

Artigo de Marketing O PAI-NOSSO E O MARKETING

Será que a maior oração do cristianismo propõe derrubar alguns conceitos clássicos do marketing? Precisamos mesmo das necessidades criadas pela propaganda?

Maurício Góis

Não vou falar de religião, nem de marketing religioso. Quero propor que pensemos em algo polêmico: a transcendência quando o assunto for o materialismo dialético do capítulo marketing versículo vendas. Para isso quero analisar a oração do pai-nosso e aplicá-lo ao mundo dos negócios. Vamos a ela:

Pai-nosso. Observe que não é “Pai-meu”. Diretores, gerentes, supervisores, etc., são todos filhos de um Pai único. Se um profissional dissesse “Pai-meu” significaria que o cliente tem um Pai e o vendedor outro. Se é “Pai-nosso” e não “Pai-meu” isto quer dizer que gerentes, vendedores e clientes têm que pensar como irmãos em que se diagnostica, se preocupa e se atende às necessidades e problemas um dos outros. Sempre visando ao bem estar coletivo.

Que estás nos céus. Se um gerente de vendas está na matriz de Manaus e seu vendedor no Rio de Janeiro, então a comunicação se torna difícil, a não ser que... eles se tornem próximos pela tecnologia. No plano metafísico o que aproxima mais a criatura com o Criador é a comunhão. Já no plano físico quando um cliente e um vendedor entram também em comunhão (no sentido da busca das identificações e similaridades), as barreiras são vencidas. E o céu se aproxima de nós.

Santificado seja o Teu nome. Por que não é: santificado seja você? Porque o Criador tem um nome e merece todo o nosso respeito. A oração não diz para citar sempre o Criador por um nome, mas que devemos santificar-lhe o nome. Assim são as relações humanas. No mundo dos negócios nós não santificamos o nome de um cliente, pois ele é criatura como nós, porém, mais do que citar seu nome, é preciso valorizar-lhe a pessoa, pois se o nome não é a pessoa, se confunde com ela.

Venha nós o Vosso reino. A materialidade do marketing nos convence que nosso lugar definitivo é aqui, por isso, precisamos

comprar coisas e mais coisas. No entanto, é preciso entender que há um outro reino que um dia virá. Dizer “venha a nós” é fazer com que desta vez o desejo vença a necessidade, pois o marketing faz de tudo para que você não necessite de algo superior e só valorize os supérfluos.

Seja feita a Vossa vontade assim na terra como nos céus. Esta frase começa a derrubar alguns pilares do marketing. A minha vontade é ganhar sozinho na megasena acumulada ou ter uma empresa que fature cem milhões de dólares por ano. Mas a oração não é “seja feita a minha vontade, assim na minha terra como no meu céu”.

O pão-nosso-de-cada dia nos daí hoje. Não está escrito “O caviar de cada dia nos daí hoje”. Aqui é preciso separar necessidade de desejo. O homem tem necessidade de adquirir um carro, mas seu desejo é que seja em forma de um carrão último modelo. Tem necessidade de possuir uma casa, mas seu desejo é que seja no pomposo bairro dos ricos. Será que felicidade não é valorizar mais as necessidades e menos os desejos? Se for, estaremos derrubando uma das colunas do marketing.

E perdoa-nos as nossas dívidas assim como nós perdoamos aos nossos devedores. Imagine que você foi ofendido por um cliente. Como fazer? Esqueça as cortesias muitas vezes mal intencionadas do marketing de relacionamento e simplesmente perdoe. Telefone para este cliente e peça perdão. Os resultados serão surpreendentes. Outra idéia: Joelson Beting disse uma vez que “quem não deve não tem”. E com os cartões de créditos como ficou fácil fazer dívidas! Talvez não é chegada a hora de você se perdoar pela ansiosa busca de alcançar coisas e acalmar o espírito?

E não nos deixe cair em tentações, mas livra-nos do mal. Uma vez li um outdoor: Felicidade é você ter um carro (e citou a marca). Não é. Felicidade não é ter o melhor carro, nem a melhor casa, nem milhões no banco. É ter paz. E para isso não se deixe cair nas tentações das ofertas de um marketing que dá prioridade às coisas materiais e fúteis. Prove-me que os ricos são mais felizes que os pobres da central da periferia e eu mudarei de idéia. Mostre-me que o dinheiro compra a casa e o lar, o sexo e o amor, o remédio e a saúde e a cama e o sono que eu pensarei diferente. O que sabemos é que o marketing nos dá a casa, mas não o lar, nos oferece o sexo, mas não o amor, nos entrega o remédio, mas não a saúde e nos faz comprar a cama, mas não o sono. Estas são coisas que só o Eterno nos dá.

Por que Teu é o reino, o poder e a glória para sempre. Amém. O marketing nos excita para um mundo de conquistas intermináveis. Ele nos diz que necessidade satisfeita, não é mais motivadora e, portanto, é preciso lutar avidamente por mais coisas. O marketing nos cria um reino imaginário e quer nos colocar no centro dele. A propaganda nos dá um falso poder para que nos sintamos como gloriosos invencíveis. A grande verdade é que o reino, o poder e a glória pertencem ao Eterno que se intitulou “Pai Nosso”. Eu tenho o reino, o poder e a glória, porque sou filho do “Pai Nosso”. Pensar assim nos dá a paz. E com a paz transbordando em nossa vida nos tornamos mais produtivos, competitivos e lucrativos na venda. Amém.

Mauricio Góis

É empresário, palestrante, autor e consultor.

Para contratar envie um e-mail para: contato@mauriciogois.com.br