

Federal Express: O verdadeiro produto

Fonte: VOCÊ S.A – Junho/2000

Achávamos que estávamos vendendo transporte de mercadorias,
mas na verdade estávamos no negócio de paz de espírito.

Existe duas chaves que abrem as portas da inovação. A primeira é a habilidade de pensar além dos paradigmas convencionais e examinar problemas rotineiros sob uma ótica diferente. Você precisa ser capaz de ir além das próprias referências e encontrar novas maneiras de encarar esses problemas. Antes de eu fundar a Federal Express, o tipo de entregas que fazemos — de um dia para o outro — não existia em escala nacional nos Estados Unidos. Minha idéia envolveu conceitos de rapidez e eficiência comuns nos setores de telecomunicações e bancário e aliou esses conceitos ao negócio de transportes. Usando uma central junto a um sistema hub-and-spoke de disseminação, nos tornamos aptos a fazer entregas em qualquer lugar dos EUA em menos de 24 horas.

A segunda chave é a habilidade para reconhecer assuntos importantes e manter o foco em seus objetivos. No início de nossas atividades, ainda não compreendíamos o foco real da Federal Express. Achávamos que estávamos vendendo transporte de mercadorias, mas na verdade estávamos no negócio de paz de espírito: vendíamos tranqüilidade e segurança a quem esperava uma encomenda. Quando finalmente nos demos conta disso, passamos a perseguir esse objetivo obstinadamente. Primeiro, providenciamos computadores e equipamentos de transmissão para todos os caminhões. Depois, demos aos clientes a possibilidade de rastrear suas encomendas pelo computador que eles têm em casa ou no escritório.

Há uma lição nisso tudo: as companhias que confundem os meios com o fim do negócio estão em sérios apuros. E se falharem ao mudar esses processos vai aparecer um concorrente e tomar o lugar delas.

Frederick W. Smith (webmaster@fedex.com) propôs a idéia de fazer entregas em menos de 24 horas num trabalho de faculdade que escreveu enquanto estudava em Yale, nos EUA. Mas o trabalho lhe rendeu uma nota C, que é baixa para os padrões escolares americanos. Em 1971, Smith fundou a Federal Express, uma companhia que hoje entrega cerca de 5 milhões de encomendas pelo mundo diariamente e vale 17 bilhões de dólares.