

CADEIA DE COMPRADORES

È preciso entender quem é na verdade o comprador alvo de seu produto ou serviço.

Muitas vezes um escritório de advocacia pode estar desenvolvendo uma série de ações para captar clientes sem examinar a cadeia completa dos compradores, sem levar em conta quem realmente está influenciando, quem está tomando a decisão e quem está utilizando os serviços.

Por exemplo, existem produtos que são comprados pelos pais, mas são utilizados pelos filhos. Nesse caso, existem os compradores dos produtos que não são os seus usuários.

No caso da advocacia empresarial, o advogado pode lidar com alguém dentro da empresa que normalmente contrata os serviços, mas existe outro grupo de pessoas dentro da organização que irá utilizá-los.

Este último grupo pode não aparecer durante o processo de contratação, no entanto tem grande poder de influência na decisão de compra.

Desafiar a sabedoria convencional predominante no setor e mirar em outro grupo dentro da cadeia de compradores pode abrir novas possibilidades de negócios.

Dessa forma podem-se criar novos produtos e serviços para atender às necessidades destes outros grupos que anteriormente estavam sendo negligenciados.

Independente do tipo de negócio e seu tamanho faça gestão da sua cadeia de compradores, pois ela é uma rede interligada de negócios, desde o fabricante, passando pelos distribuidores e varejistas, até alcançar o cliente.

Nádia Januário

Bacharel Administração com Habilitação em Marketing

Especialista em Gestão de pessoas

Pós - Graduação em Sociologia