

PROTEÇÃO DE DADOS

LGPD: ENTENDA AS 7 PRINCIPAIS MUDANÇAS PARA EMPRESAS E CONSUMIDORES

▶▶▶ Leia na página 6

5 estratégias digitais para franchising na pandemia

Em junho de 2020, a Associação Brasileira de Franchising divulgou os números do setor de franquias referentes ao primeiro trimestre de 2020.

O intuito era mostrar como o mercado foi impactado pela crise do Coronavírus. Segundo o levantamento, o setor teve um faturamento de 41 bilhões, 0,2% maior quando comparado a 2019. O crescimento pode parecer modesto, porém foi recebido com bastante entusiasmo por não estar negativo.

As franquias são tidas como um investimento certo, já que contam com todo o suporte e o know how da franqueadora. São negócios já testados e aprovados no mercado. Porém, hoje o grande desafio tanto das franqueadoras, quanto dos franqueados, é estabelecer estratégias sólidas no âmbito digital. Uma pesquisa feita com 25 mil pessoas, em março de 2020, da consultoria Kantar mostra um crescimento no uso das redes sociais na pandemia em 40%.

Os responsáveis por esse número são o Instagram, Facebook e Whatsapp. Por isso, utilizar as redes sociais, nesse período, pode ser benéfico para franqueadores, franqueados, clientes e possíveis prospects. Para Leandro Rampazzo, CEO da Godiva Propaganda, agência especializada em franchising, "as franqueadoras e os franqueados precisam estabelecer conexões entre eles e entre os clientes, a estratégia tem que partir da integração 360º", explica.

Segundo o CEO, hoje para expandir, atrair franqueados e fortalecer a marca, as estratégias e ações digitais são indispensáveis. O digital já faz parte do cotidiano de todas as pessoas, se adequar às transformações tecnológicas e investir em ferramentas de estratégia digital tem um custo muito menor do que as mídias



tradicionais, como TV e Rádio. Além de trazer maior assertividade por meio da mensuração de resultados. Pensando nisso, Leandro elaborou cinco dicas de estratégias digitais para a sua franquia:

1 – Objetivos - Traçar o objetivo e ter um direcionamento para a marca são os primeiros passos para uma boa estratégia digital. A partir disso pode-se criar as ações a serem tomadas para atingir o objetivo principal: Seja captar novos clientes, fortalecer a marca, expandir a franquia, e etc. É importante criar as metas com prazo para chegar ao resultado final, para que os passos fiquem tangíveis.

2 – Analise/estude o seu segmento e público - Fazer a busca e a análise do público-alvo, personas, mercado, concorrentes é primordial. Você precisa saber exatamente com quem vai falar e de que forma vai falar. O que funciona e o que não funciona naquele setor que você quer chegar, etc.

3 – Monte o planejamento com prazos - Depois dos dois passos anteriores chegou o momento de montar o planejamento com

prazos. Você deve unir os dados da análise do setor com as suas metas para chegar ao objetivo final. Essa parte inclui o desenvolvimento das artes, das campanhas, do planner de divulgações, etc.

4 – Utilizar o canal de comunicação de acordo com o público alvo - Unindo os três passos, você vai perceber quais são as necessidades e quais redes sociais os clientes e franqueados utilizam. Seja o Instagram, Facebook, LinkedIn e etc. É necessário ver onde seu público está inserido e engajar a partir disso as suas publicações e marca.

5 – Analisar o feedback - Sempre é importante analisar o retorno que a estratégia digital nos fornece, para que na próxima estratégia se cubra as lacunas. Quais foram as publicações que foram mais vistas, mais curtidas, mais compartilhadas. O nível de interação das pessoas com certeza vai falar muito de acordo com os próximos passos a serem tomados. Analisar os leads recebidos e se as metas estão sendo cumpridas.

Fonte e mais informações:
(www.godivapropaganda.com.br).

E-commerce esotérico = startup milionária

Daniela Vianna, CEO e co-fundadora, conta que o primeiro passo rumo ao que se tornou uma startup milionária, não foi identificar o problema mas sim o mercado e a partir disso oferecer um produto para aquele mercado, analisando como ele reage, compra e funciona. E só então, a partir deste entendimento granular (e remunerado), expandir para a oferta de conteúdo e serviços, que têm o processo de desenvolvimento mais custoso e demorado. A estratégia funcionou. Em menos de seis meses, a empresa que até então se autofinanciava, recebeu aporte de investidores e já fatura mais de US\$ 1 milhão por ano. ▶▶▶

Indústria moveleira e protocolo de segurança

O Brasil experimenta uma fase de retomada gradual das atividades comerciais, após um longo período de isolamento social. Nesse momento, donos de pequenas empresas de todo o país precisam se adaptar à nova realidade, para reabrir as portas oferecendo segurança a colaboradores e clientes. Diante disso, o Sebrae criou uma série de protocolos específicos, com dicas de procedimentos a serem implantados a fim de garantir a saúde de todos. As orientações para os donos de indústria de móveis são baseadas em normas técnicas de organizações nacionais e internacionais. ▶▶▶

O poder do omnichannel

O varejo omnichannel não é mais opcional, afinal os clientes esperam uma experiência de compra satisfatória em todos os canais. Executado de forma correta, resultará em maior movimentação e aumento de vendas também aos varejistas. A transformação omnichannel requer adotar a visão de que quebrar os limites é uma necessidade. Portanto, não é um evento, mas sim uma jornada. Os varejistas estão reformulando suas cadeias de suprimentos, operações de site e loja, marketing, merchandising, entre outros processos. ▶▶▶

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular



Negócios em Pauta

Sérgio Furtado/imagens Aéreas/reprodução



Novo acesso ao Porto

A Santos Port Authority contratou empresa para elaboração do projeto básico das obras do novo acesso rodoviário ao Porto de Santos, que ligará a Via Anchieta à avenida perimetral e faz parte do conjunto da nova entrada da cidade de Santos. Com valor de R\$ 3,5 milhões, o serviço tem prazo contratual de 18 meses para sua finalização e prevê um viaduto de entrada no Porto, sobre a via Anchieta, e outros viadutos para transposição de vias ferroviárias. Além de trazer mais segurança, dará mais agilidade no acesso rodoviário aos terminais do complexo, ao eliminar cruzamentos rodoferrviários, melhorando, assim, a relação Porto-Cidade. ▶▶▶ Leia a coluna completa na página 3

News@TI

All/Getnet



Getnet lança hackathon online para fomentar o empreendedorismo social

@A Getnet, empresa de tecnologia do Grupo Santander especializada em soluções digitais de meios de pagamentos, abriu inscrições para o Hackathon Empreenda Getnet, em parceria com o Sebrae. O objetivo da competição, que será 100% online, é pensar em soluções de venda a distância ou adaptações de produtos já existentes que estimulem a retomada da receita para ajudar pequenos e médios empreendedores que estão sendo fortemente impactados nesta pandemia. O evento acontece entre 8 e 11 de outubro. Os interessados em participar devem se inscrever e consultar o regulamento pelo link <http://www.hackathongetnet.com.br/> ▶▶▶ Leia a coluna completa na página 2

Contábil

Certificação Digital

Por Eduardo Moisés



▶▶▶ Leia na página 5