

UMA FRANQUIA DE SUCESSO

Com mais de 120 escritórios contábeis em todo o país, Edilson Júnior revela pontos principais para investir e deslanchar a empresa





Referência na área contábil, Edilson Júnior conta como transformou a CF Contabilidade em uma franquia de sucesso

“Se você quer vender mais, você tem que entender mais de algum segmento, seja você iniciante, seja você experiente”, disse o CEO da CF Contabilidade, Edilson Júnior. Em conversa com a SS Parisi, ele contou como transformou a marca em uma franquia, revelou os principais desafios da profissão, deu dicas e falou sobre o cenário atual da contabilidade. Confira a entrevista completa!





Qual a maior dificuldade e os desafios da profissão?

Hoje, na profissão contábil, o maior desafio é vender mais. O contador não entende que essa questão de preço vai ser cada vez mais latente. Apesar do número de contadores registrados ter diminuído, a gente percebe que o número de empresas contábeis tem aumentado. Dessa forma, esse processo de amadurecimento de mercado requer que o contador aprenda estratégias de negócio para melhor vender.

O segundo problema grave são os processos. As empresas contábeis não têm processos vivos e, por isso, não conseguem fazer melhorias contínuas,

afinal, você só consegue fazer melhoria contínua em algo que você entende que está acontecendo, quando você vê que falhou, você estuda e propõe uma melhoria. Legalização, por exemplo, que é um processo usual, é raro ver um contador seguindo o ritual. Muitas vezes eles legalizam uma empresa, tiram o CNPJ, a inscrição estadual, mas esquecem de tirar o alvará ou de atualizar em uma alteração contratual. Outro problema muito grave é a questão de tecnologia, pois poucos profissionais contábeis testam e investem em tecnologia, vivem tecnologia e fazem inovação de fato. A maioria das empresas não tem essa cultura de buscar melhorar a cada dia a performance e produtividade.



O último desafio na atualidade são as pessoas. Isso porque normalmente o contador reclama do preço do mercado, mas ele é o primeiro a pagar mal os seus colaboradores. Ele não entende que a satisfação do colaborador reflete na entrega de valor para o cliente e, conseqüentemente, na satisfação. Então, ao gerir mal as pessoas, ele acaba se comprometendo a entregar serviços que ele não consegue realizar ou não tem capacidade e, então, perde o cliente.

“ **Poucos profissionais contábeis investem em tecnologia.**





Existe algum momento que foi decisivo para o crescimento da sua empresa de contabilidade?

Falando na CF, houve um momento decisivo em que a gente fez uma virada de chave. Foi mais ou menos em 2010, quando entendemos que precisávamos ter um norte. Começamos um negócio do zero usando a marca. Nessa hora, a gente precisava ter mais gestão, uma visão melhor do negócio, como: quais tarefas a gente precisaria controlar do cliente e entender o dia a dia dele. Foi quando começamos, em 2011, um trabalho de consultoria, que era novo na época. Depois disso começamos a desenhar nosso modelo de franquias,

que é focado em padronização de processos, na metodologia internacional do ISO 9001, e fomos criando uma série de protocolos. Em seguida, estruturamos os processos para a venda da nossa rede. Fizemos layouts, desenhamos processos escritos, definimos cargos e trouxemos mais parceiros para poder melhorar o ambiente de tecnologia dos franqueados. E nesse momento começamos também a ser mais percebidos pelo mercado.

Finalizamos esse modelo em 2014 e começamos a comercializar ele no final de 2015. Em 2016 fechamos negócio com 3 unidades e fomos escalando ao longo do tempo. Em 2021 vamos completar 5 anos dessa jornada, que se



intensificou muito a partir do ano de 2017, quando investimos em marketing, publicidade, parcerias, em colocar a marca para fora e fazer a bandeira crescer. Hoje, temos 120 franquias e, em 2021, a meta é chegar a 160.



Quais seriam os primeiros passos para abrir um escritório e como conseguir os primeiros clientes?

A primeira dica é buscar custo fixo baixo. Eu indico que a pessoa comece pelo home office. Tenha um endereço, um cowork, onde você possa alugar o espaço e, eventualmente, receber algum cliente. Mas, para reduzir custos, comece trabalhando de casa. Sobre a parte comercial, pois nenhuma empresa vive sem vendas, o primeiro passo é entender e ser autoridade em alguma área, pois é isso que vai te diferenciar no mercado.



Faça uma introspecção e se avalie. Observe se existe algum negócio que você conheça. Por exemplo: antes você trabalhou em uma transportadora, em um mercado, algo que você entenda como é o dia a dia, que conheça os problemas? Essa é uma ótima forma de começar.

A segunda forma é você se perguntar se tem alguma outra atividade que você goste. Por exemplo: se você não fosse contador, onde você trabalharia ou com o que? As pessoas as vezes questionam isso (essa segmentação), mas eu acredito que: quanto mais eu falo a língua do cliente para quem eu quero vender, mais ele vai querer falar comigo. Eu não vou abrir mão dos outros que

estão chegando e batendo na minha porta. Porém, eu vou focar em entender de um determinado nicho.

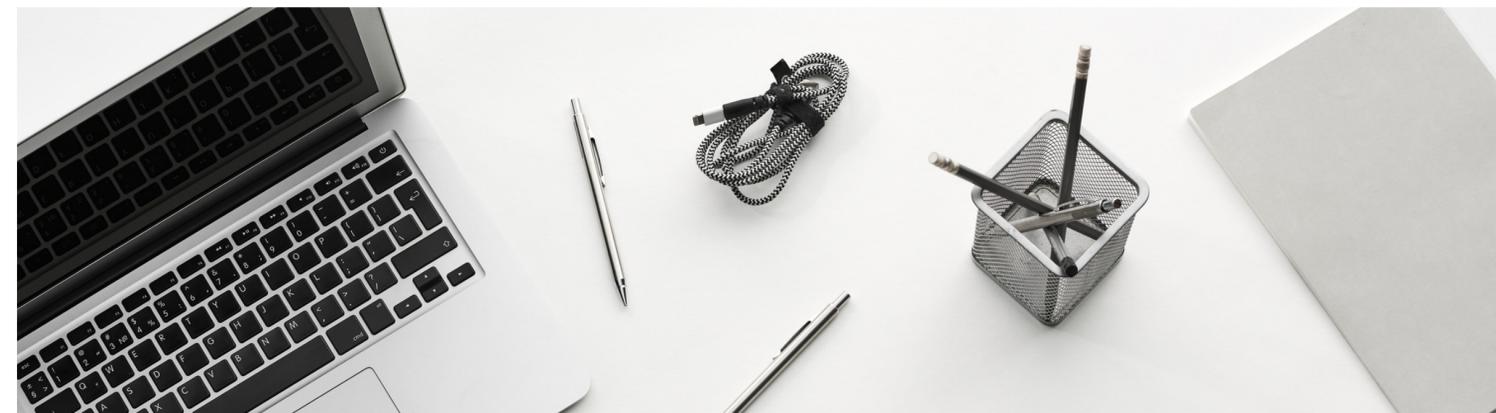
Outra opção para quem está começando é escolher através das 4 dores de qualquer empresário. A primeira são os tributos. Todos os empresários ficam nervosos com os altos valores. A segunda é quando o cliente não consegue entender os dramas da própria empresa, isto é, não sabe precificar o produto, não sabe quais custos envolvem a operação dele. O terceiro problema (universal) refere-se a gerir pessoas. Se você conseguir ter uma equação boa para pessoas, a empresa deslança. Pois pessoas boas fazem bons negócios.



A quarta e última questão envolve a dor de inovar e vender. Ocorre quando o cliente não consegue oxigenar o negócio e tem dificuldade de entender e melhorar o faturamento. Então, se especialize em uma dessas quatro áreas ou em algum segmento. A partir do momento que você estuda um assunto melhor, você consegue abordar melhor o seu cliente.

Exemplo prático: você pode chegar em uma farmácia e dizer “Oi, tudo bem?”; “Você está com algum problema na sua contabilidade?”; “Está precisando trocar de contador?”. O mais provável é que a pessoa te responda: “Não!”. Mas, se você chegar, se apresentar e disser: “Eu sou consultor de farmácias e estou aqui para entender como está o seu dia a dia.

A sua CRF está em dia? Como está a sua vigilância sanitária? Seus produtos estão saindo com a forma correta?”. A tendência é que ele converse com você. O cliente já olha e pensa: “Esse consultor é bom, vou dar uma atenção para ele.” Então, a partir do momento em que eu entendo de um segmento e abordo o cliente trazendo dados, ele já me ouve e não me vê como qualquer um. Se eu tiver uma solução para entregar para ele, ele tende a me contratar. Eu acredito muito nessa máxima: se você quer vender mais, você tem que entender mais de algum segmento, seja você iniciante, seja você experiente.

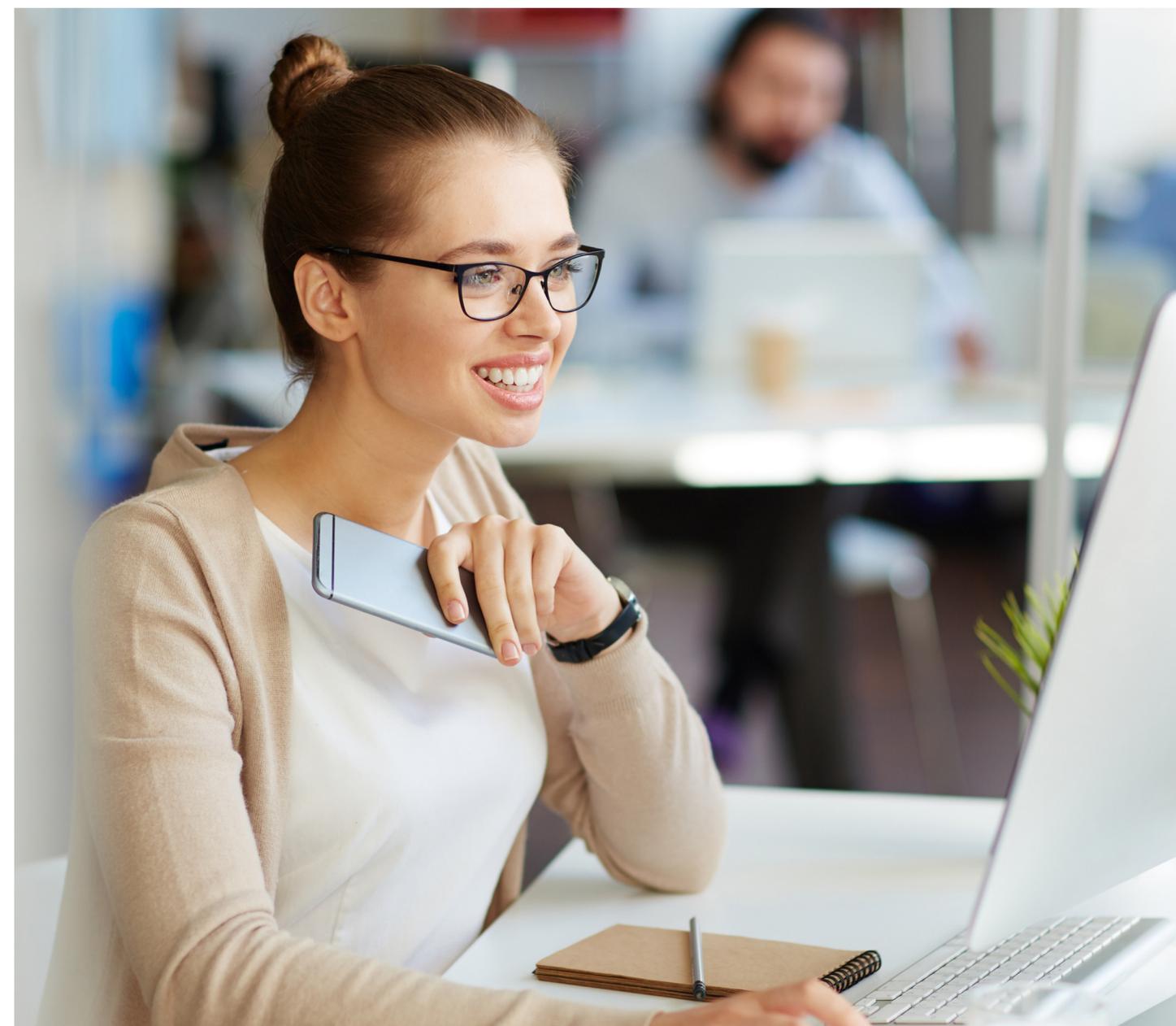




O que é importante levar em conta ao precificar o serviço? Como chegar a um valor justo e lucrativo para a mensalidade?

O que eu mais avalio no componente de custo é a maturidade do empreendedor, ou seja, o quanto ele entende que a gente vai fazer um trabalho em conjunto e que para eu trabalhar, eu preciso de dados e informações dele. Por vezes, quando a gente percebe que o empresário não tem essa maturidade, a gente eleva o valor do honorário de tal forma que ele veja que está tão caro que não vale a pena ele estar com a gente. Assim, ele mesmo acaba abrindo mão de continuar a proposta conosco

Fora isso, claro, a gente identifica os custos internos para poder avaliar cada tipo de entrega e operação. Eu busco também identificar com os clientes o que eu estou entregando de valor para ele.





Existe algum tipo de serviço que normalmente é cobrado a parte da mensalidade e que você indicaria para quem está começando?

Cada vez mais os clientes querem previsibilidade e entender o fluxo de caixa, saber o quanto efetivamente vai sair da empresa de custo fixo. Isso tem causado uma mudança no mercado contábil com relação a precificação e cobrança de serviços adicionais. Hoje em dia está muito claro para o cliente o que é honorário e serviço extraordinário. Então, o que eu indico e que, de fato, está fora da mensalidade e pode ser cobrado como adicional é:

imposto da pessoa física, legalizações de empresa, certidões, licenças e por aí vai. O que está dentro: a parte trabalhista, fiscal e contábil, das quais a gente costuma cobrar, no fim do ano, o chamado décimo terceiro honorário, por conta da alta demanda.





O que um escritório contábil nunca pode deixar de fazer para o seu cliente?

Um escritório contábil nunca pode deixar de entregar as obrigações triviais para que foi contratado. Principalmente na parte pessoal e fiscal. É preciso entender a convenção coletiva, entender toda a legislação que envolve aquele cliente para não cometer nenhum equívoco em relação a piso salarial, hora extra, adicionais e etc. Na parte fiscal é preciso estar atento em relação a tributação, as questões de datas e vencimentos. É fundamental também não se equivocar no envio das

obrigações para que não haja nenhum tipo de notificação ou penalidade para o cliente. Então, é importante entregar o básico de forma correta para não perder o cliente.





Como a SS Parisi tem ajudado a sua empresa?

A SS Parisi é uma empresa extremamente inovadora, uma empresa que ouve os seus clientes, busca cada vez mais conhecimento dentro do segmento contábil para entender as dores do contador e aplicar no dia a dia. É uma empresa que busca simplificar os processos. A gente observa que a grande diferença da SS Parisi para as outras empresas de solução é exatamente a proximidade e a virtude de entender o problema do cliente. O Lance Ssimples, por exemplo, é uma solução totalmente inovadora e que simplifica o dia a dia da operação.

Em vez de algo complexo, a SS Parisi propõe a leitura de documentos, a categorização e o uso de tecnologia artificial para facilitar a rotina da empresa. Ela entende o nível de maturidade do empresário brasileiro. Ela resolve a folha de pagamento, a análise e pesquisa que antes o contador dependia de programas como o Excel. A SS Parisi para gente foi um grande diferencial e estamos completamente satisfeitos com a parceria. É uma empresa que estará entre as maiores do Brasil em soluções personalizadas para contadores nos próximos anos.

“ É uma empresa que busca simplificar os processos.