

CAPA Colaboração

W # 85 05 1 65 05 90

Testar os produtos nos clientes nos permite criar uma proposta de vendas mais certeira

CARDO DUTRA



## TESTES

## Clientes que ajudam a experimentar ideias

DRACO

O que faz Torneiras, chuveiros e mictórios | São Paulo, SP

Faturamento 9 milhões de reias(1)

1. Em 2014 Fonte Empresa

engenheiro Ricardo Dutra, de 41 anos, vive dizendo que sua empresa, a paulistana Draco – que fabrica torneiras, chuveiros e louças sanitárias — vende mesmo é economia para o cliente. Parece papo de vendedor cheio de lábia, mas, no caso da Draco, não se trata de nenhum exagero. Quando apresenta seus produtos a alguém que ainda não conhece a empresa, Dutra sempre mostra indicadores claros para provar seu argumento. "Um de nossos sistemas de torneiras faz empresas com movimento de até 5 milhões de pessoas por mês economizar em torno de 20% na conta mensal de água", afirma.

Dutra só passou a ser tão assertivo em seu discurso de vendas depois de implantar na Draco um sistema de testes de novos produtos que conta com a ajuda de antigos clientes. Antes de lançar uma nova linha de chuveiros, por exemplo, ele entra em contato com uma empresa que já se relacionou com a Draco e pede permissão para instalar os protótipos da marca gratuitamente em alguns banhei-

ros. "Explico ao cliente que aquele sistema está em fase de testes e que vou usar sua estrutura para medir exatamente qual será a economia de água que somos capazes de proporcionar", afirma Dutra.

Foi mais ou menos isso o que aconteceu no final de 2014 na filial da rede de hotéis Blue Tree Towers em Santo André, na região metropolitana de São Paulo. Na época, a Draco instalou 200 chuveiros com válvulas reguladoras de vazão e 230 sanitários com caixas de duplo acionamento nos 200 quartos do hotel. Seis vestiários e 20 banheiros de uso exclusivo dos funcionários também receberam melhorias. Depois da mudança, a conta de água caiu 37%. "Economizamos mais de 520 000 litros todos os meses", diz João Fukino, gerente do hotel.

Para clientes como o Blue Tree Towers, as vantagens dos testes são bem claras — não se paga nada pela troca e pela manutenção da infraestrutura e, na melhor das hipóteses, dá para economizar algum dinheiro com isso. Caso algo dê errado, a Draco se responsabiliza em consertar o estrago. Para Dutra, as vantagens vão além de poder apenas testar

os novos protótipos. No ano passado, ele começou a propor aos clientes que participam dos testes um contrato no melhor estilo ganha-ganha. Se o novo sistema ajudar a empresa a reduzir o gasto de água, o cliente se comprometerá a pagar mensalmente à Draco o equivalente à metade da economia que alcançou. Os contratos têm duração de três a cinco anos, dependendo do tamanho do teste. "É tempo suficiente para recuperar o investimento que fizemos ao trocar tudo gratuitamente", diz Dutra.

**Resultado** Logo no primeiro ano em que começou a propor os contratos de testes aos antigos clientes, as receitas provenientes dessa atividade representaram cerca de 10% das vendas. No ano passado, o faturamento foi de 9 milhões de reais — um quarto mais do que em 2013. Para Dutra, a principal vantagem ainda é saber exatamente quanto é possível economizar com os produtos da Draco em locais diferentes. "Não conseguiria ter certeza dessa conta se os testes fossem feitos dentro da minha empresa", afirma.