

Novo marketing é plural e exige diferentes habilidades

Ariane Maia (*)

Com o uso da tecnologia certa, é possível coletar dados, organizá-los e aplicar algoritmos para obter informações dos consumidores

Por outro lado, insights, mesmo quando oriundos de uma tecnologia impressionante, são trabalhosos de obter. Para alcançar o valor total dos dados, é preciso cercar-se de pessoas. Afinal, os dados relacionados a marketing são informações sobre pessoas e devem trabalhar a favor delas. Mesmo os sistemas mais poderosos exigem julgamentos humanos, o que significa que uma abordagem exclusivamente tecnológica não será eficaz.

Mas como envolver pessoas no processo de desenvolvimento de estratégias eficientes e inteligentes de marketing orientado por dados (data driven marketing)?

O case Target

Uma história bastante conhecida é a da rede varejista norte-americana Target. Em 2012, empresa identificou 25 produtos que, quando comprados em conjunto, indicariam que as mulheres provavelmente estariam grávidas. A partir dessa informação, seriam enviados cupons de desconto para a gestante em um período caro e delicado de sua vida.

A ação, no entanto, causou constrangimento a uma família. O pai de uma adolescente foi a uma das lojas Target trazendo e-mails que continham cupons de desconto e ofertas de roupas de maternidade, berços, fraldas e outros itens, todos endereçados à filha. Ele não estava nada contente, pois acreditava que a marca estava encorajando uma gravidez precoce. Até aquele ponto, ele não sabia que a adolescente já estava grávida.

A estratégia seria perfeita se, antes do envio de qualquer material, mais variáveis fossem envolvidas, como contexto, idade da mulher e tempo de gestação, por exemplo. Os dados sozinhos nunca contam toda a história.

O novo marketing

Cada vez mais, os executivos precisam ser capazes de fazer as perguntas certas e entender os resultados da análise de dados, inclusive o big data. A maioria dos profissionais de marketing escolhe a carreira porque gosta da energia, da dinâmica do trabalho. E essas pessoas costumam ter habilidades criativas, de planejamento e de gerenciamento de projetos. Contudo, aqueles que fazem parte desse novo mundo do data driven marketing precisam gostar de matemática, ciências e ter um perfil analítico. Além disso, hoje, as empresas buscam profissionais de exatas para manipular e analisar seus dados, este movimento se iniciou com as grandes instituições, mas é tendência de negócios para um futuro muito próximo.

Sobre a dinâmica do novo marketing, recentemente Philip Kotler afirmou:

"O Diretor de Marketing (CMO) deve gastar pelo menos metade do tempo em contratação e treinamento

dos profissionais. A outra metade do tempo deve ser gasta desenvolvendo um respeito mútuo com os outros diretores da empresa. Faça o que puder para ajudar o CEO a entender os potenciais e limitações do Marketing. Trabalhe em estreita colaboração com o Diretor Financeiro sobre formas de medir o ROI dos investimentos de Marketing tradicionais e digitais. Trabalhe com os gerentes de produtos e pessoal de Pesquisa e Desenvolvimento para compartilhar ideias sobre novas empresas promissoras que a empresa pode prosseguir".

Ou seja, o novo marketing é plural, envolve muitos dados, mas, principalmente, muitas pessoas com diferentes habilidades olhando para o todo.

War Room

Empresas preocupadas com resultados em tempo real já trabalham com o conceito de war room, ou sala de guerra, numa tradução livre. Mais um conceito que faz parte da ciência dos dados, consiste de uma sala de controle, com profissionais de diferentes áreas, que acompanham o desempenho do negócio, indicando possíveis crises e fazendo previsões de impacto em resultados, imagem e patrimônio. Alguns chamam este conceito de sala de performance e focam as atividades em desempenho direto de resultados financeiros. Neste sentido, algumas organizações financeiras têm saído na frente, pois contam com recursos e uma base gigantesca de dados.

A partir desta estrutura, podem sair insights, estratégias e soluções para uso dos dados. Cada profissional com sua expertise, tendo ideia do todo e, principalmente, tendo foco no cliente, que sempre deve estar em primeiro lugar, pois é o principal ativo de qualquer empresa.

Parceiros estratégicos

Resumindo, os dados sozinhos não se transformam em informação e não contam toda a história. Se uma empresa não sabe por onde começar ou não consegue estruturar ou organizar um projeto de utilização de seu dados, existem parceiros estratégicos que podem ajudar. O importante é construir um pensamento de negócios e se cercar de empresas e pessoas envolvidas, para transformar o ativo imobilizado (dados) em capital real.

A sensibilidade humana pode ser um segredo do sucesso: pessoas trabalhando para pessoas e olhando para suas histórias por meio do uso inteligente dos dados.

Fontes consultadas:
<https://www.forbes.com/sites/gregsatell/2015/10/02/has-our-faith-in-data-been-misplaced/#595ed60b6780>
<http://www.businessinsider.com/the-incredible-story-of-how-target-exposed-a-teen-girls-pregnancy-2012-2>
<https://www.mundodomarketing.com.br/entrevistas/37525/kotler-aponta-novo-papel-para-os-cmos-e-detalha-o-marketing-40.html>

(*) É diretora executiva da A² BI, é uma empresa que auxilia na estruturação do pensamento estratégico orientado por dados e acompanha todo o processo para viabilizar, desde a escolha de ferramentas tecnológicas até a análise.

Mercado de TI tem perspectivas de crescimento em 2018

Em 2017 houve um crescimento do setor de tecnologia da informação em todos os trimestres. Com base em uma pesquisa realizada pela ADVANCE Consulting, no primeiro trimestre de 2017 esse mercado apresentou 7.7% de crescimento comparado ao mesmo período de 2016

Renata Bassanetto (*)

A partir de abril, notou-se que as empresas de TI aumentaram o foco para vender seus produtos e serviços, enquanto outros setores esperavam o término efetivo da crise. Os clientes responderam ao apelo de vendas e compraram mais, o que levou o segundo trimestre a um crescimento de 6.3% comparado ao ano anterior. O setor continuou aumentando seus resultados no terceiro trimestre, apresentando 9.1% de crescimento.

A pesquisa realizada também demonstrou que esse trimestre teve o menor índice de refração de faturamento, com 35% das empresas entrevistadas crescendo acima de 15%. Além disso, o percentual de contratações foi maior que o de demissões. O crescimento estimado para este último semestre de 2017 está entre 7% e 8%. Um fato importante ressaltado pela consultoria de pesquisa é que as empresas que realizaram uma análise de mercado prévia para pontuar suas oportunidades e ameaças foram as que apresentaram maior taxa de crescimento.

Para o próximo ano, espera-se um novo aumento desse setor. Gartner já projetava um crescimento de 4% para o setor de tecnologia da informação em 2018. Em relação a valores, a estimativa é que os gastos globais das empresas com TI totalizem US\$ 3,7 trilhões em 2018 – um aumento de 4,3% em relação aos US\$ 3,5 trilhões estimados para 2017. A maior parte desses números é relacionada com software (projeção de crescimento de 8,5% em 2017 e mais 9,4% em 2018) e serviços de TI (4% de crescimento estimado para 2017 e 5,3% para 2018).



Além disso, outras projeções foram realizadas pelo Gartner quanto às tendências de tecnologia para 2018. O instituto estima um crescimento da Inteligência Artificial, com sistemas que aprendem, adaptam-se e atuam de forma autônoma para a tomada de decisões. Saber analisar com precisão os dados gerados a partir desses sistemas será cada vez mais necessário.

Outro assunto bastante comentado em 2017 continuará crescendo: a Internet das Coisas. Estima-se que em 2018 esses dispositivos sejam testados e analisados, para que até 2022 a maior parte deles já esteja automatizada.

Em relação à computação em nuvem, a projeção também é de crescimento. De acordo com um relatório publicado pela IDC, em 2018 haverá um crescimento de 40% nos investimentos para soluções em cloud na América Latina, onde o mercado brasileiro tem grande participação. Quando se trata de computação em nuvem, a segurança não é mais questionada. Hoje ela já está consolidada e bastante requisitada pelo seu custo, geralmente atrelado ao consumo. A nuvem está cada vez mais relacionada com análises e inteligência artificial, e seus sistemas automatizados para detectar comportamentos e corrigir falhas de sistemas e máquinas.

Como vimos, 2018 será ainda mais transformador. Contar com empresas que estão atualizadas e preparadas para seguir nessa transformação digital é primordial para que os negócios alcancem seus resultados com sucesso.

(*) É executiva da DBACorp.

Os benefícios do dinheiro virtual

O uso do dinheiro virtual vem crescendo cada vez mais e tem trazido alguns benefícios importantes.

Assim como o real ou o dólar, a bitcoin é uma moeda digital ou criptomoeda que vale e vale muito. Porém, bem diferente das moedas citadas já que ela não existe fisicamente, é totalmente virtual. Sua emissão não é controlada por um agente bancário ou Banco Central, ela é produzida de forma descentralizada por um algoritmo que limita a emissão desses bitcoins, permitindo que o número de bitcoins disponíveis no mundo não exceda a 21 milhões de unidades. Esse limite torna a moeda escassa o que faz com que sua cotação seja flutuante e variável conforme a demanda por ela. A segurança nas transações de compra e venda ainda é um dos entraves para a adesão de novos usuários e empresas. Para realizar as transações é necessário usar uma infraestrutura de terceiros, ou seja, uma infraestrutura que já exista e que seja "emprestada" por usuários conectados à rede e que permitam o uso de sua estrutura - "mineração de dados" – e que são remunerados em bitcoins pelo número de transações realizadas. Esse processamento pode ser feito por qualquer pessoa, até mesmo de sua casa, entretanto a remuneração por esse processamento das transações é muito baixa.

O número de brasileiros que usam bitcoins pode chegar a um milhão até o fim do ano. Essa é a estimativa de Marcelo Miranda, diretor-executivo da FlowBTC, uma plataforma de negociação de moedas digitais. Ele participou da primeira audiência pública promovida pela comissão especial da Câmara dos Deputados. Segundo Miranda, hoje entre 200 mil e 250 mil pessoas têm ou já tiveram moedas virtuais no Brasil.

Centenas de milhares de estabelecimentos em todo o mundo já permitem que o consumidor pague suas compras com o bitcoin. Em breve, outras moedas também deverão começar a ser aceitas. E existem grandes benefícios em utilizar o dinheiro virtual. Listamos alguns:

Maior privacidade para seus pagamentos e transações: provavelmente uma das principais vantagens do dinheiro digital é que



os dados pessoais não são requisitos para uma transação. Basta informar a quantia, o remetente, o destino e pronto! Assim é quase impossível, ou pelo menos bem mais difícil, que alguém exponha suas informações.

Você é quem controla o seu dinheiro: As moedas virtuais operam por meio de um processo descentralizado, sem uma empresa que seja dona ou controladora da movimentação. Você é quem controla o

seu capital. Isso é possível porque usa o modelo de computação ponto a ponto que trabalha com uma rede de bancos de dados espalhados pelo mundo, eliminando os conhecidos problemas causados pela centralização de informações.

Tarifas mais baixas, velocidade maior: Para começar, as carteiras de bitcoins, por exemplo, não cobram qualquer taxa para armazenar seu dinheiro. Mesmo que você prefira utilizar outras moedas virtuais e empresas que cobram pelo serviço, ainda assim poderá transferir dinheiro e realizar pagamentos em questão de minutos sem os impostos que incidiriam nas transações regulares dos bancos.

Acessibilidade sem precedentes: Basta ter um dispositivo conectado à internet para que você comece a aproveitar todas as vantagens que as moedas virtuais têm a oferecer. Mais de 100 mil comerciantes em todo o mundo já aceitam receber em bitcoins, segundo estimativa do International Business Times.

Transfira dinheiro para todo o mundo sem taxas de conversão: Por que pagar por um serviço que você tem o direito de obter de graça? Com os bitcoins é possível mandar dinheiro para outras pessoas, filhos em viagens parentes que precisam sacar dinheiro em moedas locais de onde estão viajando em segundos, sem qualquer custo. Nas viagens internacionais você pode usar os bitcoins para realizar as compras sem, por exemplo, o Imposto sobre Operações financeiras (IOF) que atualmente é de 6,38%.

(Fonte: Walter de Mendonça é professor do IBTA. Graduado em Economia, com MBA em Gestão Empresarial e Mestrado em Administração).

Compras de Natal: 61% das pessoas usam e-commerce para se autopresentear

Neste Natal, os brasileiros estão direcionando suas compras através da internet a produtos de uso pessoal. É o que mostra um novo estudo com compradores online divulgado, hoje, pela Rakuten Digital Commerce, empresa de soluções para comércio eletrônico. De acordo com a pesquisa, 61% das pessoas pretendem comprar ou já compraram seu próprio presente neste Natal, contra 37% que declaram ter comprado algo ou ainda têm intenção de comprar produtos para presentear alguém. Entre os entrevistados, a terceira resposta mais frequente sobre qual seria a finalidade do presente de Natal, foi a de comprar artigos para incrementar a decoração da casa para a data (10%).

A pesquisa também confirmou a força do mobile para o varejo digital. Mais de 26% das compras devem ser feitas em lojas

online pelo celular e 21% por aplicativos. Mesmo assim, 37% ainda optarão por finalizar seus pedidos no desktop ou no notebook. Para o diretor comercial da Rakuten Digital Commerce, Luis Pelizon, é comum que as pessoas tomem a decisão de compra no celular, mas que usem o desktop para concluir-la. "Isso acontece porque ainda há muitos sites não-responsivos esse fator dificulta a finalização da compra pelo celular. Por outro lado, vemos um movimento grande de lojistas que já acordaram para a relevância dos dispositivos móveis e estão investindo nessas plataformas", comenta.

Quanto a valores, grande parte dos compradores aponta um comportamento mais conservador. Segundo o levantamento, 34% esperam gastar até R\$ 100 nas compras. Na sequência, vêm os que pretendem

tirar de R\$ 101 a R\$ 300 (22%) do bolso e, com um salto maior, aqueles que devem investir mais de R\$ 2 mil (16%). A forma preferida de pagar nesta época deve ser à vista no boleto bancário (24,26%) e, na sequência, por cartão de crédito parcelado (22,97%) e à vista (22,83%). É um indicador interessante para observarmos que, neste ano, o brasileiro aproveitou os descontos e benefícios de se pagar à vista, além do costumeiro pagamento parcelado que sabemos ser um dos favoritos do consumidor", acrescenta Pelizon.

As categorias mais desejadas pelos compradores, segundo a pesquisa, foram "Calçados, Roupas e Acessórios", que respondeu a 29,61% das respostas, "Celular e Informática" (24,97%) e "Livros, Músicas e Vídeos" (24,22%).

News @TI

Livraria Cultura é a nova proprietária da Estante Virtual

A Livraria Cultura anuncia a compra da plataforma online Estante Virtual, líder em marketplace de livros na América Latina. Criada em 2005 pelo empresário carioca André Garcia, a Estante Virtual inovou ao se apresentar no mercado como um portal de venda de livros novos, seminovos e usados – incluídos os raros e esgotados –, conectando de forma inédita sebos, livreiros e leitores de todas as regiões do País. Do ponto de vista de conceito do negócio, a plataforma transformou-se num importante instrumento de bibliodiversidade ao fazer chegar livros de todos os gêneros aos destinos mais remotos do país (www.livrariacultura.com.br).