

Eficácia da vacina

A vacina Coronavac se mostrou eficaz e segura, segundo estudo publicado pela farmacêutica chinesa Sinovac Life Science. O trabalho analisou o comportamento de 600 voluntários vacinados na China durante a fase 2 dos testes clínicos. A vacina é desenvolvida em parceria com o Instituto Butantan. Os estudos demonstraram que mais de 90% dos voluntários que receberam as vacinas tiveram anticorpos capazes de neutralizar o Coronavírus, o que é um diferencial.

LuckyCom/reprodução

REINVENTAR E OBTER FONTES MENOS ONEROSAS

MARKETING EMPREENDEDOR E SUA IMPORTÂNCIA

▶▶ Leia na página 6

Os 5 maiores erros que lojas físicas cometem ao entrar na internet

O comércio eletrônico tem ganhado cada vez mais força. No entanto, fazer sucesso no e-commerce pode ser muito difícil para certos lojistas.

Para se ter ideia, cerca de 60% das lojas virtuais no Brasil quebram em até cinco anos, segundo o IBGE. Pensando nisso, o olist - plataforma que ajuda qualquer lojista, online ou offline a vender mais e dar liquidez ao estoque, reuniu os 5 maiores erros mais cometidos ao fazer a integração a loja física com o universo digital.

"Vender pela internet é uma excelente estratégia para as lojas aumentarem o faturamento, mas se isso não estiver alinhado pode ser uma grande armadilha. O ideal é que antes de migrar um negócio para o meio digital o empreendedor entenda o comportamento do seu público e conheça as plataformas de venda. Porém, existem erros bem comuns que atrapalham todo esse processo", comenta Tiago Dalvi, CEO da empresa. Segundo o empreendedor, entre os erros mais comuns cometidos pelos lojistas estão:

1. Achar que os clientes vão encontrar os produtos da loja por conta própria - Uma loja física só performa bem se estiver localizada em um endereço movimentado - do contrário, é como se estivesse no meio de um deserto. O mesmo vale para as vendas online, pois a concorrência é acirrada.

"Não adianta ter um site super bem estruturado se o público não consegue chegar até ele. É preciso pensar em estratégias de marketing para atrair novos compradores ou até se unir a grandes marketplaces para aumentar a capilaridade e atração de clientes", comenta Tiago.

2. Desconsiderar a demanda online para formar o mix de produtos - Apesar de suas particularidades, não é correto dizer que os produtos que vendem bem na loja física com certeza terão alta demanda



É preciso pensar em estratégias de marketing para atrair novos compradores ou até se unir a grandes marketplaces para aumentar a capilaridade e atração de clientes

no e-commerce. Montar o portfólio da loja virtual sem entender qual é a real demanda dos consumidores online pode ser fatal para os negócios.

Segundo Tiago, para evitar esse erro, é preciso pesquisar as tendências nas categorias com as quais trabalha e entender o padrão de consumo do seu público. "O Google Trends é uma ferramenta muito útil, que permite a identificação dos termos mais procurados pelo público em um período determinado", comenta.

3. Ignorar a importância de um catálogo assertivo e de qualidade - No comércio eletrônico os consumidores não conseguem tocar no produto, por isso, os anúncios são extremamente importantes para atrair os clientes. Dedicar atenção especial ao cadastro das mercadorias é praticamente um requisito básico para a loja ser bem-sucedida no e-commerce.

Imagens de qualidade, títulos completos e informativos são fatores de ranqueamento em qualquer canal online. Além disso, descrições que esclareçam as principais dúvidas do público pode ser um bom gatilho para incentivar o cliente a comprar o produto.

4. Ter preços pouco competitivos e não monitorar os concorrentes - Segundo pesquisa da SPC Brasil e da CNDL, existem dois fatores muito importantes que também influenciam na decisão de compra no e-commerce: o preço do produto e o valor do frete. Os lojistas precisam precificar adequadamente os produtos e o frete, equilibrando a margem de lucro e a competitividade.

5. Ser muito imediatista - Assim como qualquer outro negócio, os resultados do sucesso no mundo online levam tempo para começar a aparecer. É muito importante entender que só o anúncio na internet não significa necessariamente uma alta no volume das vendas.

"Mais do que publicar produtos na internet, é preciso investir em técnicas eficientes, portanto, tenha consciência do contexto de mercado ao planejar as estratégias digitais da sua loja", explica Tiago.

Segundo o empreendedor, é muito importante se atentar a esses erros e entender as particularidades do negócio para crescer de forma sustentável. "Muitos lojistas chegam até nós sem saber quem é seu público e sempre os orientamos a entender melhor isso para pensarmos na estratégia que melhor se encaixa ao momento e segmento que a empresa está inserida.

Por exemplo, quem quer vender em marketplaces precisa entender quais serão esses canais, se a logística está de acordo com a cobertura do negócio e até se o produto pode ser vendido nessas plataformas. O ideal é se apoiar em plataformas como a nossa e contar com profissionais experientes que ajudam em toda essa construção", finaliza Dalvi.

Fonte e mais informações: (<https://olist.com/>).

Negócios em Pauta

Foto: afrebras.org/reprodução



Sabor e Alegria

A fábrica Refrigerantes Max Wilhelm, de Blumenau, completou 95 anos de história na última quinta-feira. Foi a primeira a produzir refrigerantes, industrialmente, à base de laranja. Fundada em 1925 pelo imigrante alemão Moritz Max Wilhelm, conta com um repertório de mais de 75 produtos e tem a bebida Max Laranja como carro chefe de vendas. Depois da China, a empresa acaba de fazer o primeiro contrato com um distribuidor no Japão, para exportação do refrigerante sabor guaraná. Saiba mais: (www.maxwilhelm.com.br). ▶▶ Leia a coluna completa na página 3

News@TI

Reprodução



Evento da Automotive Business Promove Networking Virtual

@Durante os cinco dias do ABPlanOn – Planejamento Automotivo, promovido pela Automotive Business, de 24 a 28 de agosto, todos os inscritos poderão participar de uma plataforma online de networking inédita no setor automotivo. A plataforma permitirá visualizar o perfil dos profissionais que estão participando do evento e convidá-los para reuniões. "Todos nós devemos usar o networking a nosso favor. Por intermédio de uma boa rede, é possível trocar ideias, buscar soluções e encontrar novos parceiros de negócios. Vivemos um momento desafiador, e a proposta do ABPlanOn é gerar conexão entre as empresas e os profissionais e ajudá-los a fortalecer seus negócios", diz Paula Braga, diretora da Automotive Business (<http://automotivebusiness.com.br/abplanon/>). ▶▶ Leia a coluna completa na página 2

Co-working de Cannabis nos Estados Unidos

Depois de um ano e meio de dedicação e investimentos na obtenção da licença de produtos envolvendo a cannabis nos Estados da Califórnia e do Colorado, nos Estados Unidos, a My Green Network (MyGN) nasceu em 2018 com um objetivo inovador: transformar ideias em realidade. O objetivo da empresa é garantir que empreendedores e conhecedores do assunto possam, finalmente, viabilizar negócios. Sediada em Orange County, na Califórnia, tem como proposta ser um espaço completo para desenvolvimento de projetos baseados na planta - de produtos alimentícios a medicamentos, passando por cosméticos, cervejas e muito mais. ▶▶

Tecnologia é aliada durante crise

A pandemia não estava nas previsões do comércio brasileiro para 2020. A quarentena forçada válida para grande parte do país atingiu em cheio as pequenas e médias empresas. O último boletim "O impacto do Coronavírus nos Pequenos Negócios" produzido pelo Sebrae mostra que 89% dos empresários tiveram queda de até 64% no seu faturamento. Depois de estabelecimentos comerciais permanecerem fechados por semanas e agora funcionando em horários restritos, a saída é investir mais do que nunca nas vendas online. ▶▶

Contact center para startup

Startups e pequenos negócios (entre 5 e 100 colaboradores) estão entre os que mais ganham com a transformação digital. Pesquisa da Forbes, por exemplo, mostra que as startups podem incrementar a receita em 34% ao confiar em estratégias digitais, ante 23% das grandes empresas. Pode ser que você tenha começado um negócio dentro de casa, e agora vê que precisa de mais recursos e apoio. Enquanto experimenta um crescimento continuado, sua meta de hoje é simplesmente que tudo transcorra bem. A melhor maneira de fazê-lo é assegurar a base das comunicações de seu negócio. ▶▶

Para informações sobre o

MERCADO
FINANCEIRO

faça a leitura do
QR Code com seu celular



Literatura

Livros em
Revista

Por Ralph Peter



▶▶ Leia na página 5