

BLOG

VENDER SOLUÇÕES IOT COMO SERVIÇO OU PRODUTO?

O crescente aparecimento de soluções IoT no mercado global, vai sofrer uma seleção natural por parte dos potenciais clientes, naquele que é o processo de escolha de um produto ou serviço que consiga corresponder às suas necessidades.

Quem idealiza e desenvolve dispositivos, ferramentas ou serviços que se encaixam nos princípios funcionais da *Internet Of Things* (IoT) está consciente da dimensão da onda tecnológica nos tecidos empresariais que formam a economia mundial. A contínua ampliação da área de aplicação deste conceito é responsável pelo disparar dos números de dispositivos englobados e conectados.

Para termos uma noção mais concreta da expressão que virá a ter no mercado, a empresa de consultoria e pesquisa de mercados, *International Data Corporation* (IDC), faz uma **previsão** de que, em 2025, existam 41,6 biliões de dispositivos conectados.

O crescente aparecimento de soluções IoT no mercado global, vai sofrer uma seleção natural por parte dos potenciais clientes, naquele que é o processo de escolha de um produto ou serviço que consiga corresponder às suas necessidades. Enquanto profissionais responsáveis pela venda destas soluções, temos como tarefa primária entender e ajudar o cliente a perceber, qual a sua verdadeira dificuldade e como pode ser solucionada.

Muitos dos seus futuros clientes já ouviram o termo "IoT", mas, por nem sempre se enquadrarem no ramo de negócio da tecnologia, possivelmente a maioria não sabe o que define este conceito ou que aplicação prática pode ter no seu negócio. Este desconhecimento pode ser uma barreira para conseguirmos captar o interesse do futuro cliente nas nossas soluções.

Nesse sentido, é compreensível que o cliente se sinta curioso e tenha muitas dúvidas iniciais que queira ver esclarecidas antes de sequer pensar em ouvir falar dos produtos que temos para oferecer.

SOLUÇÕES IOT – SERVIÇO OU PRODUTO?

A distinção das soluções IoT em categorias de venda como serviços ou produtos dependem consoante a aplicação apropriada para o caso exposto pelo cliente. Não se trata de definir um modo de tornar a solução mais rentável para o fabricante, mas de ajustar a solução da melhor maneira possível ao perfil de negócio do futuro cliente. **É importante o cliente sentir e perceber que está a investir em algo que se traduz em apenas uma coisa - uma melhoria de resultados.**

Como fornecedores e clientes de soluções IoT, compreender a diferença entre contratualizar um serviço ou comercializar um produto é fundamental para o fim que queremos atingir e de que forma se envolve com a necessidade do cliente. Um produto é algo palpável, evidente. Que pode ser tocado e sentido pelo cliente e instalado num chão de fábrica ou em qualquer parte da infraestrutura do cliente. Será sempre visto como um objeto comprado para desempenhar tarefa singular. No entanto, quando o mesmo produto físico é transacionado como um serviço a sua perceção enquanto objeto para o cliente deixa de estar tão presente por não ser transparecido como algo palpável e tangível. É comum associarmos um serviço a uma subscrição traduzida em prestações mensais contratualizadas.

É imperativo perceber a diferença entre estas duas componentes do negócio. Enquanto serviço, a solução IoT vai vender um resultado. Seja uma redução de tempo de paragem de máquinas, um sistema de encomendas automático num posto de combustível, garantir que o sistema de frio hospitalar mantém as vacinas à temperatura ideal, etc. Como contraste, a venda da mesma solução como produto leva o cliente a comprar somente hardware e software. Questões como características técnicas, suporte técnico, manutenção e licenciamento podem ser levantadas pelo cliente. Trata-se de um comportamento natural que diz respeito à transação de uma solução física.

Analisando um exemplo prático, uma solução de manutenção preditiva, a funcionar em pleno, não permitirá que os equipamentos de produção falhem, logo os níveis de produção são consistentes e o tempo de atividade é alto. Ironicamente, este grau de satisfação com o processo produtivo pode levar o cliente a ponderar se a instalação do serviço era necessária uma vez que as máquinas não avariavam. É neste aspeto que o entendimento do benefício da instalação da solução enquanto serviço ou produto não é mensurável. A sua

percepção é atingida com a análise dos reduzidos custos de manutenção e redução de custos operacionais para a organização.

Independente da solução delineada como ideal para o ecossistema da organização do cliente, existem parâmetros diferenciadores na aquisição de serviços ou produtos que passam por questões como disponibilidade financeira e garantias de suporte que são concertadas entre o cliente e o fornecedor. No final, o retorno é positivo para ambas as partes:

- **Gestão orçamental**

A aquisição de soluções IoT como serviço ou produto permite realizar de forma mais eficaz uma gestão das despesas associadas. O custo final do produto é calculado com mais exatidão;

- **Relação cliente/fornecedor**

Qualquer que seja o tipo de solução apresentada como sendo a ideal, a proximidade criada com o constante acompanhamento do cliente e satisfação das necessidades manifesta-se com o reforço dos laços comerciais entre as duas partes;