

## Ciberataque: dicas para proteger o mercado atacadista distribuidor

Leonardo Barros (\*)

*Sistemas de grandes empresas e de serviços públicos de diferentes países — incluindo o Brasil, enfrentaram recentemente, um mega ciberataque*

Nas telas dos computadores, apareciam mensagens pedindo o pagamento em bitcoins (moedas virtuais) equivalentes a, no mínimo, US\$ 3.000 para reativar o sistema. No Brasil, mais de 1,1 mil computadores foram infectados, sendo a grande maioria pequenas e médias empresas, além das suntuosas operações, como o Tribunal de Justiça de São Paulo (TJSP), a Petrobras, o Instituto Nacional do Seguro Social (INSS) e o Hospital Sírio Libanês.

A onda de ataques teve proporções mundiais e a capacidade dos hackers de infestar grandes companhias e órgãos governamentais com códigos maliciosos alarmou a preocupação de empresas de menor porte, que por vezes estão mais vulneráveis em relação à segurança da informação. O mercado atacado distribuidor e sua cadeia de fornecedores, leiam-se os supermercados, é um destes segmentos que precisam ficar atentos frente ao mundo hiperconectado.

Já parou para pensar o que o sequestro de dados pode causar em sua distribuidora, no seu centro atacadista ou no seu supermercado? Só como primeiro exemplo, um ciberataque tem chances de fazer paradas bruscas em toda a operação do estabelecimento, que podem comprometer o andamento dos negócios, além de gerar uma imagem ruim e de desorganização para o cliente final.

Um desses perigos que rondam a TI das empresas é o ransomware. Um tipo de software mal-intencionado, que restringe o acesso ao sistema

infectado e cobra um valor de "resgate" para que o acesso possa ser reestabelecido. A técnica recebe tal denominação por 'ransom' significar resgate em inglês. O ataque é simples: é feito por meio de arquivos infectados, enviados por e-mails, que são baixados pelo usuário que não toma as devidas precauções de segurança. O vírus WannaCry (quero chorar, em tradução literal), que se alastrou por 153 países nos últimos dias e infectou 200 mil computadores, era um ransomware.

Sendo este um mal invisível e real no cenário corporativo mundial, a melhor saída para as empresas é terem seus dados na nuvem. Podemos destacar dois principais motivos para esta afirmação. Primeiro porque na nuvem a segurança de dados aumenta. Os provedores de cloud computing seguem padrões internacionais de segurança, como ISO, SSL, criptografia avançada, dentre outras metodologias. O segundo fator é o backup das informações. Em sistemas rodados na nuvem, o espelhamento de servidores e as normas de gestão de dados fazem a cópia de segurança em tempo real e permitem que, caso algum problema aconteça, cópias criptografadas das informações sejam recuperadas automaticamente, excluindo a necessidade de recorrer a arcaicos discos físicos ou servidores não conectados.

Na iminência de novos ciberataques em grande escala, como o já identificado Adylkuzz, um novo vírus que se utiliza das mesmas brechas do WannaCry, as empresas precisam ficar atentas para tomarem as devidas providências e evitarem que suas operações parem e ainda tenham prejuízo com o pagamento de resgates.

(\*) É diretor executivo da Reposit, provedora de soluções completas em gerenciamento de dados, especializada no atacado distribuidor e varejo.

# Espelho, espelho meu, o meu negócio já morreu?

Após a metamorfose digital do cliente, o seu negócio continua o mesmo?

Amanda Matos Cavalcante (\*)

A velocidade das mudanças dos negócios, impulsionada especialmente pelo crescimento dos dados e do digital, impressiona e não é novidade para ninguém. Nesse contexto, encontramos de um lado empresas que já nasceram digitais e de outro o crescimento da concorrência, que já não é mais definida pelos limites de indústria — ela pode vir de qualquer lugar. Como ser líder em um cenário tão complexo e volátil? Reimaginar o negócio, reavaliar a cadeia de valor e reconstruir a organização são ações primordiais para alcançar a liderança.

Dois pontos são os mais importantes nesse processo. O primeiro ponto precisa ser o autoconhecimento. Você conhece profundamente sua empresa, seus profissionais, seus produtos e seus serviços? O segundo, e ainda mais importante: você conhece o seu cliente e a necessidade real dele?

Imagine-se no sapato de um potencial cliente: você se depara com a sua marca, com o seu portfólio de soluções, de serviços. Pergunte-se, friamente: essas soluções são realmente relevantes para mim? Eu usaria? E mais: por que eu usaria? Se uma das respostas for negativa ou mesmo duvidosa, sinal vermelho: ou você reinventa o seu negócio ou ele não sobreviverá.

### Quando se reinventar?

Existem três momentos principais em que a reinvenção do negócio é necessária:

#### - Quando os negócios vão bem

"Se está dando certo, por que vou mexer?". Esse é o pensamento mais equivocado que um executivo pode ter. O momento que os negócios vão bem é o momento mais favorável à mudança: é possível parar, estudar e se aprofundar no conhecimento do cliente e existem recursos que podem ser investidos para aumentar a receita e o market share. A Audi ousou se reinventar nesse tempo. Estudaram o mercado e entenderam que os clientes visitavam as lojas somente para fazer o test drive e que esse era um problema para eles, já que as lojas eram costumeiramente distantes do centro da cidade. Esse problema também era compartilhado pela própria Audi, que tinha um custo alto para manter essas lojas, sempre dispondo de grande espaço para exposição de diversos modelos de automóveis. A solução foi a inauguração de uma loja no centro de Londres, com a exposição de somente um carro, top de linha, e um ambiente lúdico com recursos audiovisuais. O aumento da receita beirou os 70% e 50% dessas vendas foram feitas a clientes que não exigiram o test drive.

#### - Quando os negócios estão estáveis

É natural que a curva de crescimento da empresa se torne estável em determinado momento. Quando o negócio estaciona, ele definitivamente precisa ser reinventado e a mudança de percurso do avião precisa ser ousada e acontecer durante o voo. Imagine-se sendo portador de um negócio super tradicional, como uma gráfica, por exemplo. Os negócios não vão mal, mas também não há crescimento. Como você se reinventaria? Qual problema do seu cliente você poderia resolver? Uma gráfica norueguesa criou um app que dá aos clientes acesso aos seus documentos, permite que sejam editados, envia o material para a gráfica mais próxima dele, permite que o pagamento seja feito diretamente pelo app e notifica quando a impressão estiver pronta e a caminho do cliente. Você duvida que houve aumento de receita?

#### - Quando os negócios vão mal

Esse, sem dúvida alguma, é o momento mais crucial para uma reinvenção. Porém, considerando que nesse momento os recursos são escassos, o segredo é encontrar novas fontes de recursos, até então "escondidas". Imagine-se no lugar dos principais executivos de um canal de TV que transmite informações meteorológicas e que se vê em um beco sem saídas com a popularização do uso do mobile. Pessoas acessando informações sobre o clima de seus dispositivos durante 2 ou 3 segundos não abre brechas nem para monetizar com advertising. Qual a fonte de receita mais preciosa escondida nesse negócio? Os dados, que passaram a ser comercializados para fazendas e produtores rurais, além de empresas como a P&G, que teve um aumento de 28% no volume de vendas em função de um estudo dessa empresa de meteorologia que identificou um aumento na troca de shampoos entre o público feminino quando havia mudança climática.

## Novo conteúdo de Smite é inspirado nos 12 trabalhos de Hércules

Assim como Hércules, um dos deuses mais conhecidos da mitologia grega e que precisou executar 12 trabalhos a pedido do Oráculo, os fãs de Smite, também terão que encarar difíceis tarefas no pacote de atualização 4.10, que está disponível gratuitamente. Na nova aventura "As provas do rei Hércules", os jogadores do MOBA da Hi-Rez distribuído no Brasil pela Level Up são convocados pelo filho de Zeus a livrar a cidade de Hercópolis do mal em um grande desafio de calabouço no estilo RPG. O objetivo principal: derrotar Hidra, um animal fantástico que é também o maior inimigo do jogo.

Para alcançar o sucesso e cumprir as tarefas com a excelência de Hércules, os jogadores terão que visitar os quatro bairros de Hercópolis, contar com a ajuda de aldeões, completar as missões em cada região da cidade e ganhar recompensas que os tornem deuses mais fortes. Entre os principais desafios está vencer o Leão de Neméia para desbloquear um novo nível de dificuldade em que será possível enfrentar Hidra.

Na aventura "As provas do rei Hércules" ainda será possível



### Como se reinventar?

#### 1 – Reconheça que você precisa se reinventar

Esse processo pode ser um pouco doloroso no começo — não gostamos de admitir que não estamos no caminho certo. Mas um processo minucioso de autoconhecimento e uma pitada de coragem de admitir que precisa mudar são os primeiros grandes passos para o sucesso do negócio.

#### 2 – Olhe pelo ponto de vista do cliente

Na era digital, o ponto de vista e a necessidade do cliente precisam ser o centro de tudo — de todas as estratégias e decisões da empresa. Vender tecnologia se tornou uma estratégia do passado, utilizada por empresas não líderes. A pergunta chave hoje deve ser: "qual a importância do meu produto e/ou serviço no contexto de vida do meu cliente?". E o desafio não para por aí. É preciso conhecer não somente "quem é o seu cliente", mas também "quem é o seu cliente hoje", pois o comportamento muda constantemente. É preciso se mover para onde os clientes estão se movendo, ou você perderá relevância e representatividade no mercado.

#### 3 – Motive-se

Haja o quanto antes. Não espere que os ventos que sopram a favor do seu negócio mudem de direção sem que você esteja preparado.

#### 4 – Inspire-se

Olhe para fora, busque e conheça casos de empresas que passaram por esse processo e foram bem sucedidas e inspire-se neles.

#### 5 – Defina seu "how to work"

Defina sua estratégia, crie seu plano de ação e visualize bem as etapas que precisará seguir para alcançar o resultado esperado.

#### 6 – Dê uma alma para o seu negócio

Se você quer compradores, venda produtos. Se você quer embaixadores de marca, dê um significado para o seu negócio. As pessoas são muito mais motivadas a comprar e divulgar uma marca quando se sentem conectadas a ela — sem um significado, isso não é possível.

#### 7 – Seja persistente e tenha firmeza de propósito

Quando os primeiros passos são dados e os resultados de curto prazo não são positivos ou não atendem as expectativas, é natural que o instinto da empresa seja recuar para a zona de conforto, até então já conhecida. Esse movimento é muito perigoso e inviabiliza o crescimento sustentável do negócio. É necessário encerrar as turbulências como um processo natural do voo e ter firmeza de propósito, persistência e coragem de continuar.

#### Conclusão

Se você ainda não está convencido de que a reinvenção é vital para a sua empresa, se ainda tem dúvidas se o seu negócio é relevante, se atende o seu cliente e se você precisa se reinventar, pare tudo agora. Ao sinal da menor dúvida, pergunte-se: qual problema relevante do meu cliente posso resolver? Como posso reinventar meu negócio para atendê-lo? E mais: como posso reinventar meu negócio para sobreviver?

O momento é agora. Estude, aprofunde-se, tenha coragem, reinvente-se.

(\*) É Gerente de Marketing da Triad Systems. Formada pela Fatec e pós-graduada pelo Mackenzie, possui no currículo cursos de Branding pela ESPM e Condução de Estratégias Digitais pela Harvard Business School.

## News @TI

### "Major Revenue Distributor"

@ A Westcon, distribuidor de valor agregado de soluções líderes de mercado em segurança, colaboração, infraestrutura de rede e data center, foi reconhecida pela NetApp, fornecedora de software, sistemas e serviços para gestão e armazenamento de dados, como "Major Revenue Distributor" no Brasil durante o ano fiscal 2017 do fabricante. O anúncio da premiação "Major Revenue Distributor FY 17", aconteceu durante o evento "NetApp Channel Sales Kick Off FY18: FOCUS FORWARD", realizado na cidade de São Paulo para marcar o início do novo ano fiscal da empresa.

### Treinamento

@ IAB Treinamentos, em parceria com a JumpEducation, promoverá nos dias 23 e 24 deste mês o Training Program sobre Venda de Publicidade em Meios Digitais. Atualmente há muitos profissionais com vasta experiência em vendas de publicidade impressa e que estão se vendo em meio a um grande desafio, que é o de buscar resultados atuando em um ambiente dinâmico e com regras bem específicas. Com este treinamento, estes profissionais estarão aptos a entender a origem da mídia online, os aspectos técnicos do trabalho e a orientação a resultados de negócios — habilidades que capacitarão a conversar de forma segura com equipes internas de veículos e com clientes, sejam agências ou anunciantes (<http://iabbrasil.net/curso/presencial/venda-de-publicidade-em-meios-digitais>).

### Informações sobre voos no Twitter e no WeChat

@ A KLM oferecerá a seus clientes em todo o mundo informações sobre confirmação de reservas, avisos de check-in, cartões de embarque e atualizações de status dos voos em 10 idiomas no Twitter e no WeChat. Isso tornará mais fácil o acesso às informações em um único lugar, estando o passageiro no aeroporto, em trânsito ou em casa. Os clientes também poderão entrar em contato com agentes da KLM nas mídias sociais 24 horas por dia, sete dias por semana, diretamente via Twitter e WeChat. O novo serviço estará disponível para todos os clientes da KLM que reservarem passagens ou fizerem check-in via KLM.com e optarem por receber informações por meio do Twitter ou do WeChat. O serviço terá início hoje e estará mais amplamente disponível nas próximas semanas. Em 2016, a KLM foi a primeira companhia aérea no mundo a oferecer documentos e informações sobre voos via Facebook Messenger. Agora, é novamente a primeira com serviços via Twitter e a primeira empresa aérea fora da China a dar informações sobre voos no WeChat ([www.klm.com.br](http://www.klm.com.br)).

### Nova Rio reduz custos operacionais de TI em 30%

@ A Nova Rio, empresa carioca que atua no setor de prestação de serviços para diversas áreas, nos setores público e privado, e com faturamento anual de R\$ 800 milhões, reduziu em 30% os custos operacionais de TI com a adoção do Office 365, pacote de soluções em nuvem da Microsoft como o Exchange (e-mail corporativo); SharePoint (sites de intranet, gestão de conteúdo e colaboração); Skype for Business; OneDrive e Office Online. O projeto contou com a implantação da Microcity, empresa brasileira líder em outsourcing de serviços e ativos para infraestrutura de Tecnologia da Informação.



escolher entre 70 deuses para enfrentar as provas do filho de Zeus, salvar os progressos conquistados no jogo e disponibilizar os itens conquistados para qualquer deus escolhido pelo jogador.

Um teaser da nova aventura já pode ser visto em <https://www.youtube.com/watch?v=P1YPncwKBUM>

## Tecnologia gis e suas diferentes aplicações

Trazendo conforto e facilidade na busca por empresas e produtos, os serviços de geolocalização estão sendo cada vez mais utilizados pelas pessoas que já se acostumaram a ter na palma de suas mãos, acesso a localizações precisas, incluindo informações de percurso e o tempo estimado para percorrê-lo.

Se em um primeiro momento, esta tecnologia assustou os internautas por uma possível falta de privacidade, hoje, são poucos os serviços e aplicativos que não se beneficiam com ela e pode-se afirmar que houve um considerável aumento no número de setores de empresas que passaram a utilizar esse mecanismo de forma inteligente.

A tecnologia GIS está sendo utilizada em empresas na tomada de decisões sobre alocação de filiais e equipes de vendas,

podendo ajudar empresas de seguros na gestão de riscos, contribuindo na otimização de rotas e rastreamento de bens em operações de logística e transporte e também auxiliando a validar os investimentos feitos nas empresas de energia elétrica.

Neste último exemplo, a Delos, especializada em avaliações e controle patrimonial de ativos imobilizados, faz o uso da tecnologia em seu produto DGN GIS (Delos Gestão de Negócios) e consegue apresentar informações precisas sobre o investimento realizado na rede elétrica, comparando os investimentos realizados com os pontos que precisam de projetos de ampliação, melhoria e manutenção.

O software foi desenvolvido com o objetivo de gerar informações acerca do imobilizado e dos processos que possam causar impacto no resultado do BRR (Base de

Remuneração Regulatória) das empresas não só de setores de energia, mas também nas de saneamento.

A Geolocalização, no caso do DGN GIS, permite que as informações cheguem de maneira mais rápida e intuitiva e ainda possibilita interação visual, sendo possível visualizar e corrigir as causas das interrupções. Deste modo, é possível gerar análises detalhadas em um curto espaço de tempo levando ao consumidor melhorias e manutenção da rede com qualidade.

A tendência é de que a GIS se desenvolva ainda mais, e trazendo mais benefícios a todos seus usuários, satisfazendo as empresas por conseguir ter um trabalho mais direcionado, e os clientes finais que criarão maior identificação com as marcas e serviços prestados.