega o gás.
- Não achei....
- Procura outro na lista.*
Pode ficar bravo, mas cartões e imãs de geladeira sem frequência são *quase* parte do passado, exceto se a propaganda tiver informações importantes como endereço do site, um e-mail (que seja lido) e não esqueça o QRCode, é gratuito e todos já o estão utilizando.
Mencionei alguns exemplos, existem muitas outros que podem e devem ser feitos para acompanhar o gosto e interesse de seus clientes por um mundo em transformação, e lógico, fixar a sua marca. O resultado é bom, você acompanha (e faz parte) do futuro e ficamos todos felizes.
Em tempo: você tem leitor de microship na loja?