



Quatro passos para não afundar sua agência digital

Tiago Magnus (*)

Os números para agências digitais nunca foram mais otimistas.

Segundo o Panorama de Agências Digitais 2018, desenvolvido pela Resultados Digitais e a Rock Content, 92,3% das agências oferecem serviços de Marketing Digital e pretendem investir mais neste mercado

O estudo relevou ainda que 64,1% das agências se mostram otimistas para os próximos anos, pois afirmam que há muito mercado para serviços de Marketing Digital.

Porém, em um universo tão positivo, o que pode dar errado? Na verdade, tudo. Um número cada vez maior de empresas está optando por realizar sua comunicação de forma interna e cada vez mais empresas de consultoria estão surgindo. E para que as agências de marketing não percam clientes, serão necessários seguir alguns passos:

1 - Fuja do oceano vermelho

A alta rotatividade e os baixos números de clientes recorrentes, assim como baixos tickets médios, mostram que os resultados das agências não têm sido bons. Nesse caso, o problema é que todos estão oferecendo os mesmos serviços e buscam mais e mais clientes para oferecer, novamente, os mesmos serviços. Indo mais além, tentam vender a mesma coisa utilizando, inclusive, a mesma proposta comercial que todo o mercado utiliza, sem mudar uma vírgula no escopo dos serviços ofertados.

Marketing digital, marketing de conteúdo, publicidade digital: todos se mostram experts nestes e em tantos outros assuntos. Os clientes, conhecendo o otimismo do setor, querem ser os grandes cases dessas agências. Mas aí os meses passam, o resultado não vem e os clientes deixam de ser recorrentes. O próximo passo da empresa é, claro, procurar uma concorrente para enfim terem suas metas batidas. O serviço vendido nem sequer abraça todo o problema, mas foi vendido como a solução final e gera frustração, assim como aconteceu com a agência anterior. O cliente, por fim, irá migrar para um formato de agência in house.

Entender qual a expertise da agência, investir nela e saber como vendê-la ao mercado em que atua será fundamental nesse mundo disruptivo. Destaque para a questão de saber vender sua agência porque muita gente nem sequer faz para si mesmo o que oferece para os clientes. Com isso, treine os colaboradores da agência para se tornarem talentos digitais. Esqueça o papo de contratar as estrelas do mercado: estrelas não são escaláveis, são apenas uma explosão de ego.

2 - Navegue outros mares

A enorme migração de cliente para in house, acontece justamente quando a empresa não encontra na agência o retorno que esperava. O trabalho entregue, sendo bom ou não, não se paga se, no fim do mês, o cliente não vender mais. O que precisa ser feito é trabalhar em conjunto e os setores entender, de fato, qual a solução necessária. Muitas vezes, os problemas estão na cultura, na aceitação de novas ferramentas, na abordagem aos leads e clientes recorrentes, nos processos em si.

O papel da agência é identificar o que a empresa precisa melhorar em vendas, em pós vendas, em produto, etc. O trabalho vai além de indicar uma solução: é necessário

orientá-la a repensar o modelo de negócio para que funcione como funcionam as empresas que se destaca, e não como uma empresa dos anos 90.

Oferecer esse tipo de serviço, que muitas vezes não está diretamente relacionado ao marketing, não fará com que o cliente agradeça por tudo e vá procurar soluções em empresas de consultoria. Pelo contrário, fará com que seja estabelecida uma relação de confiança e que ele acredite no potencial da agência para ir além do escopo comum. Focar no problema real que o cliente enfrenta é colocá-lo no core-business.

03 - Entenda o que é onda e o que é tsunami

Como vimos, grande parte das agências não está sabendo desenvolver um trabalho de qualidade, que agregue valor à vida dos consumidores: está aplicando serviços de marketing de conteúdo para clientes que não precisam, em mercados que não o comportam; quando finalmente encontram o cliente de ouro, não entregam resultado. E, mesmo assim, todas se vendem como a solução final para todos os problemas do cliente.

É justamente neste cenário nebuloso que entra a Transformação Digital. Ela, sim, é a solução completa. Um tsunami que ninguém pode parar, porque ela não depende dos players do mercado: ela é forte o suficiente para se desenvolver e disseminar sozinha, tanto no mundo corporativo quanto na sociedade em si. Já faz parte da rotina das agências um sem-número de inovações trazidas pela Transformação Digital.

Agora, cabe a elas trazer tudo que há de novo para dentro das empresas. Monopolizar todas essas ferramentas para si não é ter vantagem em relação à expertise do cliente e muito menos colocá-lo no foco do negócio. Fazer parte da Transformação Digital é o primeiro passo. Levá-la para dentro da empresa do cliente é o que vai te destacar neste mercado cada vez mais povoado por agências digitais.

4 - Be water, my friend

Se tentarmos enxergar as startups como um modelo de negócio, vamos descobrir que, na verdade, elas não são um modelo em si, mas sim diferentes modelos sendo aplicados de formas inovadoras. Ou seja, se entendermos o conceito de Startup como um mindset a ser aplicado às agências, buscando inovação constantemente, aí sim estamos falando de evolução, de Transformação Digital. Estamos falando de abrir os horizontes, de não se prender ao formato de trabalho definido há anos por grandes players do mercado de comunicação, de colocar o cliente no centro das atenções e entender o que ele precisa hoje e o que vai precisar amanhã.

Adaptação é a palavra chave e o primeiro passo para aderir a ela é enxergar como a cultura da agência tem um papel de destaque neste processo. Se vender de cool nas redes sociais é fácil; ter uma cultura que faz seus colaboradores se sentirem abraçados, motivados e caminhando para um propósito comum é outro papo.

Essa cultura da agência precisa estar presente em todos os setores, em cada reunião, em cada entrega – e, claro, na divulgação da agência para o mercado e para os profissionais. Dessa forma, todos estarão alinhados, os colaboradores serão propagadores do trabalho que realizam e, assim, a agência vai chamar atenção de novos talentos do mercado, além de atrair novos clientes que, mesmo de longe, já terão entendido como a agência entrega resultado.

(*) É CEO & Founder do TransformaçãoDigital.com.

Certificação Digital, um universo de uso crescente

O mercado da certificação digital durante muitos anos esteve atrelado aos chamados cumprimento de obrigações com o governo

Maurício Balassiano (*)

Para tornar o sistema mais eficiente e menos sujeito às fraudes e sonegações, as muitas prestações de contas, envio de relatórios e informações e os pagamentos de tributos de uma empresa passaram a ser feitos por meio desse instrumento. Acontece que, desde 2001, quando foi criada a Infraestrutura de Chaves Públicas (ICP-Brasil) e se deu início ao surgimento das empresas certificadoras, muita coisa mudou. Aos poucos foram sendo agregadas outras funções para o certificado digital. Isso foi algo que cresceu muito nos últimos tempos e, hoje, essa infraestrutura permite às empresas de todos os portes adotar a certificação digital como ferramenta indispensável do dia a dia, para eliminar papéis, cortar caminhos da burocracia, reduzir custos e tornar-se mais eficiente.

Depois de tantos anos, é possível afirmar sem sombra de dúvidas que a certificação digital tem um amplo caminho de expansão pela frente. Afinal de contas, vivemos num mundo movido pela novidade das tecnologias e o Certificado Digital é a identidade digital de pessoas jurídicas e, também, cada vez mais, das pessoas físicas. Nós da Serasa Experian, habituados em captar e processar dados e informações ao longo de 50 anos, com toda a credibilidade que nos cerca e nos dá uma reputação sem precedentes, há muito entendemos que é muito interessante o caminho da assinatura digital e do uso do certificado por parte das empresas, não apenas para o cumprimento das obrigações. Nossas equipes estudam a fundo todo o tempo os processos de muitos conglomerados e a partir disso montamos um conjunto de medidas customizadas que pode tornar a operação bem mais fácil, eficiente e, o que é melhor, com controles mais rígidos.

A partir da utilização da assinatura digital que o Certificado Digital permite, é possível rapidamente implantar uma nova cultura empresarial. Desde o controle de acesso na entrada da empresa ou em determinados departamentos, à manipulação de estoques, relacionamento com fornecedores e clientes, tudo pode ser feito de forma segura e sem o uso de documentos físicos, em papel. Montagem de planejamentos, gestão financeira, elaboração e assinatura de contratos, tudo se torna mais simples e objetivo. De um complicado plano estratégico ao simples envio de um email tudo pode passar a ser regulado pela Certificação Digital, que permite rastrear a qualquer tempo e identificar o autor ou autores de todas as ações dentro de uma companhia.

Esse controle absoluto permite eliminar gargalos e desperdícios. Acaba a necessidade de se manter arquivos físicos e espaços para a guarda de documentos. Elimina-se o deslocamento e contratação de mensageiros para a assinatura de documentos e contratos, assim como a necessidade e o custo de cópias autenticadas e reconhecimento de firmas. Mais que tudo isso, reduz-se a burocracia própria nos relacionamentos empresariais e públicos, a vida fica mais fácil e permite aos conglomerados a dedicação integral à atividade core.

Neste mês, a Serasa Experian está completando 50 anos e para nós poder dizer que somos especialistas em lidar com dados, num ambiente totalmente seguro, chega a ser redundante por nossa reputação, ao mesmo que é um privilégio e uma grande vantagem em termos de relacionamento empresarial. Essa reputação é que nos move cada vez mais em buscar mecanismos corretos e seguros. Por isso passamos a oferecer esse pacote de ações para empresas que, como nós, estão dispostas a olhar para o futuro de outra forma. Os relacionamentos e a forma de produzir estão mudando e é preciso que haja a adequação a esse novo momento.

Segundo pesquisa recente da Associação Nacional de Certificação Digital, as empresas que respondem por mais de 70% do Produto Interno Bruto utilizam a certificação digital. Boa parte delas, naturalmente, o fazem para o cumprimento das obrigações fiscais. Muitas, no entanto, como vários de nossos clientes, já se deram conta de que estamos diante de uma possibilidade infinita de utilizações, capaz de revolucionar em pouco tempo a forma de atuar e produzir. Por isso conceitos estão sendo revistos.



Um bom exemplo nesse sentido se deu no Poder Judiciário. No início, há mais de uma década, era preciso explicar muito como funcionava a certificação, pois todas as esferas da Justiça tinham dúvidas e desconfiavam em relação à aplicação desse instrumento no dia a dia. Hoje, é inconcebível que um juiz, promotor ou advogado ignore a forma de atuar no meio virtual. Todos os processos e as decisões decorrentes foram digitalizadas e cada profissional atua com maior celeridade graças à sua identidade digital, ao Certificado Digital.

Outro segmento que tem crescido rapidamente nesse sentido é o voltado aos profissionais da saúde, por meio de hospitais e clínicas. Com a adoção dos prontuários eletrônicos, que permitem acompanhar todo o histórico do paciente e seus tratamentos e medicações de forma segura, rápida e prática, a classe médica se dá conta que o processo se torna mais confiável, que o sistema permite acessar os casos de seus pacientes de qualquer parte. Isso os torna mais eficientes e lhes dá mais tempo para especializações e participação em congressos.

Se pararmos para pensar, todo mundo usa a internet e tem acesso fácil às tecnologias que permitem esse acesso, sejam computadores, smartphones, tablets. Por conta disso, cada vez mais o certificado digital agrega pessoas e seus trabalhos a empresas e entidades privadas e públicas. Vislumbramos, e já temos cases de sucesso nesse sentido, a utilização da Certificação Digital para a condução de todo tipo de negócio, dos microempreendedores virtuais aos grandes grupos empresariais, para facilitar a condução das atividades, os controles e a comunicação. A partir de julho, por exemplo, o eSocial será exigido a um rol de muitas empresas por parte do governo. Imaginamos um universo em torno de 20 milhões de novas companhias de todos os portes que passarão a ter de entregar o eSocial. Para isso, terão de adquirir um Certificado Digital. Porque não aproveitar o momento, se enfiar e ampliar o uso, implantar uma ferramenta que permite reduzir custos e, o que é melhor, atuar em níveis de segurança altíssimos, livre de invasões e fraudes, que só a Certificação Digital permite, por meio da criptografia, da biometria, das chaves assimétricas pública e privada.

(*) É diretor de Certificação Digital da Serasa Experian.

Black Mirror: tecnologia e o futuro da saúde

Ouvimos com frequência que inovações tecnológicas de todos os tipos permitirão aos humanos viverem quase eternamente sem sofrimento: sementes mágicas como os grãos de feijão da história infantil, que vivem sem água e são terapêuticos; comprimidos coloridos que prolongam a vida além dos 200 anos; terapias genéticas que combatem o câncer; implantes cerebrais que nos permitem transcender por milhares de anos, impedem nossa morte e transferem nossa consciência para uma nuvem em servidores virtualizados. Esperamos viver em uma espécie de capítulo da série Black Mirror, mas como se fosse produzida pela Disney e tivesse como protagonistas o Mickey Mouse e talvez o Professor Pardal, inventor da família Patinhas, muito bondoso e doce.

No entanto, de vez em quando, esse capítulo nos mostra sua face menos amigável. Por exemplo, podemos citar o sonho de uma empreendedora de São Francisco de realizar exames de saúde com uma picada no dedo e que se revelou um golpe (caso de Theranos). Ele nos mostra que o ditado do Vale do Silício "Mostre-se confiante até que você esteja, de fato, confiante" não pode e não deve ser usado em questões de saúde. Os regulamentos são severos, e não se pode construir uma empresa de biotecnologia sem especialistas, ainda que a pessoa seja egressa da Universidade de Stanford ou do MIT.

Outra notícia menos divulgada foi a quebra da associação entre o MIT e a Nectome, empresa que afirmou que poderia transferir o conteúdo da mente de doentes terminais para um computador. O principal problema desse caso foi a mensagem exagerada de esperança que a empresa anunciou, dizendo que teria a capacidade de manter a consciência de indivíduos. Mais uma vez, o excesso de expectativas em torno de um projeto envolvendo algo tão delicado como a vida de uma pessoa e seus entes queridos colocou acadêmicos em alerta.

Apesar dessas incursões no universo obscuro da série Black Mirror, todos nós queremos que a tecnologia nos permita fazer mais e melhor com menos recursos, especialmente em termos de questões relacionadas à saúde. Muitos dos desafios da OMS (Organização Mundial de



Saúde) têm a tecnologia como única esperança de melhora universal no curto prazo.

A saúde pública universal precisa de recursos que apenas a tecnologia pode oferecer. Medidas como triagem virtual usando inteligência artificial, realizada a partir da casa dos pacientes tornariam mais eficientes o direcionamento das pessoas até os recursos de saúde existentes. Poderiam ser realizadas consultas online de forma ordenada, sem períodos de espera infundáveis.

O Nacional Health Service (NHS) do Reino Unido está dando seus primeiros passos com o aplicativo Babylon Health que promove um seguro e efetivo atendimento no cuidado com os pacientes. Em questões de prevenção e acompanhamento de pacientes crônicos (incluindo saúde mental), o atendimento remoto tem muito a oferecer. Populações com idades mais avançadas certamente precisarão de assistentes e cuidadores digitais incansáveis e empáticos, no mais puro estilo Big Hero 6, da Disney.

Muitas vezes, os exemplos do Black Mirror são mencionados para desencorajar a inovação no campo da saúde. Fala-se de sabotagem cibernética, quando se trata de falta de manutenção de versões do software por redução de custos ou ineficiência. Fala-se também de problemas de proteção de dados, quando na realidade cabe a nós, como cidadãos, assumir o controle sobre nossas informações e, portanto, decidir se queremos participar de estudos clínicos e testar novas terapias. Fala-se também da falta de evidências em relação à validade clínica do eHealth, impondo obstáculos à saúde digital em larga escala, em vez de começar a trabalhar para testá-lo.

É fácil e barato apontar desculpas para que tudo fique como está. No fundo, todos dizem que mudanças são necessárias, mas ninguém quer mudar. No entanto, todos sabemos que essas tão esperadas mudanças virão. Afinal, as histórias da Disney sempre têm um final feliz.

(Fonte: Dr. Frederic Llordachs Marqués é cofundador e sócio da Doctoralia, plataforma líder mundial que conecta pacientes e profissionais de saúde).



News @TI

Huawei lança solução de 4.5G para a indústria de energia

A Huawei lançou durante a CEBIT, uma das maiores feiras de tecnologia do mundo, uma solução baseada em 4.5G de eLTE, que inclui agregação de espectro e orientação para a chegada do 5G. A solução é capaz de entregar diferentes serviços de Internet das Coisas para companhias de energia, oferecendo baixa latência, alto poder de conectividade e consumo de energia reduzido. A Huawei desenvolveu a solução para superar os obstáculos das soluções de redes de banda estreita e poder suportar o desenvolvimento de novas tecnologias de IoT. Agregando alguns dos recursos das redes tradicionais, a solução possui baixa latência de 20ms, transmissão de dados de Mbit/s e consumo de energia de 0.15W, aprimorando a eficiência do espectro, capacidade e performance das redes (https://www.huawei.com/br).

Westcon é Parceiro do Ano da Microsoft no Brasil

A Westcon Brasil, integrante da Westcon-Comstor Americas, distribuidor dos mais expressivos fabricantes globais de soluções de TI para redes, colaboração, segurança e data center, foi reconhecida pela Microsoft como Parceiro do Ano no Brasil, além de ser premiada com o Indirect Provider Award na América Latina e região do Caribe. Os prêmios serão entregues durante o Microsoft Inspire que se realiza em Las Vegas entre os dias 15 e 19 de julho. Com o prêmio Parceiro do Ano no Brasil, a Westcon Brasil conquista seu lugar entre os principais parceiros da Microsoft em todo o mundo, e isso se deve à capacidade que demonstrou de criar e implementar soluções baseadas em tecnologia Microsoft. Entre os parceiros de toda a América Latina e Caribe, a Westcon Brasil se destacou pelos resultados que vem obtendo em sua caminhada rumo à transformação digital (https://partner.microsoft.com/en-us/inspire).