

Como explicar o que acontece - em frações de segundos - na mente do cliente antes da decisão de compra? Será que Freud explica?

Muita coisa acontece no nosso subconsciente na hora da compra. Como será que os bastidores da nossa mente atuam diante de uma situação dentro da loja? Já parou para pensar nisso? Esse texto explica, de forma divertida, uma das teorias que pode se aplicar na hora da decisão de compra.

26/09/2016 11:33:48

Quem tem uma mulher vaidosa em casa sabe que ela sofre uma crise insuportavelmente profunda e interminável quando o secador de cabelo se quebra. Pois é. Hoje o papo é sobre isso. Sobre crise? Secador de cabelo??? Não, gente. Sobre a experiência de comprar um.

Depois de dormir com o cabelo molhado e (pior que isso) acordar com o cabelo fora de controle, tive que sair para comprar um secador. Claro que, perto de onde estava, nenhuma loja tinha a marca que eu queria. Se eu fizesse questão de comprar um dessa marca, teria de comprar via internet e esperar 5 dias até a entrega. Não, minha crise já estava demasiado grande para suportar esse prazo, beirando o infinito!

Tive a brilhante ideia de comprar um secador para “quebrar o galho” enquanto o quebrado estivesse em conserto, ou o novo estivesse em transporte. Depois de analisar a relação custo-benefício dos produtos disponíveis na loja, optei por um e entrei na fila para pagar.

– Sua compra ficou em R\$xx! Você conhece nossa política de troca?

Ao responder que não, o rapaz explicou o que eu deveria fazer em caso de troca.

– Você conhece nossa garantia estendida? – Ele me fez outra pergunta.

Fiz um balanço com a cabeça indicando que não. Ele me respondeu:

– Por esse preço (mostrando o valor na tela da caixa registradora), você tem um ano de garantia.

– Mas o produto já me dá um ano de garantia. – Respondi.

– Ah! Mas essa é a garantia do fabricante. Aqui na loja, se o produto apresentar algum defeito, você traz e a gente troca na hora.

“Sei! Então agora eu preciso de dupla garantia?” – Pensei comigo. Respondi:

– Mas são 20% do valor do produto! Com esse dinheiro eu compro um lanche numa cadeia de fast food e ainda me sobram algumas moedas. Não, obrigada!

– Mas vale a pena! O serviço é ótimo! – Insistiu o rapaz.

– Pode ser ótimo! Mas acho que não preciso!

– Mas veja comigo! Não é muito dinheiro pelo serviço que você está adquirindo.

A minha vontade era de soltar um sonoro “N-A-O, TIL”. Mas pensei: “já não basta estar descabelada, agora vou ser mal-educada?” Respirei fundo para pensar em uma resposta mais assertiva e soltei um:

– O que você ganha vendendo essas garantias estendidas?

– Um dia de folga. – Respondeu o rapaz com um sorriso sedutor.

Não é que eu quase comprei para ajudá-lo? Não era por comissão que ele estava me empurrando a garantia goela abaixo. Era por um dia de folga! Tudo que ele queria era ter um dia de folga para poder viver sua vida sem desconto no salário.

– A cada venda dessa você ganha um dia de folga? – Perguntei.

– Não, senhora. É a cada 5 vendas, e falta só uma.

Imagina o que estava acontecendo na minha mente naquele momento. Só Freud para explicar isso! É que, segundo a teoria da psicanálise, existem: o ego, o id e o superego.

Uma querida amiga me presenteou com um superlivro chamado O comportamento do consumidor, de Michael R. Solomon. É fantástico. No capítulo Personalidade e estilos de vida, encontramos a seguinte explicação:

“O id é inteiramente voltado para a gratificação imediata. Ele opera de acordo com o princípio de prazer: o comportamento é guiado pelo desejo primário de maximizar o prazer e minimizar a dor. O

id é egoísta e ilógico.”

Como assim “egoísta”? Eu queria fazer um favor: comprar a bandida da garantia estendida para dar um dia de folga para um rapaz trabalhador e honesto. Mas sejamos francos: comprando o serviço, eu estava ME proporcionando a sensação de ser a salvadora da pátria. Eu queria, na verdade, comprar um serviço (de que eu não precisava) para ficar em paz comigo mesma. Dessa forma, era o id que me estimulava a comprar a garantia estendida e, assim, possibilitar que o rapaz folgasse um dia.

Sobre o superego e o ego, o livro oferece as explicações a seguir:

“O superego é a contrapartida do id. Esse sistema é, essencialmente, a consciência da pessoa. Internaliza as regras da sociedade (especialmente como os pais as ensinam para nós) e trabalha para impedir que o id procure gratificação egoísta.”

“Finalmente, o ego é o sistema intermediário entre o id e o superego. De certa forma, trata-se de um árbitro na luta entre a tentação e a virtude. O ego tenta equilibrar essas formas opostas de acordo com o princípio de realidade (...) Esses conflitos ocorrem num nível subconsciente, de modo que a pessoa não necessariamente está consciente das razões subjacentes de seu comportamento.”

No caso da minha dúvida entre comprar ou não a garantia estendida, acho que o ego deu razão para o superego, e acabei não comprando o serviço.

Tá, eu sei! Como consegui ser tão cruel? Pois é, leitor, eu quero matar meu ego por dar razão ao superego. E agora não consigo me perdoar por não ter ajudado o pobre rapaz. Acho que vou ter que voltar na loja para comprar outra mercadoria que se encaixe na política da garantia estendida. Só assim meu coração vai ficar feliz!

A Teoria da Psicanálise de Freud foi a que pareceu se encaixar melhor nessa história, mas é claro que existem outras teorias que podem ajudar a entender o que acontece na nossa mente durante uma decisão de compra! Você, leitor, consegue pensar em alguma?