

Franquia e assistência técnica, casamento perfeito!

Há 10 anos atrás o Tio Jacob inventou uma pequena e muito eficiente máquina que economizava várias etapas e reduzia substancialmente o tempo e os custos da sua linha de produção.

Nos primeiros anos o Tio Jacob utilizou a “miracle machine” como diferencial competitivo e ganhou muito dinheiro e muito espaço da concorrência. Ele sabia que a concorrência, um dia, iria descobrir e utilizar a idéia criando um equipamento parecido. “Se eles vão copiar, é melhor eu ganhar algum dinheiro vendendo para eles” e Tio Jacob resolveu abrir uma unidade de negócios para fabricar e vender o “miracle machine”.

Nos anos seguintes a nova unidade de “miracle machine” chegou a faturar quase 50% da indústria do Tio Jacob. Venderam para o Brasil todo. Foi um grande sucesso. Há 3 anos o sucesso se transformou em dor de cabeça: as “miracle machines” precisavam de manutenção e assistência técnica. A primeira, por incrível que pareça, é sempre no lugar mais longe e mais difícil, parece que é um teste para ver o que você faz. MANAUS.

Tio Jacob decidiu mandar um de seus melhores técnicos para lá. Antes de ir para lá o técnico ligou para o cliente para identificar o problema. Estavam certo que o problema era da pecinha amarela. Lá foi o técnico de avião para Manaus. O técnico chegou e diagnosticou que o problema era a pecinha azul e não a amarela. O técnico por precaução tinha levado todas as peças amarelas, laranjas e vermelhas, mas nenhuma azul. O técnico ficou mais 2 dias em Manaus esperando a peça azul chegar de avião.

O cliente estava satisfeito com o atendimento rápido e o Tio Jacob desesperado com os custos. Correu para o meu escritório “Sobrinho, vou ter que montar um exército de técnicos pelo Brasil todo. Como faço isto? Como faço para garantir o treinamento e a qualidade deste pessoal? Como fazer a gestão remota? Como ter certeza que estão trabalhando bem? O que fazer com as peças? Depósito central ou crio pequenos depósitos em cada estado?”

Tio, o melhor modelo para isto é o modelo de “franquias”. Ele soltou uma gargalhada “Agora que você tem um sócio novo só fala em franquias. Eu sou uma indústria, não um McDonalds”. Então expliquei para ele “Tio, eu arrumei um sócio especializado em canais e com grande conhecimento de franquias porque tinha certeza que este modelo seria importante para vários segmentos de mercado incluindo TI e Telecom que são meus mercados-alvo. Não é à toa que o Brasil é o quarto país do mundo em número de franquias. Tio, o senhor sabe lavar roupa?” Ele respondeu “Claro que não”. “Pois bem, se comprar uma franquia da “5 à Sec” vai aprender, em poucos dias, a lavar roupa de maneira profissional e ainda aprenderá como fazer para gerenciar uma lavanderia com alto desempenho, qualidade e lucratividade. É isto que o senhor precisa para seu exército virtual de assistência técnica”

O sistema de franquia estabelece uma série de processos baseados em melhores práticas para fazer a seleção e recrutamento do exército virtual, e como treiná-lo e capacitá-lo para que ele preste um serviço de qualidade. O sistema de franquias estabelece indicadores de desempenho e uma estrutura de gestão do exército virtual, checando e avaliando os trabalhos feitos, chamamos isto de consultoria de campo. Existem, ainda, um grande conjunto de melhores práticas em franquias para saber se o melhor é ter estoque centralizado ou descentralizado, se é necessário ter filiais ou não, se o seu exército pode ser utilizado também para aumentar as vendas.

Estamos trabalhando cada vez mais com “colaboradores”, “parceiros”, revendas, distribuidores e integradores – é um enorme exército virtual. O sistema de franquias foi desenvolvido exatamente para tratar de exércitos vituais e como ter sucesso com eles.

(*) Dagoberto Hajjar (dagoberto.hajjar@growbiz.com.br) trabalhou 10 anos no Citibank em diversas funções de tecnologia e de negócios, 2 anos no Banco ABN-AMRO, e, 9 anos na Microsoft exercendo, entre outros, as atividades de Diretor de Internet, Diretor de Marketing, e Diretor de Estratégia. Atualmente é Diretor da GrowBiz – empresa de planejamento e ações para empresas que querem crescer.