

QUER CONTAR COM O ACASO OU PREFERE TER ESTRATÉGIAS?

SUCESSO NOS NEGÓCIOS: ESTRATÉGIA OU ACASO?

▶▶ Leia na página 6

Como se manter empreendendo durante a quarentena?

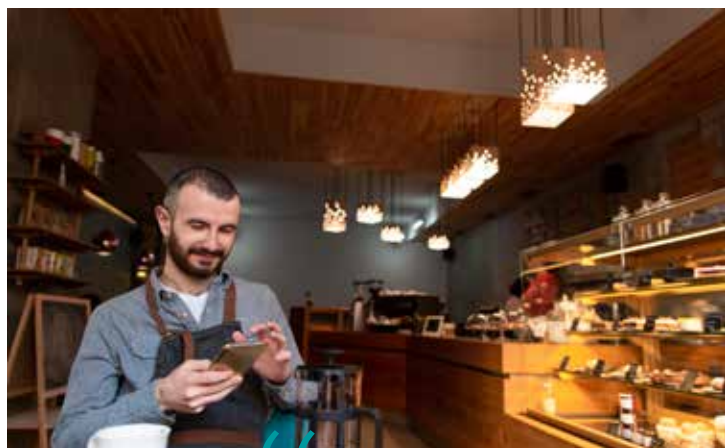
Durante este período de pandemia, as pessoas estão mais sensíveis, empáticas e solidárias

Há uma preocupação geral pelo próximo e, no cenário atual, a conexão emocional é muito importante, o que mostra que o apelo de união e apoio aos mais afetados pelo estado de isolamento é mais forte nesses momentos. Estes sentimentos também causam impacto no comportamento de consumo.

A relação entre consumidores e marcas vai depender do comportamento delas neste período de pandemia: as pessoas vão lembrar das empresas que ajudaram e foram solidárias e daquelas que estão construindo esse vínculo emocional agora, além das que mantiveram as suas operações e se adaptaram rapidamente para não ter que demitir funcionários.

Essa adaptação é mandatória para todos os empreendedores nesse período de quarentena. É preciso dar mais atenção ao comportamento de seus clientes, observar e reconhecer seus problemas de consumo, e resolver o problema de um grupo de pessoas dispostas a pagar pela solução. Afinal, não importa o momento em que vivemos, empreendedores devem pensar em formas de facilitar a vida das pessoas.

Comércio digital – Durante a quarentena, mais consumidores perceberam os benefícios de realizar compras on-line, portanto, compras de conveniência passarão cada vez mais a ser feitas remotamente. O tempo despendido para ir ao mercado, por exemplo, pode ser utilizado para trabalhar, curtir a família ou simplesmente descansar.



Neste momento, o papel das empresas deve ser o de educar as pessoas, que estão começando a se familiarizar com o consumo consciente. Neste propósito, é essencial reforçar a importância de evitar desperdício e envolver os consumidores em tarefas sustentáveis como a reciclagem.

Delivery – É evidente que o consumo por delivery deve cair após o fim da quarentena, o que abre espaço para outras oportunidades. Olhar para os problemas na logística das entregas e pensar em uma solução pode ser um bom começo. Por exemplo, a quantidade de embalagens de qualquer compra na Internet que chega pelos correios é enorme, mesmo que a peça seja pequena.

Por isso, ainda precisamos de alguém que pense em uma solução mais sustentável para as empresas que vendem on-line e, talvez, a especialização na entrega de determinadas categorias de produtos, mirando como público-alvo

as empresas e as suas necessidades de reduzir custos e diminuir o tempo de entrega.

Restaurantes e bares – Estabelecimentos deste tipo terão a retomada mais lenta, portanto, devem ser criativos quanto aos cuidados para evitar aglomerações, dada a recomendação de evitá-las. Inovações radicais também são bem-vindas neste momento, pois as pessoas estarão mais dispostas a experimentar novas alternativas de continuar consumindo os pratos do seu restaurante favorito.

Lojas de roupas – Vender roupas durante a pandemia não é fácil, visto que é um gasto que as pessoas podem preferir adiar. Temos visto a adaptação de algumas marcas para roupas mais confortáveis de ficar em casa, fitness, máscaras e roupa de dormir. É a mudança mais simples e rápida. Porém, é necessário ir além e pensar em outros problemas que ainda não possuem solução.

A recomendação de tirar e lavar as roupas e sapatos cada vez que você chega em casa faz com que as pessoas tenham mais trabalho e percam muito tempo. Será que a indústria da moda consegue resolver esse problema? O desenvolvimento de roupas mais funcionais ou de ações para ajudar pessoas carentes também seriam de grande valia.

Ações para o e-commerce – Algumas ações que podem ajudar empreendedores que querem e devem investir no e-commerce, baseadas em gatilhos psicológicos para gerar conversão de compras on-line, são:

- Oferecer algo grátis (cupons de desconto, brinde, frete grátis). Qualquer detalhe, sendo de graça, desencadeia o sentimento de reciprocidade.
- Destacar comentários de clientes que compraram e gostaram do produto pode gerar desejo e incentivar compras.
- Mostrar sempre imagens do produto em contexto de uso. Fotos apenas do produto são menos efetivas.
- Mostrar sempre que possível, qual é o problema de consumo que o produto resolve para os consumidores. Não forçar um problema se o produto é apenas hedônico.
- Usar frases como "pague somente" ou "tudo por apenas" são mais efetivas do que informar apenas o preço dos produtos e da entrega.

(Fonte: Melby Huertas é professora do departamento de Administração do Centro Universitário FEI).

Negócios em Pauta

meioemensagem.com/pexels/reprodução



Home Office até 2021

O Banco BMG adotou oficialmente o home office até o fim deste ano para todos os colaboradores do setor corporativo. De acordo com a instituição, a decisão visa minimizar a circulação e exposição de pessoas, preservando assim a saúde e bem-estar não só do quadro de funcionários, mas de suas famílias e sociedade. O trabalho remoto foi implantado pela empresa ainda em março, quando mais de mil pessoas passaram a realizar seus serviços de casa. Para a presidente do banco, Ana Karina Bortoni Dias, "o trabalho em casa funciona bem quando há boas estratégias para manter os colaboradores engajados". ▶▶ [Leia a coluna completa na página 3](#)

News@TI

Fernando Frazão/ABR



Bernardino participa de live aberta com dicas de liderança e superação

@Nesta terça-feira (09), às 09h, Bernardino, ex-jogador e treinador de voleibol, economista e empresário, participa de uma live sobre desafios e superação da liderança nos tempos atuais. O evento, que acontece por meio do projeto Liderança Viva da MSD Saúde Animal, é aberto ao público e será transmitido no canal do Youtube da companhia. O projeto Liderança Viva tem como objetivo contribuir com a comunidade, discutindo temas relevantes com a participação de líderes que são referência em comportamento e cultura, contribuindo para deixar o mundo melhor. Nessa edição, Delair Bolis, presidente da MSD Saúde Animal, moderará o papo com Bernardino (<http://www.youtube.com/channel/UcKhNAL7sfgGceJGSNUrEnIw>). ▶▶ [Leia a coluna completa na página 2](#)

Literatura

Livros em Revista

Por Ralph Peter

▶▶ Leia na página 7

Cibersegurança alça voo rumo ao novo

Recentes artigos de profissionais C-Level e especialistas do mercado têm abordado os mais diferentes pontos de vista sobre as inúmeras ações e dicas para se enfrentar a crise causada pela pandemia da COVID-19, para atualizar planos de continuidade de negócios e aprimorar o trabalho remoto. Mas, há um ponto em comum em meio a essa abrangência de opiniões: todos ressaltam que a maior parte das empresas, ao precisar reagir e se adaptar prontamente às restrições impostas pela pandemia, estava despreparada ▶▶

Festa de aniversário online faz sentido?

Para adultos, acostumados a reunir pessoas queridas em volta da mesa repleta de doces, talvez não faça sentido celebrar um aniversário a distância, mas o ritual é muito importante para os pequenos. A orientadora pedagógica da Educação Infantil do Colégio Marista Londrina, Ruth Cesar Figueira do Nascimento, conta que um de seus alunos ganhou uma festa de aniversário online, em que cada participante estava em sua própria casa e não reunidos em um único salão como seria a tradição. De acordo com o pai do estudante, os olhos das crianças brilharam quando se encontraram virtualmente. Em suas palavras, "foi um tempo de muita emoção!" ▶▶

Automação fiscal

De extrema importância para as empresas, o departamento fiscal é uma das repartições que mais acumulam tarefas nas instituições. Diante das novas tecnologias, startups vêm criando soluções para que os processos de trabalho sejam cada vez mais eficientes e ágeis, acompanhando a transformação do mercado como um todo. A automação fiscal por meio do Robotic Process Automation (RPA) é uma das soluções criadas pela Dootax, startup de automação fiscal, com soluções estrategicamente desenvolvidas para reverter o cenário de burocracia fiscal do Brasil. ▶▶

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular

