

Baixar preço é a melhor saída para vender mais?

por Flávio Paim Rodrigues

No momento em que as vendas de uma empresa começam a baixar, a primeira ideia que vem à mente de muitos Diretores, Gerentes de Venda e Vendedores é quase sempre a mesma: baixar o preço, ou como se costuma dizer popularmente: fazer uma promoção. Talvez essa seja uma das soluções mais simplistas que as empresas utilizam com o propósito de aumentar as vendas, entretanto, nem sempre baixar os preços é a melhor solução.

Evidentemente, o pensamento mais óbvio vai ser o de que se os preços forem reduzidos a procura por parte dos clientes vai aumentar, assim como as vendas, quase que automaticamente. Infelizmente, a dinâmica do mercado não funciona exatamente assim. Há de se entender que o cliente, na maioria das vezes, não compra apenas preço. Preço é apenas um dos elementos observados pelo cliente na hora da compra. Em alguns casos o preço é determinante, mas na maioria esmagadora das vezes o cliente não compra apenas preço.

Os gestores devem entender que Preço é um elemento essencial do Composto de Marketing. Sim, preço é Marketing e sua estratégia deve ser pensada utilizando as premissas do Marketing, aliadas às expectativas e dinâmicas financeiras da empresa e levando em consideração os outros elementos do mix de marketing: Ponto de Venda, Produto/Serviço, Promoção/Comunicação, Pessoas e Processos. Cada um desses elementos deve ser levado em consideração no momento de pensar as vendas e uma premissa essencial deve ser levada em conta: Marketing não é só propaganda, muito pelo contrário, ele faz parte do todo do negócio e empresas vencedoras compreendem isso de maneira bastante singular.

Apenas reduzir preços sem pensar o todo do negócio é um erro que inúmeras organizações cometem repetidamente, consumindo suas margens de lucro e, não raras as vezes, elevando os custos de maneira irresponsável. Antes de se pensar em reduzir os preços é importante que a empresa pense de maneira sistêmica e estratégica sobre todos os elementos que fazem parte do seu negócio.

Vale ressaltar que as estratégias de formação de Preço devem ser desenvolvidas com muito profissionalismo, erra quem faz preço apenas olhando o que o concorrente faz, pois vários outros elementos entram nessa estratégia.

O Preço é uma parte essencial da estratégia do seu negócio, mas não é a única, por esse motivo seu cuidado deve ser aliado às outras estratégias que compõem sua organização, ao verificar todos esses elementos, o Gestor terá em mãos informações que o ajudarão a tomar as melhores decisões, que podem, até mesmo, incluir reduções de preços.