

Vendedora por acaso vira referência entre mulheres

Gerente de concessionária Fiat nos EUA, Lisa Copeland conquistou público feminino

Lisa Copeland sempre acreditou que havia maneira melhor de vender carros para mulheres, mas levou 25 anos para ter chance de aplicar suas teorias. Ela não é apenas uma das primeiras mulheres a chefiar uma concessionária Fiat nos EUA, mas também divide espaço com um grande shopping center de moda.

Ela e seu chefe, Nyle Maxwell, conceberam a localização do ponto para colocar em ação uma de suas crenças: de que as mulheres adoram fazer compras de carros tanto quanto adoram fazer compras de roupas ou sapatos. Lisa, uma amante da moda que aspirava ser estilista, tinha a missão de extinguir o medo de muitas mulheres em relação às lojas de carros, não só como compradoras, mas também como funcionárias. E Lisa é uma mulher que faz sucesso em uma indústria dominada por homens.

A história começou em 1986, quando a jovem Lisa Colegrove estudava moda em Dallas. Um dia, ela bateu na traseira de outro carro. Filha mimada de uma família rica, ligou para a companhia de seguros e disse: “Eu destruí meu carro, que tal um novo?” O problema era que ela havia consumido todo o dinheiro que seu pai dera para o seguro com roupas e, obviamente, não estava segurada. Apelou para o pai, um empresário do Vale do Silício, que respondeu que ela teria que comprar um carro novo com seu próprio dinheiro. “Foi muito duro”, revela.

Um amigo chamado Jim Copeland, que mais tarde se tornaria seu marido, veio para o resgate. Ele sugeriu a ela vender carros. Desesperada para ganhar dinhei-



Divulgação

Lisa: paixão por moda e carros

ro, conseguiu um emprego numa Chevrolet, em Dallas. Lisa e mais uma colega eram as únicas mulheres de uma equipe de vendas com 98 homens. Segundo conta, seus colegas não a receberam bem. “Eu odiava isso no começo. Nunca tinha ido a um lugar onde todos me odiavam. Eu tive que ser criativa, porque nenhum deles queria me ajudar”, explica. Uma das coisas que mais a atingiu foi a “brincadeira” de um colega que colocou um filhote de jacaré vivo em sua gaveta. “Só continuei lá porque precisava muito do dinheiro”, completa.

Esperta para negócios, Lisa aprendeu rapidamente e em pouco tempo tornou-se uma estrela de vendas. “No meu primeiro mês ganhei mais dinheiro do que nunca havia conseguido na minha vida”, diz ela. Logo percebeu a oportunidade de mercado que mulheres e gays, público historicamente negligenciado pela indústria, representa e se especializou.

Embora tenha se tornado vendedora de sucesso, Lisa nunca perdeu de vista seu verdadeiro amor: a moda. No final de 2010 teve oportunidade de combinar os dois, quando Maxwell, de 55 anos, com quem tinha trabalhado na década de 90, a contratou como gerente geral de vendas de suas lojas em Austin. Empolgado com o sucesso dela, ele pediu para ajudá-lo a montar uma proposta de franquia da Fiat.

O Grupo Chrysler aceitou a proposta e Maxwell fez Lisa Copeland, de 45 anos, a gerente geral. O showroom é no The Domain, um shopping de moda ostentoso em Austin. Quem compra um Fiat 500, por exemplo, faz parte de uma pequena cerimônia chamada “The Finale”. Nela, os clientes são fotografados e essas fotos se espalham pelo Facebook. Segundo ela, é uma forma de fazer a venda uma comemoração, deixá-la divertida. “Meu público adora isso e os homens acabam se rendendo também”, comemora.

Falando sobre o poder inexplorado das consumidoras, Lisa se mostra uma entusiasta. “Nós merecemos a mesma experiência, essa mesma euforia que sentimos quando compramos um novo par de sapatos!” Na sua opinião, os comerciantes muitas vezes não compreendem as mulheres. “Ela é sua melhor amiga ou seu pior pesadelo. Mulheres fazem mais referências do que homens. Querem saber de você. Se você der a elas atenção, ganha sua lealdade para sempre”, explica.

GRATA PELA LIÇÃO DO PAI – Lisa Copeland é agora membro do Comitê Consultor de Concessionários Fiat e fala regularmente com representantes da marca. Ela mantém um blog e viaja pelo país para ensinar outros concessionários a vender para mulheres. E se diz grata pela dura lição de amor que seu pai lhe dera há 25 anos, quando a “obrigou” a resolver seus problemas. O empresário morreu em 2007. “Sou muito grata por tudo o que aconteceu na minha vida. Essa indústria é surpreendente e tem uma tonelada de oportunidades e as mulheres são ótimas tanto comprando quanto vendendo.” E admite: “Mas se eu não precisasse do carro jamais teria entrado no segmento.” **ANB**