

# O Nariz da Maçã

**A**pós ler artigos e mais artigos em revistas especializadas, babar em anúncios maravilhosos em revistas americanas e entrar e sair de mega stands em feiras, o cliente interessado em comprar um Mac, no momento supremo do “agora vai”, acaba sempre no mesmo lugar: em uma revenda. Especializada ou nem tanto, atenciosa ou nem tanto, com bons preços ou nem tanto, mas acaba lá. Nessa hora o cliente conhece (ou revê) o que seria a “cara da maçã”, ou, se desejar, o “nariz da maçã”.

De fato, a revenda autorizada, na ponta de um canal competente ou não, acaba sendo sempre o elemento mais exposto, como um nariz, que é sempre o primeiro a aparecer (os narigudos que me perdoem), sendo também a parte mais exposta e mais sensível a uma eventual reação de insatisfação do cliente.

Assim, para sobreviver nesta selva, cada revenda autorizada busca, ao seu modo, uma diferenciação. Alguns oferecem um bom suporte pré e pós venda, outros um atendimento atencioso de qualidade e alto nível técnico, treinamento e consultoria, entre vários outros “plugins” que acabam agregando valor ao produto Macintosh.

Entretanto, é o mercado profissional que sabe valorizar esses diferenciais e não o mercado de varejo, que busca simplesmente preço e nada mais. Aliás, as margens apertadas nos Macs *entry level* jamais permitiriam um atendimento mais diferenciado. Em outras palavras, é no mercado profissional que as revendas autorizadas encontram demanda, espaço para atuar e margens para respirar (já que estamos falando de narizes).

E este mercado não demanda apenas CPUs mais rápidas ou monitores de 17” e 20”, mas principalmente soluções. E quando falo em soluções entenda não apenas softwares, mas sim todo um mundo de periféricos e acessórios tão fartamente disponíveis no lado de cima do Equador e tão “faltamente” por aqui.

E é aqui que entram (ou pelo menos deveriam entrar) os distribuidores. Em vez de se preocuparem apenas com as mágicas de financiamentos, ou estocar “aquele modelo que vende mais”, os distribuidores deveriam procurar disponibilizar para as revendas o “material” que elas precisam para configurar as diferentes

soluções profissionais para seus clientes.

Cadê as placas gráficas ATI? E as placas de multiprocessamento Apple e DayStar? E as aceleradoras QuickDraw 3D?

O mercado profissional requer soluções. Os distribuidores deveriam pensar menos no varejo e enxergar que a demanda de Power Macs é uma consequência da oferta dos elementos que

gias de ponta geradas pela Apple. Por exemplo, shows das fantásticas possibilidades da tecnologia QuickDraw 3D de nada adiantam se a placa aceleradora QuickDraw 3D (essencial para uma performance profissional) somente puder ser encontrada dentro do equipamento de demonstração.

Está na hora dos distribuidores fazerem algo

mais do que insistir somente no mercado home. Ou estocar algumas caixas de dois ou três modelos diferentes de Power Macs.

Está na hora dos distribuidores entenderem que eles são a retaguarda das revendas.

Entenderem que só haverá demanda de Power Macs se as revendas possuírem o “material” (e, é claro, o *know how*) para compor as soluções que incluem estes Power Macs.

Cada um fazendo o seu papel: as revendas atendem o cliente e configuram a melhor solução para ele; os distribuidores estocam o material necessário para compor as soluções; a Apple divulga a marca, desenvolve a tecnologia, gera

demanda e oferece condições para que o canal possa funcionar.

Já que nós, revendas, somos o nariz da maçã, estando sempre expostos, que pelo menos a maçã esteja virada para o mercado que quer a nossa presença e está realmente nos procurando: o mercado profissional. **M**

## DAVID OLIVEIRA

É diretor da CAD Technology, revenda autorizada Apple.



compõem as soluções profissionais. Um Power Mac 9500/200 com 128 Mb de RAM não poderá ir a lugar nenhum sem uma placa gráfica (ATI XClaim, por exemplo) de alto desempenho.

Os slots PCI nos Power Macs são argumentos de venda somente se houver, nas revendas, placas PCI com drivers compatíveis. As daughter-cards foram criadas para serem substituídas por outras com processadores mais rápidos ou com multiprocessamento, que também deveriam estar nas revendas.

O que acontece então é que a logística adotada pelos distribuidores, focada em apenas alguns itens da solução (a CPU e o monitor), acaba matando a aplicação profissional das tecnolo-