



➔ CLAUDIO NASAJON

Claudio Nasajon é presidente da Nasajon Sistemas e autor do livro *Venda-se, Técnicas de marketing e vendas para sua vida pessoal e profissional*

O valor não está na ideia, mas na execução

Qual é o grande segredo da maior cadeia de fast-food do mundo? É alguma fórmula “secreta” para fazer a comida? Algum processo patenteado de como grelhar a carne e fritar as batatas? Não. Então, por que ela é tão bem-sucedida enquanto milhares de outros tentam “copiar a ideia” e não dão certo? Simples: porque o valor não está no “quê”, mas no “como”.

A ideia é apenas o começo. A grande maioria dos negócios admite uma infinidade de formatos e cada modelo gera resultados diferentes. Tomemos como exemplo um restaurante que vende macaronada onde o cliente escolhe os ingredientes do molho. Você realmente acha que a importância está na ideia? Que ninguém, nos dez mil anos em que existe o macarrão, teve uma ideia semelhante? Bom, digamos que assim seja e que sim, você é a única pessoa num planeta com quase oito bilhões de vidas inteligentes que pensou nisso. Como vai formatar o negócio?

Os “modelos de negócio” consideram itens além do produto ou serviço, como por exemplo: que tipo de cliente vai servir? Como vai ganhar dinheiro? De que forma vai entregar o produto ou serviço?

Um mesmo negócio pode atender diferentes perfis de cliente. As instalações e os serviços para famílias

com crianças não são as mesmas daquelas necessárias para atender a executivos com pressa, por exemplo. Além disso, a ambientação da loja, os cardápios e até o tamanho dos pratos variam de acordo com o perfil do cliente escolhido.

Um mesmo negócio pode ganhar dinheiro de formas diferentes. Alguns restaurantes funcionam no sistema rodízio com preço fixo, outros servem buffet e cobram

por quilo, outros ainda, servem na mesa e cobram por prato.

Um mesmo negócio pode entregar o produto ou serviço de formas diferentes. Alguns restaurantes concentram as suas atividades em lojas próprias enquanto outros abrem franquias para permitir rápida expansão e outros ainda, concentram as suas operações na entrega em domicílio para aumentar a abrangência.

Em suma: há dezenas de variáveis que modificam o modelo do negócio e, na prática, representam o que realmente importa para o sucesso do empreendimento.

Então, da próxima vez que você tiver uma ideia de negócios, não pense duas vezes: fale com possíveis clientes, fornecedores e investidores, compartilhe a ideia e ouça seus comentários. Um bom lugar para começar é no meu Blog. Lá você vai encontrar ferramentas úteis para ajudar a transformar o seu sonho em realidade. Passe lá, claudionasajon.com.br.

“Os “modelos de negócio” consideram itens além do produto ou serviço, como por exemplo: que tipo de cliente vai servir? Como vai ganhar dinheiro? De que forma vai entregar o produto ou serviço?”
