

## O Serviço Trabalhoso

*J. Roberto Whitaker Penteadó*

Recebi da Sky, um serviço de TV por assinatura, uma correspondência que incluía um cartão de acesso, plástico, com as instruções de que deveria inseri-lo no aparelho decodificador, "para garantir a continuidade da recepção dos sinais".

A folha de instruções explicava, sob o título "Veja como é fácil trocar o Cartão de Acesso SKY", como proceder. Como não quero perder a sua companhia, leitor, por absoluto enfado, abster-me-ei de reproduzir o texto na íntegra. Mas eis a sua essência.

Inicialmente, era preciso identificar a localização do cartão de acesso em um de 3 tipos diferentes de codificadores, muito pouco diferentes entre si, pelo menos para um leigo. Após iniciar o processo de troca do cartão, era obrigatório ir até o fim, sem interrupções. Em seguida (1) ligar o decodificador, sintonizar o canal 2, certificar-se de que o sinal chega normalmente; (2) retirar o cartão antigo, verificar se aparece a instrução na tela; (3) verificar se os números de cartões antigo e novo eram os mesmos (não eram); (4) inserir o cartão novo, checar a instrução da tela; (5) apertar a tecla "confirma" e seguir a instrução da tela; (6) retirar o cartão novo do decodificador, inserir o cartão antigo; (7) apertar a tecla "confirma" e verificar a tela; (8) retirar o cartão antigo, inserir o cartão novo, pressionar a tecla "confirma". A TV deverá estar recebendo a programação normalmente.

Por sorte, no dia em que iria fazer essa troca, veio em casa o técnico da empresa (particular) para fazer a instalação de uma antena. Aproveitei para pedir que me mostrasse como fazer a troca dos cartões. O processo foi interrompido três vezes. A cada uma, aparecia na tela o aviso de que não era possível fazer a troca dos cartões e que deveria ligar imediatamente para a Central de Relacionamento. Mas o técnico esclareceu que não era preciso: bastava recomeçar o processo do início que iria acabar funcionando, como realmente funcionou - pelas mãos do técnico. Que também me assegurou que os números dos cartões novos e antigos nunca eram iguais. Ele sabia.

Acredito que o leitor terá tido experiências semelhantes quando alguma coisa deixa de funcionar na sua TV por assinatura. Depois de ligar para o número do atendimento (que não funciona 24 horas e sempre obriga a um tempo de espera, que pode variar de poucos segundos a muitos minutos e requer que V. conheça o seu "número de assinante"), você é atendido por alguém que o faz manipular os controles remotos do decodificador e da TV, bem como ir e voltar várias vezes aos aparelhos, para verificar diversos botões e fios, num processo que se pode estender, às vezes, a uma boa meia hora. Se, depois disso, o problema não for sanado, mandam o técnico à sua casa.

Quem trabalha com internet em casa, terá tido experiências análogas e - freqüentemente - frustrantes. Nesses casos, é imprescindível ter duas linhas telefônicas: uma para falar com o técnico, outra para a conexão do modem. Já despendí horas - às vezes dias - nesses telefonemas, além de que o seu nível de competência para lidar com os controles e as idiosincrasias do browser e do e-mailer precisa ser bem acima da média de um usuário leigo no assunto.

E celulares, também. Quando têm algum defeito, espera-se que o usuário faça o conserto, e - claro - ligando de um telefone fixo, com o celular ao lado.

Não haverá alguma coisa errada com esse sistema?

Antigamente, quando V. adquiria algum aparelho elétrico (não havia, ainda, o eletrônico), normalmente vinha junto a assistência técnica. Em certos casos, levava-se o instrumento a uma oficina, nas redondezas. Mas isso é impossível fazer com computadores e aparelhagem de recepção de TV.

Gostaria de poder propor a solução, depois de ter tão extenuantemente apresentado o problema. Teria, por certo, vários convites para consultoria. Mas, quando não sei, vou aos

livros, e encontrei num, sobre estratégia de marketing e posicionamento competitivo (Hooley, Saunders e Piercy) duas observações que podem ser úteis: (1) A organização vitoriosa do futuro estará focada no cliente e será auxiliada por uma competência em informação de mercado, que ligará a voz do cliente a todo processo de oferta de valores da empresa e (2) Para conseguir sucesso sustentável no exigente mercado mundial, a companhia de amanhã deve ser capaz de aprender - e mudar - rapidamente.

PENTEADO, J. Roberto Whitaker. O Serviço Trabalhoso. **JRWP - J. Roberto Whitaker Penteado**, Rio de Janeiro, ago. 2002. Disponível em <<http://www.jrwp.com.br/artigos/leartigo.asp?offset=420&ID=107>>. Acesso em: 25 mar. 2010.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais