

## **Clientes SMB são de Marte**

Fornecedores e Distribuidores são de Vênus, revendas e integradores são de Júpiter e as empresas de desenvolvimento de software são de Plutão. Todos querem ir para Marte para encontrar os clientes, mas muitos deles estão perdidos e sem o GPS interplanetário.

Nos últimos 2 meses viajei, em média, 4 dias por semana. Fiz apresentações sobre “Tendências de Tecnologia” para mais de 5.000 executivos pelo Brasil todo – tanto para empresas que vendem produtos e serviços de TI quanto para empresas que “gostariam” de comprar tecnologia. Descobri uma legião de potenciais clientes “famintos” por tecnologia. São consumidores desesperados em ter alguém que os ajude a escolher e usar tecnologia para melhorar suas vendas e seus negócios.

Logo na primeira apresentação para “consumidores” de TI eu fiz um grande erro: falei de tendências para 5 anos. Desci do palco sob aplausos, mas um dos participantes me falou “É impressionante ver como a tecnologia, no futuro, será valiosa para nossas empresas. Pena que hoje ela não faça nada por nós”.

Já na segunda apresentação comecei a mostrar o que a tecnologia poderia fazer HOJE pelas empresas e empresários. Eu estava lá de “empresário” falando como eu usava a tecnologia para melhorar os meus negócios. Papo de empresário para empresário. Recebi elogios do tipo “finalmente entendi o que a tecnologia pode fazer pela minha empresa” e “é a primeira palestra de tecnologia que não me sinto um idiota com medo de fazer alguma pergunta”.

Desci do palco e uma legião de empresários queriam me contratar para ajudá-los na compra e implementação da tecnologia. Descobri que eles não conheciam revendas nem integradores nem empresas de desenvolvimento de software que poderiam ajudá-los.

A partir daí comecei a levar 1 ou 2 revendas (VAR) para me acompanharem nas palestras. O resultado foi impressionante, as revendas saíram de lá com os bolsos cheios de cartões de visita e pedidos de visita.

Começamos um processo investigativo para entender “esse fenômeno”. As revendas falavam que faziam eventos para os clientes, mas que eles não apareciam. Os clientes falavam que não recebiam convites para palestras “desse tipo” que eu estava fazendo. Pergunta para cá e pergunta para lá, descobrimos vários pontos interessantes. Um deles é que os clientes não vão ao evento das revendas porque acham que ela vai falar de um ou dois produtos e “empurrar” alguma coisa.

O centro do problema é ter um conteúdo abrangente e relevante, uma forma simples e direta de falar e transmitir o conteúdo, usar o idioma de “negócios” e não “técnico”, ter isenção e estabelecer credibilidade para transmissão de fatos e casos de sucesso.

Esqueci de mencionar que os clientes não-SMB são de Netuno. Por incrível que pareça quem vende tecnologia sabe ir para Netuno, mas não sabe ir para Marte. Os clientes SMB, marcianos, falam um idioma nativo e tem hábitos e costumes diferentes e precisam ser tratados de outra maneira.

A partir do mês que vem vamos iniciar uma nova etapa do projeto: aulas de marciano para empresas de tecnologia incluindo um pequeno estágio no planeta Marte.

(\*) Dagoberto Hajjar ([dagoberto.hajjar@advancemarketing.com.br](mailto:dagoberto.hajjar@advancemarketing.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 ADVANCE – empresa de planejamento e ações para empresas que querem crescer.