

Assinatura de serviços: vantagem para a sua empresa



Quer ampliar as receitas da sua empresa? Nesta edição, o assunto é uma tendência do mundo empresarial: o modelo de assinatura de serviços. Você já está de olho nele? As oportunidades são muitas!

Um dos principais objetivos das empresas é fidelizar o cliente, certo? Imagine uma fabricante de máquinas de lavar. E se, além de vender o produto em si, ela cobrasse uma taxa extra para avaliar o desempenho do aparelho e enviar alertas para o dono? A manutenção preventiva pode valer a pena para quem não tem tempo a perder. Esta é a base do conceito que estamos abordando neste podcast.

A venda combinada de produtos e serviços é vantajosa porque melhora o relacionamento com os clientes. Por meio deste modelo, as empresas inovam mais rápido e ainda agregam valor. Uma relação próxima e contínua permite o conhecimento aprofundado do consumidor. E os insights para o negócio ficam muito mais relevantes.

A indústria aeronáutica tem um case bem interessante nesta área. Uma companhia reduziu o desperdício de energia alugando motores a jato para aeronaves. A cobrança é feita por hora, e o desempenho é monitorado por sensores de Internet das Coisas. Os clientes são avisados com antecedência quando há necessidade de reparos, aumentando a eficiência operacional. O exemplo vale para qualquer setor: que líder não gostaria de acabar com a inatividade dos serviços?

As plataformas de computação em nuvem também se destacam. Elas substituem investimentos em hardware e software, levando tudo para o ambiente digital. A economia de custos é notável. Uma vez que a infraestrutura é terceirizada, as despesas com manutenção deixam de ser responsabilidade do gestor. Outro benefício importante: dá para contratar serviços apenas quando for preciso mais uma amostra de produtividade e economia. Já pensou em oferecer isso aos seus clientes?

Este é um mercado muito promissor, que merece a sua atenção. Segundo a consultoria IDC, os aportes em TI e computação na nuvem cresceram 10% em 2018, atingindo 55 bilhões de dólares. A expectativa é tão otimista que as empresas B2C também estão investindo no setor, na expectativa de diversificar as receitas.

O modelo de assinatura de serviços é um caminho interessante para muitas companhias. Afinal, uma boa experiência do consumidor pode se traduzir em fidelidade e retorno financeiro. Nesta competição, larga na frente quem conseguir responder às questões levantadas pela revista Forbes: de que forma o seu serviço ajuda o cliente na prática? Como você melhora o produto enquanto aprende mais sobre o público-alvo? E como o consumidor pode absorver todas as inovações implementadas? Você já tem as respostas?