

METODOLOGIA BHADS · DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS E SERVIÇOS

# MÉTODO SEC

A maioria dos produtos de uma PME nasce da intuição do fundador. O SEC troca a intuição por **três fontes de verdade que têm de girar juntas**: o que a empresa sabe fazer, o que o mercado já validou e o que o cliente diz quando lhe perguntam bem.

S · SABER TÉCNICO   E · ENGENHARIA REVERSA   C · CLIENTES

A PREMISSA

# PRODUTOS NÃO FALHAM POR FALTA DE TALENTO

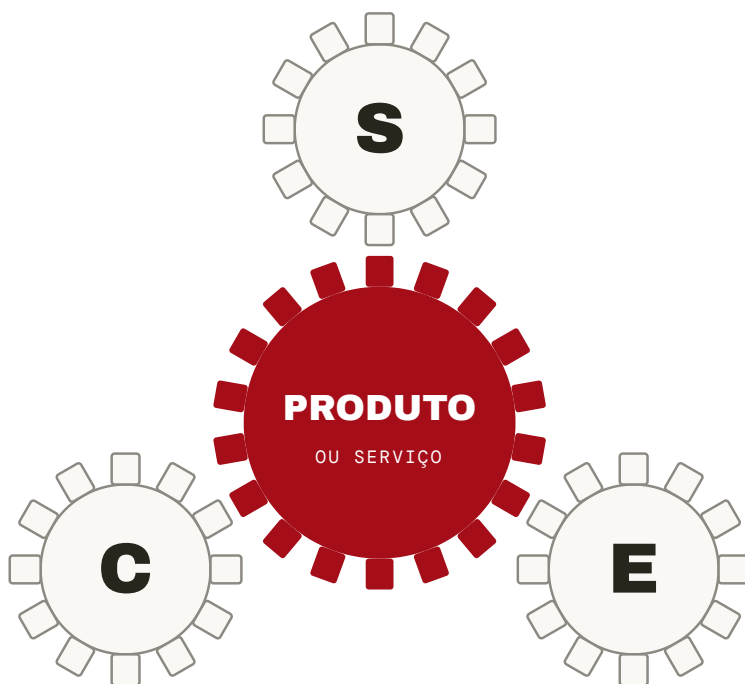
Falham porque foram desenhados com uma fonte de informação só. É sempre a mesma história, com três versões:

Desenhado só com o saber do dono, o produto fica **tecnicamente bom e comercialmente mudo** — excelente, e ninguém percebe para que serve. Desenhado só a olhar para a concorrência, fica **uma cópia** — e uma cópia só tem um argumento: baixar o preço. Desenhado só com o que o cliente pede, fica preso ao **que o cliente já conhece**, porque ninguém pede aquilo que nunca viu.

O SEC obriga às três. E a ordem não é decoração: não se faz engenharia reversa de um mercado que não se domina tecnicamente, e não se interpreta o que um cliente diz sem ter as duas primeiras na mão.

# TRÊS ENGRENAGENS, UM PRODUTO

As três rodas engrenam na mesma roda central. Não é uma metáfora solta: se uma para, param todas — e a roda que move o produto é a última a andar.



Uma roda motriz de 18 dentes, três satélites de 12, o mesmo passo de dente nas quatro. O desenho é o argumento: nenhuma gira sozinha.

**S**

O que sabemos  
fazer, escrito — com  
custo, prazo e limite.

**E**

O que os 5 maiores já  
validaram nas redes  
— e onde ninguém  
está.

**C**

O que o cliente diz e  
faz, registrado em  
formulário.

# O QUE SAI QUANDO FALTA UMA RODA

| TEM   | FALTA | O PRODUTO QUE SAI                                                                  |
|-------|-------|------------------------------------------------------------------------------------|
| S     | E · C | Tecnicamente bom, e ninguém procura. O clássico «isto é muito melhor e não vende». |
| E     | S · C | Cópia do concorrente. Sem diferenciação, o único argumento que sobra é o preço.    |
| C     | S · E | Aquilo que o cliente já conhece, um pouco mais barato. Não é produto, é desconto.  |
| S · E | C     | Uma aposta bem informada. Continua a ser aposta.                                   |
| S · C | E     | Preço abaixo do mercado, por não saber o que o mercado cobra.                      |
| E · C | S     | Promessa boa que a operação não cumpre. O pior dos seis: queima o cliente.         |

# COMO SE GIRA CADA RODA



## ESTAGIO 01

### SABER TÉCNICO

O que é que esta empresa sabe fazer melhor do que a média — e a que custo?

Escreve-se o ofício. Não o que o dono *gosta* de fazer: o que a empresa entrega com qualidade repetível, com que gente, em quanto tempo, a que custo e com que taxa de erro. E escreve-se o inverso, que é a parte que ninguém faz: **o que não sabemos fazer** — e que por isso não entra no produto, nem na promessa.

#### ENTREGÁVEL

**Ficha de capacidade** — uma página por serviço: o que é, quem executa, quanto tempo leva, quanto custa em mão de obra e materiais, o que costuma correr mal e qual é o limite técnico.

---

**Regra de saída:** se ninguém na empresa consegue explicar o ofício em duas páginas, o produto ainda não existe — existe uma pessoa. E uma pessoa não escala.



O que é que o mercado já está a validar — e onde é que ninguém está?

Escolhem-se **os 5 maiores concorrentes nas redes sociais** e estuda-se o que publicam. Não para copiar: para ler as duas coisas que um concorrente não consegue esconder. **O que repete** — repetir custa dinheiro e tempo, por isso só se repete o que está a funcionar. E **o que nunca diz** — o silêncio de todos eles ao mesmo tempo é a abertura por onde se entra.

#### A GRELHA DOS 5 — UMA LINHA POR CONCORRENTE

- |    |                                                                                                       |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 01 | <b>Quem</b> Nome, rede, dimensão da audiência e a data em que observou. Sem data, a grelha é opinião. |
| 02 | <b>Promessa</b> A frase com que prometem. Copiada literalmente, não resumida.                         |
| 03 | <b>Para quem</b> O cliente que aparece nos exemplos — não o que dizem servir.                         |
| 04 | <b>Prova</b> O que mostram como prova: obra, número, testemunho, certificado, nada.                   |
| 05 | <b>Preço</b> O que comunicam sobre preço. «Sob consulta» também é informação.                         |
| 06 | <b>Formato e cadência</b> Que formatos usam e com que frequência publicam.                            |
| 07 | <b>Repete / nunca diz</b> O tema que volta sempre, e o assunto que nenhum deles toca.                 |

#### ENTREGÁVEL

**Grelha dos 5 + a lacuna** — a tabela preenchida e, no fim, uma frase: o que nenhum dos cinco está a dizer e nós podemos provar.

**Regra de saída:** 5 concorrentes, as publicações recentes de cada um, uma data de observação. Se a lacuna que encontrou não é sustentável pela ficha de capacidade do estágio 01, não é uma lacuna — é uma tentação.



O que é que o cliente já fez e já pagou — não o que imagina que faria?

Ouve-se quem pagou, quem não pagou e quem deixou de pagar. As três respostas valem; a do meio é a mais útil e a que ninguém procura. E **pergunta-se sobre o passado**, não sobre hipóteses: «pagava 200 € por isto?» não vale nada, porque a resposta é grátis. «O que já pagou para resolver isto, e a quem?» vale tudo.

Registado em formulário, **durante** a conversa. Memória não é dado: ao fim do dia já não se sabe quem disse o quê, e a frase do cliente — a única coisa que depois serve de copy — desaparece.

#### ENTREGÁVEL

**Formulário SEC preenchido**, um por cliente, com a recomendação nas palavras dele e um próximo passo com data. No sistema BHADS entra como atividade em CRM\_Atividades, ligada à empresa em CRM\_Empresas.

---

**Regra de saída:** nenhuma conversa fecha sem próximo passo e data. Uma resposta sem data desaparece da operação no dia seguinte, sem avisar ninguém.

# FORMULÁRIO SEC

Oito perguntas, todas sobre o que já aconteceu. Leva-se impresso para a conversa ou preenche-se no telemóvel. Cada pergunta traz, em baixo, o que se está a tentar descobrir — para não a trocar por outra a meio.

|         |               |                         |
|---------|---------------|-------------------------|
| EMPRESA | NIF / NIPC    | QUEM RESPONDEU · FUNÇÃO |
| DATA    | QUEM CONDUZIU |                         |

## 01 O que estava a acontecer na empresa quando nos procurou?

Procura-se o gatilho real, não a necessidade genérica.

---

---

## 02 O que já tinha tentado antes? Porque é que não resultou?

Aqui aparecem os concorrentes verdadeiros — muitas vezes não são empresas, é o Excel ou o cunhado.

---

---

## 03 Como descreveria o que fazemos a um colega do seu setor?

É a frase que vai para o anúncio. Palavras dele, não nossas.

---

---

## 04 O que quase o fez não avançar?

A objeção que sobreviveu à venda é a que está a travar as outras.

---

---

## 05 Se pudesse acrescentar uma coisa, qual era?

Pedido de funcionalidade. Vale pela frequência entre clientes, nunca por um só.

---

---

06 Que outra coisa nos pagaria para resolver — e quanto paga hoje por ela?

É aqui que nasce o produto seguinte, com preço de referência incluído.

07 A quem é que isto *não* serve?

Define o perfil de cliente pelo avesso. Poupa propostas que nunca iam fechar.

08 Recomendaria? A quem, e o que lhe diria?

Recomendação com destinatário é uma referência; sem destinatário é um elogio.

|               |                       |
|---------------|-----------------------|
| PRÓXIMO PASSO | DATA DO PRÓXIMO PASSO |
|---------------|-----------------------|

☐ Autorizo a BHADS a usar publicamente a resposta à pergunta 08, identificada com o nome da minha empresa, em materiais comerciais e no site.

Assinatura \_\_\_\_\_ Data \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

Sem esta caixa assinalada, a resposta é usada apenas internamente. Pode retirar a autorização a qualquer momento, por escrito, para geral@bhads.com.

# UMA FICHA DE PRODUTO, COM FONTE EM CADA CAMPO

As três rodas produzem uma coisa só: uma ficha que qualquer pessoa da equipa consegue ler e vender. O critério de aceitação é simples — **cada campo aponta para a engrenagem de onde veio**. Campo sem fonte é suposição, e escreve-se como tal.

|                                                                              |                                                                                |                                                                                |
|------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Nome</b><br>Como se chama, em<br>linguagem de cliente.<br>E · C           | <b>Para quem</b><br>O perfil que compra — e o<br>que não serve.<br>C           | <b>A dor</b><br>Uma frase, nas palavras do<br>cliente.<br>C                    |
| <b>O que inclui</b><br>Entregáveis concretos e<br>contáveis.<br>S            | <b>O que não inclui</b><br>Os limites, escritos antes<br>de vender.<br>S       | <b>Como se entrega</b><br>Passos, prazos, quem faz.<br>S                       |
| <b>Quanto custa</b><br>Preço e modalidade, do<br>catálogo aprovado.<br>S · E | <b>Como se prova</b><br>A prova que existe hoje —<br>não a desejável.<br>S · C | <b>Como se vende</b><br>A frase de abertura e a<br>objeção principal.<br>E · C |

Volta-se a girar as rodas quando um concorrente muda a promessa, quando a proposta deixa de fechar duas vezes pelo mesmo motivo, ou quando a operação deixa de cumprir o que a ficha promete.

# QUER ISTO APLICADO AO SEU PRODUTO?

Seis perguntas, dois minutos. Se a BHADS não for a resposta certa para o seu caso, dizemos isso e indicamos o que faria mais sentido.

**FAZER A TRIAGEM DE 2 MINUTOS →**

**BHADS** — Consultoria de Gestão e Performance, Unipessoal Lda. · NIF 519274415 · Portugal

[bhads.com](https://bhads.com) · [geral@bhads.com](mailto:geral@bhads.com)

Método SEC · metodologia própria da BHADS. Este documento descreve o método, não inclui preços: valores e escopo vão sempre na proposta, a partir do catálogo aprovado.