

## Pesquisa: consorciado prefere atendimento pessoal ao digital

Atibaia, SP--(DINO - 28 out, 2022) -

Em tempos de comunicação cada vez mais ágil, são utilizados os mais diversos tipos de redes sociais disponíveis. Torna-se natural que grande parte dos negócios também seja realizado pelos canais digitais. Contudo, a proximidade com o cliente continua sendo fundamental.

Recente pesquisa qualitativa e quantitativa encomendada pela **ABAC** Associação Brasileira de Administradoras de **Consórcios** à Kantar, Divisão de Pesquisa de Mercado, Insights e Consultoria da WPP, focou, entre várias abordagens, a percepção de potenciais consumidores e consorciados quanto às preferências entre o atendimento pessoal e o digital, nos últimos três anos.

Após 1.600 entrevistas com conhecedores (55%) e usuários (45%), que reuniu 50% de homens e 50% de mulheres, com 46% na faixa etária de 18 a 29 anos e 54% na de 30 a 45 anos, divididos em 43% das classes A e B e 57% da classe C, o levantamento revelou que a maioria tem preferido o contato pessoal com os profissionais da área comercial das administradoras.

Ao envolver 48% de pesquisados da região Sudeste, 21% da Nordeste, 16% da Sul, 8% da Centro-Oeste e 7% da Norte, a análise verificou situações regionais comuns como a necessidade de 'ter um acompanhamento do pós-venda', em 41% do total de entrevistados.

'A quantificação ficou ainda mais expressiva quando considerados os questionamentos sobre 'o atendimento personalizado' e o de 'ter espaço físico com atendimento pessoal', cujo resultado apontou a soma de 50% das respostas', diz Luiz Antonio Barbagallo, economista da **ABAC**.

No quesito 'atendimento pessoal', na hora de decidir pela escolha de um **consórcio**, os percentuais assinalaram performances anuais crescentes. Enquanto

em 2020 havia 39%; em 2021, subiu para 51%; e, neste ano, atingiu 54%.

Em outro formato e com estímulo, uma questão que incluía outros aspectos de seleção de um **consórcio**, a tabulação da recente pesquisa, comparada às anteriores, registrou mais evoluções ao mencionar que 'o dar suporte e orientações durante todo o processo e acompanhar até a entrega do bem', anotou 49%, em 2020; avançou para 64%, em 2021; e manteve-se em 64%, em 2022. 'Os números demonstraram que o fator relacionamento pessoal assume cada vez maior relevância, no pós-pandemia', afirma **Paulo Roberto Rossi**, presidente executivo da **ABAC**.

Como o sistema de **consórcios** reúne pessoas físicas e jurídicas nos diversos grupos em andamento, torna-se interessante considerar mais alguns dados originados em outra pesquisa global sobre o tema com clientes B2B, elaborada pela consultoria McKinsey & Company.

'Entre os vários enfoques, a medição mostrou que o cliente B2B se caracteriza por utilizar mais de uma dezena de canais para obter informações sobre produtos ou serviços, digitais ou não. Resultou ainda que mais da metade, recorreu ao vendedor para consultas pessoais, ou aos meios tradicionais para solução de suas dificuldades', destaca Barbagallo.

Depreende-se que, nas fases iniciais, ainda na pesquisa de produto ou serviço, os interessados se valeram do chamado self-service para obter subsídios mais objetivos. Todavia, nas etapas finais, isto é, na hora de fechamento da compra, a interação direta prevaleceu, pois havia necessidade de respostas rápidas para as demandas.

'No quadro de avaliação, a preferência pelos canais diretos ou self-service sintetizou em 60% dos primeiros momentos versus 40% para a interação direta', aponta o economista. 'Contudo, já nas finalizações, as proporções se inverteram. Houve 40% para os iniciais e 60% para os posteriores, por meio de contatos diretos

com os profissionais de vendas', complementa.

O sistema de **consórcios** conta atualmente com 9 milhões de consorciados ativos. Trata-se de importante marca conquistada pelo esforço das equipes de vendas das administradoras, em todo o país, ao longo dos últimos 60 anos de existência do mecanismo.

'Entendemos e reconhecemos a importância dos canais digitais. Contudo, a proximidade e o atendimento pessoal do vendedor continuam sendo fundamentais para a credibilidade, confiança e sucesso do sistema de **consórcios**', finaliza Rossi.

Website: <http://www.abac.org.br>

**Assuntos e Palavras-Chave:** ABAC - ABAC, Paulo Roberto Rossi, Consórcio, Consórcios