



A importância do live streaming para a sua marca

Ricardo Inforzato (*)

Recentemente, a emissora Esporte Interativo surpreendeu o mercado de comunicação ao anunciar o encerramento de seus canais na TV por assinatura para focar na transmissão de conteúdos nas redes sociais

A opção mexeu com o setor e não faltaram análises para avaliar o impacto dessa medida no futuro. O fato, porém, é que se o live streaming tornou-se uma alternativa interessante para uma emissora de televisão exibir seus conteúdos, também deve fazer parte do planejamento de marketing das empresas.

A transmissão ao vivo só é possível graças à evolução tecnológica e à popularização dos dispositivos móveis – posicionando-se como importante ferramenta de marketing. De acordo com pesquisa da Research and Markets, a indústria de live streaming deve faturar US\$ 70 bilhões até 2021. Além disso, previsão da Cisco Forecast mostra que 80% do tráfego da Internet será realizado por vídeos no próximo ano.

O uso de streaming em campanhas de marketing não chega a ser uma tendência e integra as principais campanhas de empresas e agências de comunicação em todo o mundo. O Instagram, por exemplo, está deixando de ser uma rede social de foto para se transformar em uma rede de vídeo – e a criação do IGTV reforça essa visão. O conteúdo audiovisual, principalmente as transmissões ao vivo, possui um maior engajamento perante os consumidores. Não vai substituir a TV, mas é um complemento e uma nova for-

ma de se comunicar e interagir. O público está convergindo para a tela dos smartphones e tablets.

É uma mudança de paradigma importante. Antigamente, para conseguir fazer um material de vídeo, as marcas precisavam recorrer a produtoras e dependiam de permissão do evento – conteúdo ao vivo só se a emissora de televisão tivesse interesse! Hoje, o live streaming tem valores bem mais em conta, com equipamentos mais simples e de fácil acesso. Isso permite que as empresas possam desenvolver projetos parecidos com uma Web TV para realizar ações audiovisuais – com a vantagem de ser divulgado para um público bem maior, com chances de fechar parcerias e possibilidade de encontrar patrocinadores.

Mas antes de sair gravando e publicando vídeos na internet, é preciso entender o seu público-alvo e saber onde ele está e o que ele quer ver. Para isso, é necessário ter uma estratégia bem definida. Questões como qualidade e o tipo de transmissão e a mensagem que o conteúdo vai passar devem ser definidas antes. Com uma agência parceira, que pensará em todo o planejamento e na estrutura tecnológica e resolverá problemas que possam eventualmente surgir durante a transmissão.

A evolução dos dispositivos móveis e da conectividade dos aparelhos faz com que os vídeos sejam a principal forma de divulgação dos conteúdos de uma marca – afinal, é melhor visualizar um produto em um meio audiovisual do que um texto pela tela pequena do celular. A possibilidade de fazer transmissão em tempo real, é a chance de ouro para impactar o público-alvo e aumentar o engajamento de sua marca.

(*) É diretor de Planejamento e Estratégia da agência de Marketing Pilula Criativa - pilulacriativa@nbpres.com.br

Confira 5 dicas para vender na internet sem ter um e-commerce próprio

Optar por comercializar seus produtos e serviços em marketplaces é uma alternativa segura e econômica

As vendas do comércio varejista no País cresceram 0,9% em agosto na comparação com o desempenho registrado em julho, segundo indicador do Serasa Experian, e em comparação a agosto de 2017 subiu 7,9%. Mesmo com o mercado em ascensão, os números do varejo físico ainda preocupam os comerciantes que buscam alternativas para alavancar as vendas e conseguir mais clientes.

Uma alternativa segura e com baixo investimento inicial é optar pelas vendas em shoppings virtuais, conhecidos como marketplaces. No Brasil, existem diversas plataformas que podem ajudar o empreendedor a começar seu negócio online. Segundo Frederico Flores, especialista em marketplace e Head da Becommerce (www.becommerce.com.br), maior plataforma para gestão de vendas em marketplaces da América Latina – adquirida pelo grupo Mercado Livre por R\$ 36,5 milhões em 2017, este mercado já é responsável por cerca de 20% do faturamento de todo comércio eletrônico no Brasil.

“Começar a vender no comércio eletrônico pode ser a solução para quem quer investir em vendas online sem ter um site próprio, mas assim como no varejo físico é preciso ter dedicação e estratégias para fazer a negócios decolar”, afirma Frederico Flores.

O especialista dá 5 dicas essenciais para quem quer investir no comércio eletrônico por meio de marketplaces sem ter um e-commerce próprio:

1. Escolha o marketplace correto

No Brasil já existem diversas plataformas de marketplaces – alguns grandes varejistas, por exemplo. Também existem marketplaces de nicho, que são focados em determinados públicos e vendem apenas alguns segmentos de produtos. Cada um tem suas regras e particularidades. Estude e analise as que mais fazem sentido para o seu negócio.

2. Conheça as taxas e comissões

Antes de começar a vender, procure saber qual é a porcentagem da plataforma escolhida e as variações da comissão com base na



condição comercial. Taxas muito baixas podem significar menor liquidez para receber o dinheiro. Taxas mais altas, em contrapartida, podem oferecer a oportunidade de o seu cliente parcelar sem juros e você receber à vista, por exemplo.

3. Automatize seu negócio

Administrar todas as etapas de vendas em marketplaces exigia tempo e um investimento que nem todos os vendedores possuíam. Porém, existem soluções acessíveis para ajudar no gerenciamento. A Becommerce, por exemplo, disponibiliza serviços que automatiza todas as etapas das vendas, desde o atendimento ao cliente até a entrega.

Uma das ferramentas disponíveis permite responder todas as dúvidas dos clientes 24 horas por dia – sem intervenção humana. Além disso, o sistema monitora o preço da concorrência e diminui o valor dos seus produtos automaticamente, caso outro vendedor faça alguma alteração.

4. Profissionalize seu contato com o cliente

A concorrência dentro dos marketplaces é acirrada e mais do nunca é necessário passar credibilidade para os clientes. Com ajuda de plataformas de gestão tudo pode ser feito de forma automática e profissional, diminuindo o tempo em que os processos acontecem e que o seu cliente é avisado.

5. Invista na logística: cumprir o prazo de entrega é tudo!

Mesmo encantando seus clientes com campanhas promocionais, bom atendimento e preços incríveis, descuidar da logística no e-commerce pode ser um tiro no pé, gerando desconfiância e afastando o cliente definitivamente.

É fundamental dar opções de entregas e ficar atento aos prazos de postagem. Você pode ter um produto incrível, porém se quiser tornar a experiência do seu usuário mais completa e cada vez melhor é fundamental criar estratégias para gerar prazos menores com entregas mais rápidas.

Outra dica importante é ficar atento ao controle de estoque. Lembre-se de mantê-lo atualizado para não correr o risco de vender um produto que você não tenha. Por fim, uma ação que pode ser feita para fidelizar seus clientes é a entrega de brindes ou cupons especiais, que ajudam a manter o seu cliente ativo.

News @TI

Aplicativo reinventa gerenciamento de viagens e despesas de negócios

@Rydo é uma nova plataforma que simplifica viagens e despesas em alguns cliques e imagens. Nascida da aliança de duas startups e da Sodexo, líder mundial em serviços de Qualidade de Vida, contribui para um ambiente de trabalho satisfatório. Lançado no Brasil com uma equipe exclusiva com sede em São Paulo, Rydo está disponível em 60 países e tem como objetivo liberar todo o potencial de um mercado dinâmico, com foco na digitalização (<https://www.rydo.com/pt>).

Startup de educação brasileira finalista de premiação sobre inovação em Madrid

@Há apenas quatro meses, a startup Beenoculus – pioneira no mercado de realidade virtual no país – apresentou ao mercado a Beetools, uma escola de idiomas que se utiliza da realidade virtual (VR), da Gamificação, do Big Data, da metodologia Flipped Classroom e da inteligência artificial (AI) para auxiliar no ensino da língua inglesa. Este projeto inédito globalmente fez tanto sucesso que a empresa curitibana marcou presença no South Summit, evento que aconteceu entre os dias 03 e 05 de outubro e reconheceu as melhores startups de educação, inovação e tecnologia do mundo. A Beetools ficou entre as 10 melhores na categoria Edtechs. Com o uso de tecnologias, como VR e Inteligência Artificial, aliadas ao acompanhamento de um professor presencial, a Beetools consegue fazer com que o aluno tenha um resultado muito mais eficiente e possa praticar o idioma em um ambiente virtual, no qual se sente à vontade para utilizar todo o inglês que aprendeu.

Cidade inteligente é tema de palestra

@Giovanni Savio fundador e presidente da Planet Smart City está entre os speakers da WTM18 - Welcome Tomorrow Mobility – maior evento de mobilidade urbana do mundo, que acontece entre os dias 29 e 31 de outubro, no WTC, em São Paulo. O CEO palestrará no espaço Space Content, no dia 30, o tema abordado será Cidades do Futuro – inovando na gestão pública, onde Giovanni irá apresentar aos participantes o projeto Smart City Laguna que esta sendo construído no Ceará e teve como investimento US\$ 50 milhões (<http://smartcitylaguna.com.br/>).

Avaliação da PROTESTE revela os melhores smartphones do mercado

@Assim como o computador, o celular também pode ser atacado por arquivos maliciosos criados estrategicamente para danificar aparelhos ou capturar dados. Estes são conhecidos como malware. Sabendo disso, a PROTESTE, associação de consumidores, realizou uma verificação na segurança proposta pelas marcas de aparelhos smartphones, a fim de listar alguns cuidados necessários que devem ser levados em conta na hora de realizar a compra. Para o estudo, foram ressaltados exemplos de modelos que possuem bom sistema de segurança. Samsung Galaxy S9, Apple iPhone 8 Plus, Asus Zenfone 3 Zoom, Samsung Galaxy A8, Apple iPhone SE 32Gb e Asus Zenfone 4 Max. No entanto, é importante esclarecer que a nota de avaliação apresentada não se refere especificamente à segurança, mas, sim, à qualidade e ao desempenho geral do aparelho. Isso porque não há diferença entre o nível de segurança entre um modelo Galaxy S9 e um Galaxy A8, por exemplo, uma vez que o software de proteção da Samsung é o mesmo para a maioria dos seus aparelhos (proteste.org.br/celulares).

Lições que as fintechs brasileiras podem aprender com o mercado internacional

Aliar as possibilidades e a evolução tecnológica com as demandas do setor financeiro. Esses são os principais desafios das fintechs, ramo de startups voltadas ao setor de pagamentos que prospera no mundo inteiro ao oferecer soluções disruptivas.

Os mercados nacional e internacional se diferem bastante nesse segmento. No Brasil, as possibilidades são escassas, concentradas em poucas empresas dominantes. Em contrapartida, no que tange a segurança, o cenário brasileiro é um dos mais avançados. No exterior as soluções completas para estabelecimentos são bem avançadas e desenvolvidas por várias provedoras de serviços de pagamento, evitando o monopólio.

A perspectiva é que o mercado nacional caminhe para o desenvolvimento de medidas de pagamentos segmentadas, como sistemas de gestão específicos para atender salões de beleza, restaurantes, empresas de atacado, franquias, marketplaces, entre outros.

Confira 4 lições que as fintechs brasileiras devem aprender com as internacionais, de modo a inovar no acirrado mercado de pagamentos:

Conheça seu segmento

Para atuar nessa área, é preciso conhecer muito bem seu nicho e cliente. As maiores ideias e oportunidades costumam ser oriundas de uma sabedoria profunda a respeito dos seus consumidores. Conhecendo-os e entendendo suas dificuldades, o desenvolvimento do produto será mais assertivo.



Simplifique

Antes de se ter um carro potente e com tração nas quatro rodas é necessário aprender a caminhar, correr e andar de bicicleta. Ou seja, é importante simplificar ao máximo na hora do desenvolvimento de um novo produto. Assim, é mais fácil testar e colher os feedbacks para, só então, ganhar o corpo necessário para escalar a solução.

Distribuição

Pense, de maneira estratégica, na distribuição de seu produto. Esse é um ponto de extrema importância para qualquer fintech. Ao elaborar bons planos de escala e entrega, é possível identificar parceiros comerciais que sejam capazes de complementar a solução oferecida por sua empresa.

Resolva problemas

Ter um produto legal é algo ótimo. Mas suprir as necessidades e resolver os problemas é melhor ainda. Existem diversas empresas que desenvolvem algo sem se preocupar com sua demanda. Para evitar isso, é preciso sempre pensar na resolução de dilemas reais presentes em grandes mercados. Quanto maior for o dilema para ser resolvido, maior o retorno em todos os sentidos: financeiro, marketing, inovação, etc.

(Fonte: João Miranda é fundador da Hash lab, empresa de tecnologia para o ecossistema de meios de pagamentos. <https://hashlab.com.br/>).

2ª Vara de Registros Públicos do Foro Central Cível - da Comarca da Capital, SP. Edital de Citação Prazo de 20 dias, expedido nos autos da Ação de Usucapião, Processo Nº 0108919-75.2003.8.26.0100 (675/03)IO(A) Doutor(a) Letícia Fraga Benitez, MM. Juiz(a) de Direito da 2ª Vara de Registros Públicos, do Foro Central Cível, da Comarca de SP, do Estado de SP, na forma da Lei, etc. Faz Saber a(o) Ermelindo Chiarioni, réus ausentes, incerto, desconhecidos, eventuais interessados, bem como seus cônjuges e/ou sucessores, que Elide Meli Amatte Graut e Fernando Galerani Graut ajuizou(ram) ação de Usucapião, tendo por objeto o lote de 6,18 m de frente para a atual Avenida Alcântara Machado n. 3.748. Mede 10,50m, da frente aos fundos de quem da Av. olha para imóvel onde confronta com Ind. Têxtil Nicolau Jeha Ltda, do lado esquerdo, mede 9,85m, e confronta com Fernando Galerani Graut, e nos fundos mede 6,00m e confronta com Ind. Têxtil Nicolau Jeha Ltda e encerra a área de 60,00m2, no terreno existe benfeitorias. Localizado a 27,00 metros de distância do Bairro para o Centro, localizado no Bairro do Belenzinho/SP, nº contribuinte 029.044.0066-4.PMSP/SP conforme relatam os requerentes estarem de forma pacífica e ininterruptamente há mais de 20 anos. Estando em termos, expede-se o presente edital para citação dos supramencionados para que, no prazo de 15 (quinze) dias, a fluir após o decurso do prazo do edital (20 dias), contestem o feito, sob pena de presumirem-se aceitos como verdadeiros os fatos articulados pelo autor. Será o presente edital, por extrato, afixado e publicado na forma da Lei. 12 e 16/10

Edital de Citação Prazo de 30 dias. Processo Nº 1127573-39.2016.8.26.0100 O(A) MM. Juiz(a) de Direito da 22ªVC, do Foro Central Cível, Estado de SP, Dr(a). Fernando Henrique De Oliveira Biocati, na forma da Lei, etc. Faz Saber a Thales Viana de Almeida Ferreira, CPF, 261.498.068-47 que lhe foi proposta uma ação de Execução de Título Extrajudicial por parte de Felitti Comercial Ltda ME, CNPJ, 52.026.614/0001-46, por seu sócio Felipe Carbonare Aragão de Barros CPF, 301.963.838-03, alegando em síntese: A Exequente é credora do cheque nºSA000407, da agência 92685 do Banco Itaú S/A na conta corrente 01503-3, no valor de 45.061,98 (11/2016) tendo como titular o executado. O cheque fora apresentado e devolvido, ocorrendo que, até a presente data, o débito não foi saldado. Assim, tornando-se impossível o pagamento espontâneo da dívida, não resta do exequente outra alternativa, senão promover a presente execução pelas vias judiciais. Encontrando-se o executado em lugar ignorado, expede-se edital, para que em 03 dias úteis, a fluir após o prazo supra, pague o débito atualizado, acrescido das cominações legais, caso em que a verba honorária será reduzida pela metade, e querendo ofereça embargos no prazo de 15 dias úteis, facultando ao executado nesse prazo, reconhecendo o crédito do exequente e comprovando o depósito de 30% do valor em execução, mais custas e honorários, requerer o pagamento do saldo em 06 parcelas mensais, acrescidas de correção e juros, sob pena de penhora e avaliação de bens, ficando advertido que será nomeado curador especial em caso de revelia, nos termos do artigo 257, IV do NCP. Para conhecimento de todos, é expedido o presente edital, que será afixado e pub. na forma da Lei. Nada Mais. Dado e passado nesta cidade de SP, aos 31/07/2018. 12 e 16/10