

OPINIÃO

# Inovar para vender em tempos de pandemia

Mauro Longo (\*)

*Para uma empresa manter-se relevante e ter destaque em seu mercado de atuação, sempre foi necessário entender o que se passa à sua volta e mudar junto com o mundo*

Porém, em tempos de pandemia, mudar virou sinônimo de “não quebrar”. E, convenhamos, ninguém sabe exatamente o que fazer, simplesmente porque nunca houve um momento semelhante na história da humanidade. Mas, uma coisa é certa: a velha fórmula de criar novas opções, novas maneiras de vender nossos produtos e, mais do que nunca, inovar será fundamental agora.

E, neste caso, meus trinta anos de experiência comercial podem me dar certa vantagem, que tentarei compartilhar agora com vocês. Inovar não significa, obrigatoriamente, criar coisas inéditas e revolucionárias. Significa fazer COISAS DIFERENTES do que você vinha fazendo. Talvez ações que já tenham sido executadas no passado ou que são utilizadas hoje por outros ramos de atividade, mas que possam ajudar sua empresa, serão super bem-vindas.

Quer um exemplo simples? Antigamente era comum a figura do “leiteiro” que entregava seu produto de porta em porta ou do “padeiro” que passava na rua com um carrinho cheio de pães. Por conta da pandemia, as padarias “ressuscitaram” estes serviços, fazendo delivery de todos os seus produtos.

E nem precisamos contratar mais gente para tal. A maioria realocou um colaborador que, em último caso, seria demitido pela baixa no movimento. Ou seja, dois “problemas” foram resolvidos reativando uma ação comum décadas atrás e que estava em desuso nos dias de hoje.

Um exemplo interessante aconteceu comigo dias atrás. Tenho um filho pequeno e compro muitos gibis para ele em uma determinada banca de jornal aqui da minha cidade. Faço isso semanalmente, pois acho importante cultivar o hábito de leitura logo cedo nas crianças. Pois bem, nesta quarentena nossa movimentação pela cidade ficou muito reduzida e limitada a saídas essenciais, então, acabei deixando este hábito de lado sem perceber.

Foi então que recebi, na semana passada, um WhatsApp com fotos de

CAPAS DE GIBIS vindos de um número desconhecido. Até que, enfim, veio uma mensagem: “Sr. Mauro, muito bom dia. Aqui é o Fulano, da Banca de Jornais da Padaria X. Gostaria de saber se o senhor e sua família estão bem de saúde?”

O senhor me deixou seu número de celular muito tempo atrás, quando encomendou uma revista comigo e, como sei que seu filho gosta de gibis e o senhor deve estar sem poder sair de casa, resolvi lhe mandar fotos das últimas edições que recebemos. Caso haja interesse, podemos entregar em sua residência, sem custo adicional”. Agora, DEPOIS DE FEITO, parece algo simples e óbvio de se pensar em fazer, né? Mas não é.

Depois de feito, tudo – ou quase tudo – parece fácil, mas esta foi uma verdadeira aula de processo de vendas clássico. Veja: o jornalista lembrou que tinha o meu número de celular (contato do cliente), recordou que meu filho gosta de gibis (hábito de consumo/necessidades específicas), fotografou as capas das revistas (escolher a oferta/forma de abordagem) e me mandou um WhatsApp (fazer contato) oferecendo uma vantagem (entrega sem custo).

Clássico, eficiente e simples ao mesmo tempo. Isso é INOVAR sem complicação. O mínimo que o Sr. Fulano conseguiria com essa ação seria a minha simpatia e gratidão por lembrar-se de mim neste momento. E isso, por si só, já seria uma vantagem competitiva para ele no momento em que eu fosse comprar revistas futuramente.

Mas, consegui mais do que isso: comprei OITO REVISTAS que foram entregues de bicicleta pelo FILHO DELE (e usando máscara). E não, não foi piedade ou algo assim, foi necessidade: meu filho está sem aulas (como todas as crianças) e preciso mantê-lo ocupado criativamente.

Inovar, na prática, significa isso: enxergar novas soluções para os problemas.

Amplie seu olhar para os outros segmentos de atuação que existem, para as soluções que eles adotam, verifique se servem para os seus clientes e adote-os ou descarte-os, mas movimente-se. Em dias de isolamento social, ficar parado pode ser o pior para o seu negócio.

(\*) - É executivo de vendas há mais de 30 anos, educador corporativo e palestrante (www.maurolongo.com)

# Segurança em smartphones depende de união entre tecnologia e comportamento

Especialista explica que os sistemas de segurança são essenciais para manter a privacidade dos dados nos dispositivos móveis, mas que a responsabilidade do usuário é determinante para uma navegação mais segura

Denis Riviello (\*)

O uso de smartphones evoluiu muito nos últimos anos, fazendo com que passassem de ferramentas de apoio para, praticamente, centrais de comando entre nossos diversos dispositivos e contas. Isso elevou também o volume de informações que são armazenadas neles — sejam profissionais ou pessoais — tornando-os os principais alvos para cibercriminosos. No Brasil, quase 60% dos ataques cibernéticos são direcionados aos aparelhos, e neles 54% direcionados a Android e 24% ao iOS, segundo estudo realizado no primeiro trimestre de 2020 pela PRADEO, empresa provedora de segurança móvel.

Os números cresceram consideravelmente nos últimos meses com o aumento do isolamento social e do regime de home office, onde, de um mesmo dispositivo, o usuário pode acessar desde suas redes sociais, até a nuvem e arquivos sensíveis de onde trabalha. Segundo estudo da Kaspersky, empresa especialista em



segurança digital, as tentativas de golpes e sequestro de dados, aumentaram mais de 350% no Brasil apenas neste primeiro trimestre de 2020.

Sistemas como IOS e Android já possuem recursos de segurança integrado para tentar reduzir a frequência de vulnerabilidades. No caso do Android, que atualmente é o mais utilizado no mundo, oferece o sistema de criptografia de arquivos que pode ser ativado para proteger os dados de dispositivos até mesmo se forem perdidos. Além disso, permite que os aplicativos tenham acesso a dados pessoais somente se o usuário habilitar nas configurações, proporcionando autonomia e controle da proteção.

Embora para o sistema operacional da Apple não exista uma grande variedade de aplicativos próprios de segurança, o Iphone em si oferece alguns serviços de segurança de dados privado, como a função de criptografia para todas as informações no aparelho. Ele também possibilita apagar absolutamente todos os dados quando a senha for digitada errada várias vezes seguidas.

“Segundo estudo da Kaspersky, empresa especialista em segurança digital, as tentativas de golpes e sequestro de dados, aumentaram mais de 350% no Brasil apenas neste primeiro trimestre de 2020.”

As proteções de fábrica dos dispositivos são o suficiente?

Todas essas funções oferecem um nível de proteção aceitável, mas a eficácia não é completa se não estiver acompanhada da conscientização e das boas práticas de utilização do usuário. A atenção redobrada para evitar cliques em links não confiáveis, desabilitar a função de conexão automática em

rede de WI-FI público e não permitir que as senhas de acessos fiquem salvas no aparelho celular, é tão importante quanto ter antivírus nos dispositivos.

Ao precisar fazer download de um aplicativo no smartphone, é importante conferir comentários e avaliações de outros usuários, e principalmente definir senhas de acessos fortes e diferentes para cada um deles e habilitar o duplo fator de autenticação, via SMS ou e-mail, além disso, muitas ameaças contra esses sistemas podem ser evitadas mantendo-os sempre atualizados.

(\*) É especialista de Segurança, com mais de 20 anos de experiência em concepção e estruturação personalizada de áreas responsáveis por segurança da informação de grandes empresas, além de estar à frente das Áreas de Segurança de pré-vendas e Customer Success da Compugraf.



“A maioria das ameaças podem ser evitadas mantendo os sistemas sempre atualizados”, afirma Denis Riviello, Head de Cibersegurança da Compugraf

## News @TI

### Empresa disponibiliza videoaulas baseadas na cultura maker para estimular a criatividade

Escolas públicas e privadas de todo o Brasil precisaram suspender as aulas presenciais. Para contribuir com a formação complementar dos alunos, o Nave à Vela, empresa educacional de soluções maker para o desenvolvimento de competências e conteúdos curriculares, liberou o acesso a videoaulas de atividades maker voltadas para estudantes do 1º ao 9º ano do Ensino Fundamental. Baseado na ideia do “faça você mesmo” com o estímulo à colaboração e transmissão de informações entre grupos e pessoas, o ensino maker é uma tendência já forte fora do Brasil. A ação busca popularizar o conceito dentro as escolas e estudantes e reduzir os impactos que o isolamento social causa no processo de aprendizagem (https://digital.naveavela.com.br/EXPERIMENTE/).

### AkzoNobel busca insight brasileiro

A AkzoNobel realiza o Paint the Future – Startup Challenge Brazil. A novidade é que, pela primeira vez, a multinacional holandesa do segmento de tintas e revestimentos está realizando uma edição regional do seu programa colaborativo de inovação, com foco em startups. E o Brasil foi escolhido para receber a iniciativa, com inscrições abertas até 19 de junho. Para interagir com os interessados em inscrever seus projetos, a empresa está preparando lives sobre cada tema que busca soluções. No Brasil, o Paint The Future conta com o apoio da LM Ventures, que estima a existência de um ecossistema de 12 mil startups em 30 comunidades espalhadas pelo país. Elas têm acesso à plataforma aberta criada especialmente para a edição brasileira pelo link https://www.lets paintthefuture.com/pt-br/brasil-challenge, na qual é possível interagir com a comunidade online em busca de melhorias para as soluções propostas. No site, é possível encontrar detalhes sobre os quatro temas, o processo de cadastro e as etapas do desafio.

### Solutis contrata mais de 40 profissionais de tecnologia para trabalho 100% remoto

A Solutis acaba de anunciar a abertura de vagas para atuação remota a partir de qualquer região do país. São mais de 40 vagas. A Solutis investe em time com perfil qualificado e 100% remoto. De acordo com Paulo Marcelo, CEO da Solutis, as contratações refletem o momento da companhia. “Muitas empresas já estavam em processo de transformação

e outras tiveram que acelerar estas mudanças. Precisamos destes profissionais para dar suporte a estes novos projetos, a partir de uma realidade nova em nosso país”, explica. A Solutis está selecionando candidatos de forma online pela Internet. as vagas são para DEV Mobile (IOS), DEV Mobile (Android), Analista de Integração Sênior, Tech Lead BPM Sênior, entre outras. Os interessados devem cadastrar seus currículos em: solutis.gupy.io

### Webinar sobre “Inovação para o entendimento do consumidor pós-pandemia”

Em tempos de pandemia e isolamento social muitas empresas têm focado na transformação do negócio como única saída de sobrevivência no mercado. O novo comportamento do cliente para suas necessidades tornou-se imprescindível para a geração de novos produtos e soluções, elaborados com base na inovação e no design, e projetados para atendê-los de acordo com suas necessidades, principalmente neste período. Neste contexto, e com o objetivo de trazer esclarecimento sobre temas importantes e relevantes como este, além de ajudar as empresas a transformarem as necessidades de seus clientes em novas oportunidades de negócio, a Sodexo Benefícios e Incentivos, referência em serviços que levam mais qualidade de vida às pessoas e organizações, realiza no próximo dia 25 de maio, a partir das 12h, o CONEXÕES: Como ampliar a cultura de inovação para entender o novo cliente pós-pandemia. “É certo que após as transformações geradas pela pandemia, as formas de consumo irão mudar e será necessário que as empresas, que até então, apenas tinham a cultura de inovação instalada internamente, passem a realmente usá-la para observar o cliente, reinventar o modelo de negócio e entregar as soluções e serviços de que ele necessitará a partir de agora”, explica Maria Augusta Orofino, palestrante do evento. Link da transmissão: https://www.facebook.com/SodexoBrasil/



Maria Augusta Orofino, pesquisadora e consultora em Design Thinking e Transformação Digital.