



OPINIÃO

Empresas não devem possuir um setor de inovação

Diego Figueredo (*)

Quando eclodiu a Primeira Revolução Industrial, os artesãos foram impactados por um maremoto que mudou drasticamente seus estilos de vida

Em poucos anos, as atividades realizadas do início ao fim de forma manual, generalista e individual passaram a ser desempenhadas coletivamente, com cada pessoa desempenhando uma função específica com o auxílio de máquinas.

Os avanços tecnológicos provocaram mudanças radicais nos processos de produção, nas relações de trabalho e nas empresas, que precisaram se adaptar rapidamente às mudanças ou seriam assasinadas pelos ataques daquela transição.

E não foram poucas as que ficaram pelo caminho, esquecidas pela história por não conseguirem sobreviver naquele ambiente. Hoje, é incontestável que estamos passando por uma nova metamorfose. Com o surgimento, implementação e adoção de novos procedimentos, principalmente relacionados à tecnologia, as empresas precisam se reinventar.

E mais do que nunca é fundamental errar rápido, para inserir rápido e melhorar rápido. Ao mesmo tempo, projetos de grande porte não podem mais ser prioridade para essas companhias. Tornou-se obsoleta a ideia de passar muito tempo gastando rios de dinheiro para identificar se uma solução que foi proposta e está sendo desenvolvida irá atender aos objetivos iniciais.

As empresas precisam se aproximar do modelo utilizado pelas startups, onde a escassez de recurso e tempo é que são o combustível para a criatividade no processo de inovação. Esse processo, aliás, precisa ser efetivo. É natural que os empreendedores busquem formas de sair na dianteira por causa do medo de ficar para trás em uma das corridas mais

disputadas e arriscadas, mas, ao mesmo tempo, inevitáveis, deste século.

No entanto, o momento de agitação faz muitas empresas cometerem equívocos sintomáticos buscando responder às imposições do mercado. Criar um setor específico para inovação, por exemplo, costuma ser um dos erros mais clássicos e recorrentes perpetrado pelos gestores. Por melhor que sejam as intenções, é importante esclarecer que é um erro muitas vezes irreversível.

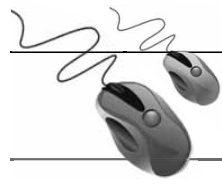
Conceber uma equipe exclusiva para pensar em inovar sua empresa pode ser - e na maioria das vezes, é - ineficiente. Ela se torna responsável unicamente pela missão de desenvolver conceitos, ideias e oportunidades, sugerindo que essa atividade é restrita ao grupo. Isso reforça a ideia de que as outras áreas não precisam mais se preocupar com isso. Quando o certo deveria ser justamente o contrário.

Da mesma forma que a revolução industrial foi um divisor de águas na história, influenciando todos os aspectos da vida cotidiana comum e dos trabalhadores da época, a inovação deve ser um conceito, não uma ação singular. Todos os colaboradores da companhia precisam aprender a pensar em soluções novas para os problemas. E isso deve ser tornar parte da estrutura organizacional e demanda indispensável para os colaboradores.

O futuro é implacável, o caminho é tortuoso e os próximos passos dessa jornada de transformação serão em estradas ainda não pavimentadas. O Brasil e as empresas nacionais têm nas mãos a oportunidade de vislumbrar os cenários possíveis e se tornarem pioneiras dessa revolução.

Para isso é necessário, porém, que todos os colaboradores estejam em sintonia e que a inovação seja um trabalho de tempo integral.

(*) - É CEO da Nexo AI - consultoria de inovação e tecnologia para transformação de negócios.



Ciência e Tecnologia

ricardosouza@netjen.com.br

E-commerce de nicho: três passos para ter sucesso em mercados segmentados

O mercado online ou mesmo as lojas físicas exigem habilidades e estratégias para alavancar o sucesso seja ele em qualquer segmento, ainda mais nos dias atuais em que o empreendedorismo e as novas tecnologias vêm transformando os modelos de negócio, deixando-os cada vez mais inovadores

Gustavo Hollatz (*)

Além da administração e olhar estratégico, uma loja de e-commerce traz desafios ainda maiores como por exemplo, a disponibilidade de produtos 24 horas por dia, o atendimento rápido e eficaz, prazos de entrega, condições diferenciadas de pagamento e segurança. Mas, tudo isso apesar de desafiador e muito importante, não é nada além dos recursos que todo bom site de compras deve ter.

E é sobre isso que vou falar: sobre alguns passos para ir além do básico na sua loja virtual e galgar o sucesso no mercado online mesmo em mercados de nicho. Você já imaginou os desafios para alavancar as vendas de autopeças de reposição, por exemplo? Um mercado tão segmentado que não comercializa itens desejados e nem cobigados pelo consumidor, mas, que é fundamental para a manutenção de qualquer veículo.

Vou mostrar aqui que é possível alcançar o êxito de um e-commerce seja ele de qualquer segmento. Vamos aos passos!

1º Passo - Mostre muito mais que um produto, faça o cliente entender a necessidade da compra: apostando nas campanhas de remarketing

Quando falamos do mercado de peças de reposição podemos pensar em itens que o consumidor não deseja, afinal ninguém gosta de imaginar que seu veículo ou equipamento pode precisar de ajustes. Nenhum cliente acorda em um belo dia, desejando comprar um rolamento, um filtro de óleo ou uma pastilha de freio sem necessidade. Mas, quando a compra é inevitável para a manutenção corretiva, o desejo pelas peças torna-se imediato. Essa é na realidade, uma compra necessária para que o equipamento tenha um bom funcionamento e é por esse motivo que mostrar ao cliente a importância da manutenção preventiva e ao mesmo tempo alertá-lo para o cuidado necessário na compra de peças de reposição é um dos primeiros passos para o sucesso nesse mercado.

Uma das estratégias para criar e trabalhar esse alerta em nossos clientes, por exemplo, são as campanhas de remarketing que reforçam a importância



de estar com a manutenção correta das máquinas e equipamentos, uma vez que, nossas peças de reposição são voltadas à veículos específicos como ônibus e caminhões, além de equipamentos de construção, como escavadeiras e; máquinas agrícolas, como colheitadeiras. Portanto, posso dizer que conhecer o público alvo é muito importante. Parece que isso facilita tudo, não é? Já que sabemos quem consome nossos produtos. Mas, na realidade é que não é!

Como já comentei, nosso trabalho antes da comercialização é o de trazer a reflexão sobre a importância dos serviços especializados de manutenção e da compra de peças de qualidade e com procedência. Assim, muito mais do que uma compra indesejada e urgente mostramos também a importância das manutenções preventivas para que não sejamos lembrados apenas nas manutenções corretivas.

2º Passo - Encantando o cliente: descrição do produto, uma chave para mostrar segurança, tranquilidade e confiabilidade na compra

Outro passo fundamental nesta jornada é encantar o cliente. E, uma das maneiras para agradar e fazer com que ele tenha segurança, tranquilidade e confiança no momento da compra, é trabalhar com um

site seguro e com informações fundamentais sobre o produto e sua procedência.

Ter especialistas à disposição para tirar dúvidas e fazer avaliações é outro diferencial que pode ajudar a garantir que os clientes tenham mais firmeza sobre o item adquirido. Por isso, nosso trabalho é também informar de forma clara e objetiva a descrição de cada produto.

3º Passo - Criando diferenciais atrativos: frete grátis, descontos e atendimento rápido

Além de clareza sobre um produto e avaliação sobre a sua necessidade, as famosas promoções e descontos são atrativos que agradam a todos os consumidores, mesmo em um mercado de nicho como o de peças de reposição. Esses diferenciais podem motivar o cliente a fazer a compra.

Abordagens como frete grátis, descontos, além de um atendimento rápido, eficiente e feito por profissionais altamente capacitados fazem como que o consumidor escolha o seu e-commerce. E, uma vez escolhendo a sua loja virtual já um passo dado rumo ao sucesso!

(*) É Especialista em marketing de Aftermarket Solutions, unidade de negócios da CNH Industrial, formado em Publicidade com especialização em marketing, possui mais de 15 anos de experiência acadêmica e profissional em comunicação.

Cinco dicas para transformar uma contratação temporária em emprego fixo

Segundo a Associação Brasileira do Trabalho Temporário (Asserttem), mais de 570 mil oportunidades devem surgir, impulsionadas pelas festas de fim de ano. Consultor empresarial lista ações para que os profissionais possam buscar a efetivação após o período

Todos os anos, entre setembro e dezembro o país vive um momento de otimismo econômico. As festas de fim de ano e o 13º salário fazem crescer as vendas do comércio e da indústria e, consequentemente, surgem as vagas de trabalho temporárias. Em 2019 devem ser mais de 570 mil, de acordo com a Associação Brasileira do Trabalho Temporário (Asserttem).

Em um país com mais de 12 milhões de desempregados, o sonho de tornar a oportunidade em vaga fixa é comum. E o consultor empresarial e palestrante, Roberto Vilela, reuniu cinco dicas para que os profissionais possam buscar a tão esperada efetivação. "É comum que haja algumas contratações após o período e essas oportunidades são dadas a quem se destaca", diz. Para o especialista, mais do que formação técnica, são as habilidades comportamentais que fazem a diferença neste momento:

1 - Entenda a cultura organizacional da empresa: e envolva-se com ela. Se possível, pesquise previamente sobre a empresa e converse com quem já está lá para entender quais pontos são os mais



valorizados pela gestão. Ter a atitude de "vestir a camisa" será essencial para chamar a atenção do seu líder.

2 - Não espere pelo treinamento: de acordo com Roberto, é muito importante que a empresa prepare o profissional temporário, mas nem sempre isso ocorre. "Por isso tenha a iniciativa e proatividade de ir atrás das informações que precisa para executar bem o seu papel. Na Internet, por exemplo, existem diversos cursos e materiais gratuitos que podem lhe ajudar a melhorar sua performance", recomenda.

3 - Deixe claro o seu compromisso com o negócio: e é fundamental mostrar isso em palavras e em ações. Fazer mais do que o básico que lhe foi solicitado, atender bem o cliente, mostrar que está disposto a fazer diferente são atitudes do perfil profissional que as empresas buscam.

4 - Peça feedback: "sempre que possível pergunte à sua liderança sobre o seu desempenho. Por ser um período curto de trabalho, uma conversa semanal rápida pode ser decisiva para a melhoria do trabalho e o resultado final", destaca Roberto.

5 - Comunicação e pontualidade: por fim, o consultor reforça que só é lembrado quem é visto. "É isso vale tanto para ações positivas quanto negativas. Para transformar um emprego temporário em fixo, o encare como uma oportunidade já definitiva. Seja pontual e cordial, evite contratempos que chamem a atenção do seu chefe de forma negativa e se comunique. Questione, se integre, converse com os clientes e colegas. É assim que você irá mostrar que merece uma oportunidade e que vai fazer a diferença para os resultados do negócio", finaliza.

News @TI

Incubadora brasileira é uma das 20 melhores do mundo

A Supera Incubadora é a única brasileira no ranking das 20 melhores de todo o mundo, de acordo com a UBI Global, responsável pelo Estudo de Referência 2019 - 2020. Uma das âncoras do Supera Parque de Inovação e Tecnologia, de Ribeirão Preto, interior de São Paulo, o habitat de desenvolvimento de startups foi premiado na categoria Incubadoras Universitárias de Negócios e é resultado de uma parceria entre a Prefeitura Municipal e Universidade de São Paulo (USP), com apoio da Secretaria de Desenvolvimento Econômico do Estado de São Paulo.

GPUs AMD Radeon Pro 5000M no novo MacBook Pro de 16 polegadas da Apple

A AMD anunciou que o mais recente Apple MacBook Pro apresenta as novas GPUs móveis AMD Radeon Pro 5500M e 5300M. Baseadas na poderosa arquitetura AMD RDNA, as GPUs móveis da série Radeon Pro 5000M oferecem excelente desempenho e fidelidade visual para edição de vídeo, criação de conteúdo 3D e desenvolvimento de jogos baseados em macOS. Como as primeiras GPUs móveis discretas de 7nm para usuários profissionais, a nova série Radeon Pro 5000M oferece até 8GB de memória GDDR6 com até 192 GB/s de largura de banda - dobrando a largura de banda do GDDR5. Os usuários também se beneficiarão de até 4.0 TFLOPS de desempenho de precisão de floating-point único e recursos visuais ultra-suaves e com alto framerate no monitor MacBook Pro Retina (www.apple.com/macbook-pro).

Prezi Video

As ferramentas de comunicação devem ser construídas para colocar as pessoas à frente e no centro de seus conteúdos e o Prezi Video permite isso para vídeos gravados ou ao vivo. A Prezi, empresa de comunicação visual conhecida por sua plataforma de apresentações dinâmicas com zoom, anuncia, hoje, o lançamento do primeiro produto de produção de vídeo que insere a pessoa na tela junto ao seu conteúdo visual e em tempo real (http://prezi.com/video).