

## REVOLUÇÃO TECNOLÓGICA



# A APLICAÇÃO DA INTERNET DAS COISAS NOS NEGÓCIOS JÁ É UMA REALIDADE

▶▶ Leia na página 6

## Como melhorar a navegação e viabilizar maior número de acessos ao seu e-commerce

Ter sua própria loja virtual pode ser um desafio, caso você não saiba como conquistar o público. Para atrair e fidelizar clientes, é preciso compreender algumas formas de garantir acesso, como, por exemplo, fazer bom uso das redes sociais para atrair tráfego.

Além disso, através de buscadores e social ads, você pode optar por campanhas patrocinadas. Mas se seu desejo é gerar visitas orgânicas, o jeito é potencializar as técnicas de SEO implementadas na sua loja.

"Ter tráfego orgânico em sua loja virtual pode fazer uma diferença enorme e contribuir muito para o seu sucesso. Além de ser mais qualificado, você não precisa gastar com anúncios", explica Thiago Mazeto, diretor comercial e marketing da Tray, unidade de e-commerce da Locaweb.

A Tray, por exemplo, possui recursos de SEO que favorecem a configuração pelo próprio lojista e facilita a utilização do Google Shopping e Facebook Ads. Segundo o especialista, essas estratégias de marketing



se iniciam ao conhecer a sua persona, sabendo qual conteúdo ele consome, onde consome e quais são suas principais características e necessidades.

"Com isso, é possível entender quais conteúdos, palavras-chaves e termos que podem ser utilizados na estratégia", aponta ele. Além disso, quando o intuito é atrair clientes para sua loja online, é importante pensar no que pode diminuir a taxa de abandono. E a estrutura do seu site pode ser a solução. Mazeto aponta sete dicas para sua loja virtual:

1. A velocidade é fundamental para SEO. Quanto mais demorar para carregar sua loja, maior será sua taxa de abandono.

2. Otimize sua loja para dispositivos móveis.
3. Escreva meta descrições atraentes que sua persona entenda e procure.
4. Adicione ALT tags em todas suas imagens, isso faz com o Google entenda mais sobre suas imagens.
5. Se você possui um produto esgotado, use o redirecionamento 301 da URL para uma nova página de produto.
6. Ofereça opções de navegação por categoria.
7. Otimize o tamanho do seu título para ficar entre 60 a 70 palavras.

Outra dica importante é com relação a atratividade

do conteúdo. Segundo o especialista, as páginas de produtos precisam ter 1000 palavras em média, além de usar palavras-chave de 3 a 5 vezes. As descrições podem atrair mais clientes se tiverem casos de uso e é muito importante abrir o espaço para avaliações de usuários.

"Incluir vídeos de pessoas usando o produto, pode fazer com que o usuário fique mais tempo na sua loja e, consequentemente, ganhará mais relevância no Google", explica diretor comercial e marketing da Tray. Por fim, para conquistar acessos, é necessário compreender que a loja virtual e a loja física não competem entre si. Por isso, é importante explorar as vantagens de meio online para que as duas sejam complementares.

"Com o e-commerce, os benefícios são muitos. Não há limite físico para vender, podendo chegar no Brasil todo; as campanhas e operações são mais fáceis de metrificar; há uma maior comodidade para o comprador; disponibilidade 24 horas; um maior alcance e menor custo de operação; além da possibilidade de vender seus produtos em outras lojas e marketplaces", finaliza Mazeto.

Fonte e mais informações: [www.tray.com.br](http://www.tray.com.br)

## Serviço de Inteligência Artificial

A Embratel anunciou o lançamento de uma solução de Inteligência Artificial, serviço que abrange diversas tecnologias capazes de aprender e desempenhar comportamentos que se assemelham à inteligência humana, para ajudar nos mais diversos desafios empresariais. A oferta é uma alternativa para companhias de segmentos e portes variados que lidam com grande volume de dados e de interações com o público. ▶▶

## Sucessão nas empresas familiares

A partir do momento em que um casal constitui uma família e tem um filho, cria-se a figura da herança e do herdeiro. O processo sucessório é tão importante, que as estatísticas confirmam que a sucessão é uma questão tipicamente problemática: apenas 30% das empresas familiares sobrevivem à segunda geração e apenas 5% à terceira. "Um dos problemas da sucessão é que dificilmente uma empresa cresce no ritmo da família que a controla. Se dois irmãos fundadores de um negócio bem-sucedido tiverem cada um quatro filhos e seus descendentes mantiverem o ritmo de reprodução, a quarta geração contará com tantos integrantes que ficará inviável mantê-los todos na empresa", explica Ricardo Camargo (\*), consultor e especialista em empresa familiar, da Camargo Gestão. ▶▶

## Seu poder de cocriar o futuro

Talvez, esse seja o pensamento que mais me ajuda a enfrentar com certa leveza o ambiente VUCA - de volatilidade, incertezas, ambiguidade e complexidade - que nos cerca. Isso porque, quando tomamos consciência da nossa responsabilidade na criação do futuro, tanto nosso, como da sociedade e mercado, tiramos das costas um pouco do peso da sensação de descontrole total que, inevitavelmente, nos aflige enquanto percebemos a velocidade com que o mundo muda à nossa volta. ▶▶

Para informações sobre o

**MERCADO FINANCEIRO**

faça a leitura do QR Code com seu celular



## Negócios em Pauta

google.com/reprodução



### Tempos Imprevisíveis

Nesta segunda-feira (30), começa a "Semana de Resultados em Tempos Imprevisíveis", uma série de webinars diários com metodologias de sucesso e experiências reais de líderes de empresas. A iniciativa é da FranklinCovey, empresa que atua em mais de 160 países ajudando organizações a alcançar resultados que exigem mudanças no comportamento humano. Os conteúdos serão apresentados por Bill Moraes e João Palmeira, vice-presidente e membro do Conselho de Administração da empresa. As inscrições são gratuitas: (<https://lp.franklincovey.com.br/semana-resultados>). ▶▶ Leia a coluna completa na página 3

## News@TI

PALESTRANTES

AI/Hi Connecta



### Desafios para a cadeia de eventos reúnem experts

@Profissionais experts dos vários elos que compõem o mercado de eventos no Brasil realizarão, no dia 31 deste mês, das 10h às 11h, evento híbrido e on-line (HI Connecta), ancorado pelo ator e apresentador André Marques. Os participantes debaterão de suas casas o que pode ser feito a curto e médio prazo diante tamanha violência com que os negócios do setor foram atingidos em tempos de Covid-19. Como empresas clientes, agências de live marketing e suppliers do ecossistema lidam com esta crise? Quais são os cenários mais prováveis a serem construídos? Qual é o mais provável? Até onde vai esta situação? Qual a demanda premente que empresas apresentam quando o cenário mostrar-se menos "terra arrasada"? As inscrições são gratuitas (<https://bit.ly/39rzreO>). ▶▶ Leia a coluna completa na página 2

## Literatura

### Livros em Revista

Por Ralph Peter



▶▶ Leia na página 5