



Motivação & Sucesso

Quando menos é mais

Luiz Marins



Reunimos clientes e fornecedores para uma conversa sobre **“o que eles consideravam ‘valor’ no relacionamento com uma empresa.”**

A base da conversa foi nossa afirmação, baseada em anos de observação, de que aquilo que não agrega valor para o mercado—clientes e fornecedores—com certeza agrega custos para a empresa.

Muito se fala em **“diferenciar a empresa”** e nossa análise mostrou que a maioria das diferenciações que as em-

presas têm feito, não são percebidas como valor pelos clientes e, portanto, aumentam os custos da empresa, sem aumentar as receitas, pois os clientes não se dispõem a pagar por aquelas diferenciações.

Os clientes e fornecedores que reunimos, foram muito diretos e assertivos em seus comentários. Eles disseram que as empresas precisam **simplificar, desburocratizar, agilizar** todas as etapas do relacionamento com seus clientes e fornecedores.

Em vez, de **MAIS**, eles pedem **MENOS**.

Menos burocracia; menos complicações; menos normas e procedi-

mentos desnecessários; menos papéis; menos perda de tempo na compra, no pagamento, na entrega, na assistência técnica, na garantia etc.

Portanto, depois de muita discussão, o que ficou claro como sendo o maior “valor” é o **TEMPO!**

O conselho prático que deram foi o de que as empresas devem fazer uma profunda revisão em seus procedimentos que envolvam clientes e fornecedores e busquem **simplificar** todas as etapas, eliminando tudo o que não agregue valor, pois com certeza isso tudo está agregando custos à empresa, além, é claro, de irritar clientes e fornecedores.

Pense nisso. Sucesso!

PENSE NISSO:

- *Você já analisou quantos controles desnecessários existem na sua empresa ou organização e que foram implementados há muitos anos e nem se sabe bem por quê?*
- *Você já fez uma análise do que você mesmo considera valor no relacionamento com uma empresa ou organização?*
- *Você já pensou que o que mais irrita um cliente é a burocracia, mau atendimento, perda de tempo?*