

Amanhã, sem falta...

Ana Regina Nunes Bergamini
anarnunes@terra.com.br

Infelizmente, alguns valores relacionados ao mundo dos negócios estão de “cabeça para baixo”. A melhor ilustração disso é o Cliente que, acostumado com péssimos atendimentos, fica extremamente surpreso quando alguma empresa lhe presta um atendimento excelente: na verdade o atendimento excelente deveria ser o mais freqüente e o péssimo atendimento deveria ser exceção, não o contrário...

Outro valor extremamente importante nos negócios também está se modificando com o tempo: O prazo de entrega!

Naturalmente, a entrega da mercadoria (produto ou serviço) no prazo deveria ser o mais freqüente, e os atrasos, exceções causadas por problemas de produção ou entrega.

Mas não é isso que tem ocorrido nos últimos tempos: receber mercadorias no prazo correto traz-nos uma sensação de vitória.

A pergunta que fica no ar é: Por qual motivo as empresas não cumprem seus prazos de entrega, uma vez que são elas mesmas (na maioria das vezes) que o estipulam?

O maior objetivo de todas as empresas é vender, pois sem vendas não existe empresa. Diante de um Cliente em potencial, algumas empresas prometem prazos extremamente menores do que os dos concorrentes com o objetivo único de “ganhar” a venda. Isso é agravado diante de Clientes que possuem urgência na entrega do material.

Por exemplo: se, por um descuido, acabar a matéria prima essencial para a fabricação de algum produto da sua empresa, você com certeza pagará mais caro para que o material chegue na sua empresa o quanto antes (principalmente se você também tem um pedido para entregar), certo?

O fornecedor, sabendo da sua urgência e visando a venda, promete o material para o dia seguinte, antes mesmo de saber se possui estoque: Se tiver ele entrega, se não tiver, você fica esperando (afinal, já fechou o pedido...).

É importante salientar que nem sempre a promessa falsa do prazo de entrega é feita com esse objetivo: algumas empresas, no intuito de surpreender o Cliente no momento da venda, informam prazos de entrega extremamente rápidos e depois não conseguem cumprir.

Imagine que você esteja acostumado a comprar alguma mercadoria de um fornecedor que sempre a entrega em 15 dias. Num determinado momento, uma outra empresa é apresentada a você. Para não depender somente de um fornecedor, você decide fazer uma cotação para comparar os preços. A cotação chega e o preço é até um pouco menor. Você liga para saber do prazo de entrega, e eles dizem que é 10 dias. Você não fica surpreendido pelo novo fornecedor (menor preço e maior rapidez)? Se ele consegue entregar ou não é uma outra história...

Ainda existem as empresas, ou melhor, vendedores que desconhecem totalmente o processo produtivo do produto e suas dificuldades. Por ignorância, ele promete ao Cliente a entrega de um produto que demorará muito mais tempo para ser confeccionado ou finalizado.

Não podemos esquecer do problema da comunicação entre os departamentos de vendas, estoque e produção (ou entre as pessoas responsáveis por isso). Veja o que acontece:

O vendedor **acha** que a empresa tem o produto em estoque;

O responsável pelo estoque **acha** que a produção está confeccionando mais produtos;

O responsável pela produção **acha** que ninguém comprará aquele produto naquela semana (afinal, ele “sai” tão pouco mesmo...).

E no meio de tanto “achismo”, o vendedor promete um prazo de entrega, só que não existe estoque e a produção precisa começar a fazer o produto... Quem fica esperando? O Cliente..

Por fim, a organização e a seqüência de atividades na produção são extremamente responsáveis pelo atraso na entrega:

Diante de vários pedidos, a ordem de execução ou entrega passa a ser a ordem de reclamação dos Clientes. O pedido chega na empresa com um prazo razoável para entrega. Como existem vários pedidos não executados que já estão próximos da data de entrega, dá-se preferência a eles, e assim vai, dia após dia “apagando incêndios”, ou seja, executando todos os pedidos que já deveriam ter sido entregues ontem. Só quando passa o prazo de entrega e o Cliente liga reclamando, é que o pedido é executado (e entregue com atraso)...

Para evitar que tudo isso aconteça na sua empresa (ou para minimizar os efeitos do atraso) atente-se para as seguintes dicas:

- Adote um prazo de entrega padrão (e de preferência entregue a mercadoria antes dele);
- Explique aos vendedores o processo de produção de cada produto e quanto tempo leva em média;
- Estipule um limiar de quantidade: Se o pedido for maior que X, deve-se consultar o estoque a produção antes de dar o prazo;
- Surpreenda o Cliente na entrega e não no ato da venda (nunca o contrário);
- Estimule a comunicação e amizade entre vendedores e produção: algumas vezes é possível apertar o passo para entregar um pedido no prazo;
- Organize a execução dos pedidos através de alguma lógica, por exemplo, ordem de chegada. Lembre-se: toda regra tem suas exceções, mas se as exceções forem muitas, não existe regra;
- Em caso de atraso, comunique o Cliente imediatamente;

- Seja honesto, diga qual exatamente é o problema e estipule um novo prazo: Jamais descumpra esse segundo prazo.

Com o tempo, empresas que não respeitam o prazo de entrega ficam desacreditadas. E os Clientes, que não acreditam mais na empresa, deixam de comprar. E sem compras não tem vendas. E sem vendas não tem empresa.

Eu finalizo com uma pergunta: Você arriscaria comprar algo de uma empresa que nunca entrega no prazo numa situação em que você mesmo tem um prazo a cumprir? Não? Nem eu!

Ana Regina Nunes Bergamini
<http://suaempresa.blog.terra.com.br>