

## **Under Armour coloca em funcionamento um sistema ERP**

A Under Armour, empresa de roupas esportivas cujos produtos são tão interessantes que os atletas profissionais os vestem na TV sem serem pagos para isso, basicamente criou um mercado para “roupas de compressão”, que deixa os atletas se sentindo mais leves, mantendo pouca pressão sobre os músculos. A receita explodiu e a empresa precisa desesperadamente de um sistema para controlar pedidos, enviar produtos, cobrar clientes e conectar-se com fornecedores. Todos os funcionários da empresa, incluindo gerentes, gastam tempo no depósito, empacotando caixas e enviando pedidos manualmente. O sistema de processamento de pedidos está localizado em um grande armário, com os pedidos presos a pranchetas, centenas delas, penduradas em cabides.

Para modernizar este sistema antiquado, a empresa adotou um sistema de ERP. Esse sistema oferece a base para os sistemas de gerenciamento de pedidos e gerenciamento de depósitos da empresa. Também oferece habilidades de planejamento de estoque e elimina o trabalho manual de imprimir pedidos, leva-los até o depósito e entrega-los as pessoas que enchem as caixas.

Sob o sistema de ERP, os pedidos que chegam por telefone, fax ou correio eletrônico são inseridos manualmente, e os pedidos feitos por EDI<sup>1</sup> são registrados automaticamente no sistema. Os pedidos são comparados com uma lista de estoque atualizada. O sistema, então, gera pedidos que podem ser baixados para dispositivos portáteis sem fio que os trabalhadores usam para apanhar e escanear os itens do pedido. O seguimento de gerenciamento de depósitos da aplicação rastreia a localização do funcionário e acende uma luz perto do próximo item que ele deve apanhar. Os funcionários escaneiam cada item depois escaneiam cada caixa a medida que ela é preenchida. Desse modo, o sistema pode registrar não apenas os pedidos, mas também quando cada pedido foi concluído.

Grandes varejistas compõem 60% dos negócios da Under Armour. A empresa lida com esses clientes e com a troca eletrônica de documentos. Os 40% restantes dos negócios da empresa são com pequenas lojas de varejo. A empresa lida com essas transações por meio de fax e telefone. Isso não reflete uma alta tecnologia, mas os pequenos varejistas apreciam os esforços da Under Armour para cuidar de todos os clientes. A empresa agora está desenvolvendo uma Extranet para tratar dos clientes menores com mais eficiência pela Internet.

---

<sup>1</sup> EDI – Intercâmbio eletrônico de dados é a troca de documentos eletrônicos de um computador para o outro, sem o uso de papel. Portanto nenhuma intervenção humana é necessária.

## Remington cuida de seus clientes

“Armas São produtos que refletem um estilo de vida”  
diz o presidente da Remington Arms.

Para alimentar o relacionamento entre a Remington e seus clientes, a empresa precisa responder a inúmeras consultas sobre os seus produtos. A quantidade de informação é enorme. A empresa de cotas limitadas Remington fabrica dezenas de modelos diferentes, e as pessoas esperam que a empresa continue fornecendo armas que possam durar por gerações. A Remington não vende armas de fogo online. Os produtos da empresa são altamente regulamentados e caros, e estão disponíveis em várias configurações.

Aproximadamente 27 milhões de americanos estão envolvidos em esportes que envolvem caça e tiro. Porém, durante o final da década de 1990, a Remington se concentrou bastante nas grandes contas nacionais, como Wall-Mart. Como resultado, a empresa permitiu que seu suporte para proprietário de armas e pequenos varejistas enfraquecesse. A empresa decidiu resolver seus problemas de relacionamento com os clientes criando um website que oferece aos clientes informações detalhadas e facilitasse a compra e a operação de uma arma de fogo da Remington. Esse website claramente envolveu a gestão do conhecimento para produtos complexos, além da gestão do relacionamento com o cliente. Então como o website cuida dos clientes da Remington?

Talvez a estratégia mais importante tenha sido tornar as publicações da empresa disponíveis online. A resposta do cliente foi esmagadora. Por exemplo, o número de downloads de catálogos aumentou significativamente, ultrapassando 3 milhões em 2004. Ao mesmo tempo, a solicitação dos clientes por catálogos de papel diminuiu de 23.000 em 2000 para 4.000 em 2004. Durante o mesmo período, a quantidade de manuais do proprietário baixados do website aumentou de 62.000 para 802.000, enquanto os pedidos de manuais impressos caiu de 14.000 para 4.800. A Remington Quarterly, uma revista cuja produção custava cerca de US\$ 100.000 por edição, agora é publicada online. De modo significativo, o número de leitores permaneceu aproximadamente o mesmo. Por fim, os clientes baixaram quase 440.000 cliques de vídeo em 2004, incluindo instruções de segurança e operação e material promocional. Como resultado, a Remington não teve de gastar os US\$ 2,00 por fita para estocar os vídeos.

A Remington ainda ajudou os clientes ao compilar um banco de dados de cerca de 11.000 de seus revendedores. O website possui um programa localizador que envia os clientes ao revendedor mais próximo. Essa aplicação provou também ser altamente bem sucedida. Somente em 2004, 240.000 clientes procuraram o revendedor mais próximo no website, e 97% deles encontraram um revendedor localizado dentro de um raio de 80 quilômetros.

Na verdade, o website funcionou bem demais. Antes de a Remington implementar o site, a empresa recebia, em média, 50 e-mails por dia. Depois de ter montado o site o tráfego de e-mail aumentou para mais de 1000 por dia. Como resultado, o tempo de resposta da empresa se tornou muito mais lento. Os e-mails que ela costumava responder em um ou dois dias, agora ficam parados por uma semana ou mais. Para agilizar o ciclo de resposta, a Remington colocou respostas a perguntas feitas com frequência (FAQs) no website. Assim como as publicações online, essa técnica provou ser altamente bem-sucedida. Desde que tomou esta decisão, a empresa obteve uma redução de 30% nas ligações telefônicas e 50% no volume de e-mails.