



Assinatura de serviços é coisa do passado

Piero Contezini (*)

A economia da assinatura (ou assinatura) não é uma novidade

A diferença está nos produtos que estão sendo vendidos nesse modelo. Quem imaginou que seria possível comprar lâminas de barbear desta forma? Ou ainda que softwares, que antes custavam centenas de milhares de reais, poderiam ser utilizados por uma fração disso por mês? Os benefícios são claros para o usuário final: ao invés de um custo inicial grande, amortizado pelo tempo, as empresas passaram a cobrar menos na entrada em troca do faturamento recorrente, um negócio extremamente interessante para ambos os lados.

Por anos se falou que isto seria a solução padrão para a aquisição de praticamente tudo no futuro, quando mensalidades baixas dariam acesso a carros, casas e outros produtos com alto valor agregado. Eu mesmo fui um entusiasta das assinaturas por muito tempo. Acontece que a oferta de serviços mudou e hoje, para assistir televisão, tenho assinaturas do Netflix, Amazon Prime e Hulu. As ofertas são exatamente iguais, mas o conteúdo é diferente e o que antes era uma solução perfeita para os meus problemas gerados pela falta de TV a cabo, exige que eu assinasse cada vez mais plataformas, diminuindo a economia. Isso está acontecendo também com meus hábitos musicais, pois para poder ter acesso a todo o conteúdo que desejo, tenho que assinar Apple Music e Spotify, gastando em dobro em algo que não uso tanto assim.

Afinal, quem paga essa conta? Eu sou um usuário eventual de Netflix, assisto cerca de uma hora por dia, mas sou obrigado a pagar a mensalidade para que usuários que assistem muito mais tempo possam usar da mesma forma e a empresa consiga pagar suas contas, dar resultado e continuar inovando. Isso não parece um socialismo

disfarçado na economia do século 21? Porque eu tenho que pagar para que alguém fique assistindo TV o dia inteiro? Ou ainda usar alguns dos aplicativos que assino apenas uma vez por mês mas pagar a mesma coisa que alguém que usa todo dia? Este modelo beneficia o usuário assíduo em detrimento do usuário eventual. Nunca vou me esquecer dessa frase: duas pessoas comeram dois frangos, uma comeu os dois e a outra passou fome. O modelo de assinaturas nada mais é do que isso: a média de todos os usos. E se, ao invés de eu pagar os R\$ 30 do Netflix todo mês, pudesse pagar alguns centavos por hora assistida sempre que usar? Assim poderia ter contas em todos os provedores de conteúdo existentes, e poderia me beneficiar de cada um à medida que desejasse. Não seria mais justo?

Esse modelo chama-se transacional ou pay-per-use. Empresas realmente inovadoras como Uber, Airbnb e Amazon Web Services são exemplos. A verdade é que até alguns anos atrás, a infra-estrutura de pagamentos necessária para suportar microtransações não estava pronta, e o uso das assinaturas foi o meio que as empresas encontraram de criar um modelo rentável e escalável de produtos inovadores. Eu até acredito que ambos ainda irão existir por muito tempo, mas as empresas que conseguem esquecer a necessidade da receita recorrente previsível em prol do modelo transacional, estarão mais alinhadas com a grande oferta de novos serviços das próximas décadas, quando o diferencial estará menos evidente. Pense nisso antes de criar o seu novo serviço. Ainda que a recorrência pareça perfeita para garantir sua receita, ela gera uma barreira para quem já possui soluções similares, o que pode inviabilizar o ganho de escala em mercados mais competitivos.

(*) É empreendedor, fundador e CEO da Asaas (e-mail: piero@asaas.com.br)

Quero vender online, preciso investir em e-commerce?

Não, você não precisa necessariamente ter um e-commerce para vender um produto online. Se você é um pequeno ou médio empreendedor, as redes sociais podem ser uma saída mais econômica e eficiente para o seu negócio

Ana Tex (*)

A cada dia, surgem novas ferramentas nas redes sociais. Muitas delas direcionadas para vendas online em razão dessa tendência de se consumir cada vez mais pela internet, com apenas um clique no smartphone. E já que mais de 93 milhões de brasileiros estão online nas redes sociais, por que não aproveitar para vender algo a eles?

Estudos já revelam que as redes sociais assumiram um papel importante nos novos padrões de consumo. A previsão, de acordo com um estudo do banco Barclays, é que até 2021, 41% dos consumidores sejam influenciados pelas redes sociais, ou as usem para realizar compras.

Mas é importante salientar que o segredo para o sucesso estará, inicialmente, na estratégia que você vai utilizar para atrair vendas e no esquema de atendimento ao cliente e de logística para que todo o processo de venda aconteça sem nenhum erro.

Um ponto importantíssimo é passar credibilidade ao consumidor, de forma que ele tenha segurança no produto que estará



consumindo pela rede social. Ele tem de saber se o produto ofertado é realmente como ele pensou que fosse. Por isso, nos meus cursos e palestras, costumo orientar meus alunos sobre a importância de se achar meios para mostrar cada detalhe do produto oferecido ao seu público alvo. Vídeos, lives, fotos mais aproximadas, disponibilizar medidas e mostrar semelhanças servem como método para orientar o cliente sobre o produto que está consumindo.

Outro fator indispensável para quem pretender vender pelas redes sociais é mostrar que se trata de uma empresa séria e que o consumidor não será enganado após efetuar o pagamento. Depoimentos e fotos postadas por clientes e um atendimento eficiente podem fazer a diferença na hora da decisão de compra.

Para finalizar, quero que saiba que ter o seu próprio negócio nunca se tornou tão fácil com as ferramentas oferecidas pelas novas mídias. Para começar na direção certa, você só precisa conhecê-las e traçar uma estratégia adequada para o seu produto. Para receber algumas dicas gratuitas ou tirar dúvidas sobre o seu negócio online, me siga no Instagram e Facebook.



Empresa lança modelo online de franquia

Ter um site pode aumentar a visibilidade de qualquer negócio, mas trabalhar hospedando e criando sites pode ser um grande negócio. O novo modelo de negócios desenvolvido pela empresa de hospedagem, através de um sistema de franquia, irá compartilhar com o franqueado todo o conhecimento adquirido em mais de 15 anos de atuação no mercado de Internet, infraestrutura, sistemas e marketing digital com uma metodologia de trabalho testada e comprovadamente rentável.

Um negócio próprio é um dos maiores desejos dos brasileiros, trabalhar com Internet é um objetivo para milhares de profissionais, foi isso que levou a Hostnet para o franchising. Segundo Kauê Linden, diretor de marketing da Hostnet, a meta inicial é de atingir 30 unidades regionais ainda em 2017, mas há um cenário onde existe espaço para cerca de 200 unidades nos próximos dois anos.

"O objetivo da Franquia Hostnet é desenvolver um modelo de negócio lucrativo e que atenda as necessidades do mercado levando conveniência e facilidade para quem deseja empreender na web", afirma o executivo.

A Hostnet permite que o franqueado atue em um formato home-based, ou seja, sem precisar de um ponto comercial. Ele poderá ofertar os serviços em nome da Hostnet dentro das empresas, atuando em oportunidades voltadas para aqueles que precisam de serviços web, marketing, consultoria, suporte, treinamento e demais serviços. Os clientes da Hostnet são micro, pequenas e

médias empresas que precisam de sites, serviços de e-mail, lojas virtuais e assessoria de marketing digital. Mais informações sobre a novidade podem ser conferidas direto no site da Hostnet em <https://www.hostnet.com.br/seja-uma-franquia-hostnet/>.

Oportunidade na área de hospedagem de sites no Brasil

Segundo o Sebrae Nacional, há mais de 11 milhões de microempreendedores individuais, micro e pequenas empresas no Brasil. Por outro lado, de acordo com informações do Registro.br - órgão responsável pelo registro de sites .com.br - há cerca de 4 milhões de domínios registrados. Isso quer dizer que mesmo num cenário onde cada domínio represente uma empresa com site, ainda há aproximadamente 5 milhões de empresas sem uma página virtual. Ou seja, pelo menos, 7 em cada 10 empresas não tem site.

Franquia x não-franquia

Uma pesquisa realizada pela Sebrae aponta que enquanto 80% das micro e pequenas empresas fecham as portas nos cinco primeiros anos, no mercado de franquias o percentual é de 15%. Ainda no primeiro ano, a perspectiva de fechamento é de 30% para novos empreendimentos - 10 vezes mais do que os fechamentos de franquias.

Um dos principais motivos dessa estatística é o fato de que o franchising oferece um sistema estruturado, fundado na experiência adquirida durante anos de trabalho. Na verdade, a ideia de transformar o empreendimento em franquia está no objetivo

de querer ampliar e expandir negócio. Isso quer dizer que o empreendedor só terá interesse real em ampliar a sua empresa, quando houver uma solidez estrutural e financeira.

Perfil do empreendedor de franquia

O alto nível de desemprego, que atinge mais de 12 milhões de brasileiros, segundo dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), abriu as portas do mercado nacional para o segmento das microfranquias, que têm o investimento inicial médio de R\$ 54.464. A maioria dos que optam por esse tipo de negócio (72%) garante um retorno do valor aplicado em até 18 meses, afirma um estudo divulgado pela ABF (Associação Brasileira Franchising). A associação afirma que o País tinha 557 marcas com unidades de microfranquias em 2016.

Investimento inicial e retorno do investimento

A taxa inicial de franquia no valor de R\$ 17.500,00 é paga uma única vez. Ao longo de dois anos, vendendo e desenvolvendo dois clientes de Site Pronto WordPress por mês o franqueado terá uma carteira de 46 clientes e renda mensal estimada de R\$ 5.300,00, com um lucro acumulado de R\$ 78.000,00 em 24 meses.

Nos pacotes combinados que incluem: a criação de sites, hospedagem e manutenção, a lucratividade fica entre 50% e 70% dependendo do preço que o franqueado operar, já descontando todas as taxas como impostos.

News @TI

ESALQ abre inscrições para concurso Ciência para a Paz

@A Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz (USP/ESALQ) abre as inscrições para o Desafio "Ciência para a Paz". A iniciativa integra o projeto temático, de mesmo nome, que tem como base a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável, que norteia ações e programas das Nações Unidas e de seus países membros rumo ao desenvolvimento sustentável, e com o foco em princípios de ciência e de cidadania. (Acesse o site do Projeto: <http://www.esalq.usp.br/cienciaparapaz/>). O Desafio está formatado como concurso, nas categorias "Frases", "Fotos" e "Tirinhas", e conta com apoio da Prefeitura do Campus USP "Luiz de Queiroz", do Centro de Energia Nuclear na Agricultura (CENA) e Centro de Tecnologia da Informação "Luiz de Queiroz" (CeTI-LQ). As inscrições poderão ser realizadas pela internet até 31 de agosto de 2017.

NVIDIA lança plataforma de placa de vídeo Volta

@A NVIDIA anuncia Volta™ - a arquitetura de computação de placa de vídeo mais poderosa do mundo, criada para impulsionar a próxima onda de avanços em inteligência artificial e computação de alto desempenho. A empresa informa também a chegada de seu primeiro processador baseado em Volta, a placa de vídeo de data center NVIDIA® Tesla® V100, que traz extraordinária velocidade e escalabilidade para a inferência e treinamento de AI, bem como para acelerar HPC e cargas de trabalho de gráficos.

Plataforma Edge-to-Cloud Metropolis para análise de vídeos

@A NVIDIA anuncia a plataforma de análise de vídeo inteligente da NVIDIA Metropolis™. A Metropolis torna as cidades mais seguras e inteligentes aplicando deep learning a transmissões de vídeo para aplicações como segurança pública, gerenciamento de trânsito e otimização de recursos. Mais de 50 empresas parceiras da NVIDIA para cidades de AI já estão oferecendo produtos e aplicativos que usam deep learning em placas de vídeo, muitos dos quais estiveram em exibição esta semana na GPU Technology Conference.

NVIDIA treinará 100 mil desenvolvedores em deep learning em 2017

@Para atender à demanda crescente por especialização no campo de AI, a NVIDIA (NASDAQ: NVDA) anuncia que planeja treinar 100 mil desenvolvedores este ano, um aumento 10 vezes maior em relação a 2016, por meio do NVIDIA Deep Learning Institute. A empresa especializada em análises IDC estima que 80% de todos os aplicativos terão um componente de AI até 2020. O NVIDIA Deep Learning Institute fornece aos desenvolvedores, cientistas de dados e pesquisadores treinamento prático sobre o uso das mais recentes ferramentas e tecnologia da AI. Além dos workshops conduzidos por instrutores, os desenvolvedores têm acesso sob demanda ao treinamento sobre a tecnologia de deep learning mais atual, usando software da NVIDIA e as instâncias de alto desempenho na nuvem de placa de vídeo EC2 P2 da Amazon Web Services (AWS).

Jogo brasileiro lança site com countdown misterioso

A Among Giants, produtora brasileira de jogos digitais, anuncia contagem regressiva de dez dias para divulgar mais novidades sobre o Distortions, jogo que está sendo desenvolvido há 8 anos.

Distortions é um jogo single-player que se baseia na superação de experiências passadas, sobretudo de relacionamentos. Misturando música com muito suspense e drama, o jogo se passa em um estranho lugar onde o tempo parece estar parado e promete mais de 15 horas de experiência.

Em Distortions, o jogador estará em uma aventura onde as músicas são suas armas e os relatos de páginas de um diário, seu guia. O jogador irá controlar a Garota pelos mais diversos lugares como montanhas, florestas, cavernas, rios, lagos e até mesmo o mar, e usar o poder das músicas aprendidas para moldar o mundo ao seu redor, criando pontes, explosões e barreiras.

Ritmo e gameplay modular

A jogabilidade em Distortions terá inúmeras quebras e nuances, que ajudam a transmitir melhor o sentimento e a história do jogo. Embora a maior parte do jogo aconteça em terceira pessoa,



existirão momentos em primeira pessoa e no estilo sidescrolling. Além disso, os capítulos também são modulares, divididos em mundo aberto, outros mais lineares, momentos contemplativos e outros que vão exigir mais habilidades para superar desafios (<http://bit.ly/distortions>).

Arbor Networks se pronuncia sobre o mega ciberataque do dia 12 de maio

O fato de a Microsoft haver emitido vários patches para versões Windows não mais suportadas ilustra a escala do problema. Atualizar seus sistemas com os patches do fabricante é o primeiro passo que toda organização deve tomar. Em seguida, devemos considerar que a segmentação de rede sempre é uma boa prática - principal-

mente no caso de situações como essa. A segmentação de rede limita a exposição do Microsoft SMB não apenas externamente, mas também em redes internas.

Inúmeras notícias falam em um pesquisador de malware que, inadvertidamente, encontrou um "botão de desligar". Devemos ter em mente que isso também pode ter sido uma técnica de anti-reversão de malware utilizada pelo(s) autor(es) da(s) ameaça(s), para conter sua

disseminação. Isso porque pesquisadores de segurança muitas vezes precisam do malware em atividade para descobrir o que ele busca. Independentemente da intenção do autor do malware ou da sorte de um pesquisador de segurança ao registrar determinado domínio, no momento da redação desta nota em 15 de maio, a recomendação seria NÃO BLOQUEAR esse domínio.

disseminação. Isso porque pesquisadores de segurança muitas vezes precisam do malware em atividade para descobrir o que ele busca. Independentemente da intenção do autor do malware ou da sorte de um pesquisador de segurança ao registrar determinado domínio, no momento da redação desta nota em 15 de maio, a recomendação seria NÃO BLOQUEAR esse domínio.