

VENDENDO SEM GASTAR A SOLA DO SAPATO

Quando Jerry Whitlock começou a vender juntas e vedações, ele procurava chaminés, visitando toda fábrica que pudesse encontrar. Não recusava nenhum pedido. Vinte anos depois, Whitlock ainda está vendendo juntas e vedações, mas ele está conduzindo a maior parte de seu negócio de sua própria casa, muitas vezes enquanto vê os programas de televisão da tarde, no computador de seu escritório. Com ferramentas de venda de alta tecnologia como o correio eletrônico, o fax e a World Wide Web, Whitlock tem agora um negócio de US\$ 1 milhão por ano. Sua empresa, a EPM Inc., é um fornecedor de nível internacional de vedações industriais, juntas, gaxetas e anéis de vedações, especializado em peças pouco comuns e difíceis de encontrar.

Enquanto trabalhou como representante independente de vendas de juntas e vedações, Whitlock acumulou pilhas de catálogos e boletins. Organizou-os em enormes pastas pretas. Com a ajuda de um investidor, ele iniciou um negócio para a fabricação de juntas que chegou a ter 300 empregados. Mas desistiu em 1993, cansado de se preocupar com estoque, pessoal, finanças, e de trabalhar com sócio.

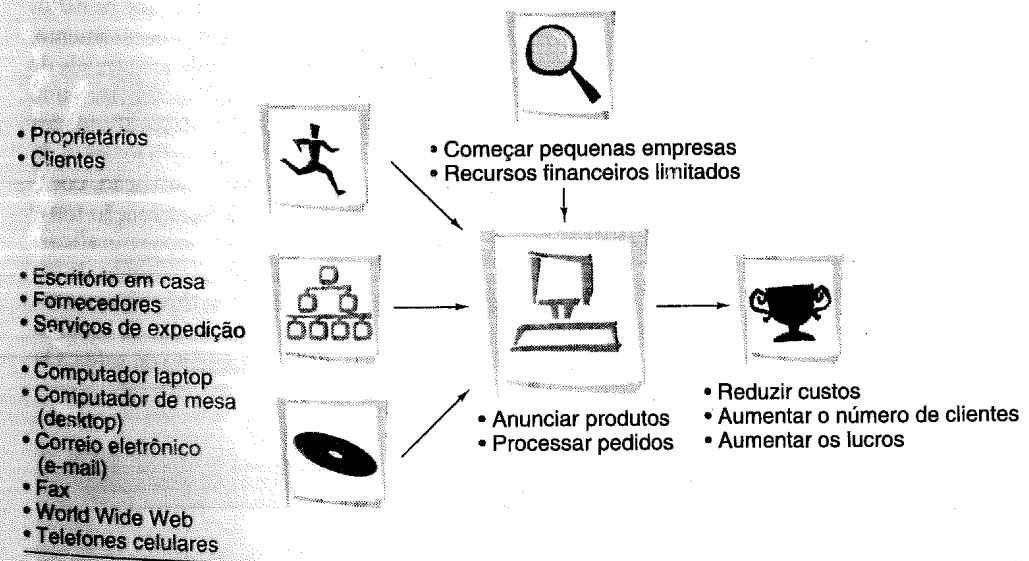
Whitlock voltou a trabalhar em 1995 como distribuidor de vedações fabricadas por terceiros. Desta vez, ele jurou que o faria sem depósitos, empregados ou sócios. Sua nova empresa, a EPM Inc., consistia em um escritório em casa, na ajuda da esposa Rita e em sua coleção de pastas. Whitlock comprou dois telefones celulares e um pager, e assim os clientes podiam contatá-lo a qualquer hora do dia ou da noite, quando uma vedação falhasse. Ele montou um site na World Wide Web onde as pessoas pudessem ler sobre sua linha de produtos e pedir catálogos. Ele informou vários serviços de busca de informação na Internet sobre como localizar o seu Web site de forma tal que ele pudesse ser

encontrado por qualquer um que procurasse "juntas" ou "vedações". Em pouco tempo, 10% das vendas da EPM vinham de pedidos feitos pela Web.

Todas as noites Whitlock liga seu computador pessoal (PC) para despachar 150 fax de propaganda, divulgando sua experiência em relação a pedidos de urgência e peças difíceis de encontrar. Quando um pedido de compra chega por fax ou e-mail, ele procura o produto em um de seus grandes notebooks. Então, ele pede ao fabricante que o entregue no dia seguinte em sua casa. Quando chega a encomenda, Rita reembala com a marca EPM e a envia ao cliente usando a Federal Express ou United Parcel Service (UPS). A EPM tem acesso a mais de 1.000 fornecedores no mundo todo e pode fornecer mais de 1 milhão de dispositivos de vedação, difíceis ou comuns. A maioria das solicitações é respondida dentro de 24 horas, e as remessas aos clientes, dentro de 72 horas. A EPM anuncia que pode enviar para qualquer destino nos Estados Unidos ou no mundo, mesmo que o pedido seja de uma única peça.

Whitlock pode gerenciar sua empresa de qualquer lugar. Quando ele e Rita saem de férias pela costa do Golfo com sua família, eles levam seu negócio junto, em um computador laptop. Usando sistemas de informação para manter seus custos baixos, as margens brutas de lucro da EPM são em média de 60%.

Embora os sistemas de alta tecnologia de Whitlock tenham um alcance tremendo, eles não substituem totalmente a venda pessoal e o serviço ao cliente. Whitlock pode ter de pegar seu caminhão para fazer uma entrega a um cliente próximo ou um avião para dar um suporte a uma fábrica que tenha problemas de equipamento. A tecnologia não pode substituir totalmente a sola do sapato.



FONTE: Thomas Petzinger, Jr., "Gasket Salesman Uses E-Mail, Fax, the Web — and Shoe Leather," *The Wall Street Journal*, 4 de abril de 1997.