

# Especialista prevê alta de mais de 50% nas vendas da Black Friday

A data da Black Friday 2020 já está marcada: 27 de novembro. Estabelecida no calendário nacional como um dos períodos mais importantes para o varejo, a data representa uma excelente oportunidade de vendas para o e-commerce

Apesar do período difícil, há consenso de que a Black Friday deverá trazer bons resultados para o comércio. Em 2019, o faturamento chegou em 3,2 bilhões de reais, desempenho que foi 25% maior que o de 2018.

Gustavo Chapchap, que é CMO da Jet e-business e do ZapCommerce, observa que as lojas tiveram que acelerar o seu processo de transformação digital nos últimos meses, então, espera-se que consigam elevar muito mais o faturamento obtido via plataformas de vendas pela internet. “Se a loja estiver bem preparada, imaginamos um crescimento de mais de 50% na Black Friday de 2020 em relação ao ano passado”, afirma o executivo.

De acordo com os dados da Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo, de janeiro a maio o e-commerce cresceu 60%, e representa hoje 5,8% do varejo brasileiro. A expectativa é que esse percentual chegue a 8% até o fim do ano. O executivo observa que, como as pessoas estão precisando economizar, a tendência é a busca por boas



67% dos brasileiros pretendem aproveitar as promoções da Black Friday 2020.

ofertas disponibilizadas pelas marcas nessa época. Um relatório divulgado pela TracyLocke Brasil, em parceria com a Behup, indica que 67% dos brasileiros pretendem aproveitar as promoções da Black Friday 2020.

Porém, segundo Chapchap, é importante que as operações se preparem para a data. “Mais do que em outros anos, é preciso atenção com a precificação dos produtos. No estudo, 59% dos entrevistados afirmou que a decisão entre lojas físicas e online vai depender dos descontos oferecidos pelas operações”. Além

das recomendações usuais para o evento (como ter produtos em condições promocionais), a Black Friday 2020 exigirá mais atenção com algumas questões e recomenda quatro medidas estratégicas para o sucesso nesse momento:

- 1) Em razão das medidas de distanciamento social, os itens domésticos devem ser os mais demandados. Ou seja, vale a pena concentrar as ações de divulgação nesse tipo de produto.
- 2) Nas estratégias de comunicação, é preciso diversificar os investi-

mentos em mídia. Redes sociais, serviços de busca, campanhas de e-mail, uso de vídeos, enfim, quanto maior o leque de opções, maiores as chances de bons resultados.

- 3) Muitos consumidores estão vivendo suas primeiras experiências com o ambiente digital. Portanto, é prioritário cuidar da usabilidade do site!
- 4) Com o fechamento das lojas físicas (ou atuação em horário reduzido), a integração entre os canais tornou-se crucial para as operações. Assim, é importante oferecer opções de compra no e-commerce e retirada na loja. Quem está na loja também deve ter como fazer a compra online, com a assistência do vendedor. Enfim, integração é um conceito chave para o sucesso das operações nesta Black Friday.

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

## Darwin acertou mais uma vez, no mundo de negócios

William Kahler (\*)

Muitos dizem que “é nos períodos de crise que nos superamos”. Outros falam que “enquanto alguns choram, outros vendem lenços”

Tais colocações são corriqueiras e, para alguns, até mesmo inspiradoras, em momentos como o que estamos passando atualmente. O fato é que as situações sociais e econômicas impostas pelas consequências da COVID-19 impactam, sim, o dia a dia e o desenvolvimento de diversos profissionais.

Quem trabalha no mercado financeiro começou a sentir as consequências de maneira antecipada nos seus negócios, assistindo à bolsa de valores cair mais de 30% em pouco tempo, e com seis “circuit breakers” em um único mês. Falando com conhecidos que já trabalham no mercado há 40 anos, todos foram unânimes em dizer que jamais viram algo parecido.

A gravidade da situação (potencializada pela globalização, que proporciona mais agilidade na disseminação das informações) fez com que o mercado financeiro, principalmente, tenha sofrido o impacto de maneira abrupta e antecipada. Mas, claro, o mundo das finanças não é o único impactado.

Com a redução natural da circulação das pessoas nas ruas, ou com as restrições em alguns estados para a abertura do comércio e outros negócios, os empresários e trabalhadores de outros setores estão sentindo (e ainda sentirão) os sintomas econômicos desta crise.

E como os profissionais de sucesso no mercado financeiro têm reagido neste momento? Como se destacar e continuar melhorando sua performance em meio a um ambiente que sequer os mais experientes da área já vivenciaram? A resposta é adaptação.

O ser humano sobrevive há tanto tempo no planeta Terra devido à sua capacidade de adaptação.

Acredito que esta adap-

tação esteja em identificar as peças-chave do nosso trabalho e buscar alternativas de o executarmos - seja em um ambiente de home office, quarentena ou seja qual for a diversidade na qual se está exposto - sem esquecer, é claro, da intensidade! Aqui as leis da evolução das espécies citadas por Darwin vão valer como nunca - pois estamos tendo de reinventar a nós mesmos. Teremos de evoluir.

Muitas companhias estão vendo a sua produtividade aumentar com o trabalho em home office, alguns investidores aprenderam a entender como as suas aplicações reagem em momentos delicados e, por isso, passaram a ser mais adeptos a investimentos com mais risco e, por fim, muitos paradigmas estão sendo superados. Quem ainda relutava em utilizar recursos tecnológicos para potencializar os seus negócios está começando a implementá-los.

Darwin estava certo: os mais bem-adaptados sobreviverão! Reuniões por vídeo, palestras e shows por “lives” e até mesmo show-rooms online de móveis e imóveis estão acontecendo. É o ser humano colocando seu instinto natural em prática. O erro é cair no velho pensamento: “Vou esperar as coisas normalizarem para me mexer”.

Sabe aquelas frases ditas antes de um grande acidente, do tipo: “Eu não preciso de capacete” ou “pode ir tranquilo, aqui nunca passa ninguém”? Esta é mais uma delas! Muito provavelmente as coisas terão um “novo normal”, de hoje em diante. E quem espera que a situação volte a ser como era pode ter de esperar para sempre.

A história nos mostra inúmeros casos de sucesso que tiveram de atravessar momentos complicados e que, nas crises, tiveram seu ponto de virada, que os levou a ter grandes sucessos. Pois bem, aqui está a sua oportunidade.

É nos momentos difíceis que escrevemos histórias!

(\*) - É sócio-diretor da Messer Investimentos, a maior empresa de assessoria financeira do Brasil.

## Táxi autônomo ganha Prêmio de Mobilidade Novo Normal da Ford

A Ford desafiou estudantes de design da Europa a criar novas soluções de mobilidade, considerando as dificuldades que o distanciamento social trouxe para o transporte público. O conceito de táxi autônomo “muvone” venceu o prêmio “New Norm Mobility Award” (ou “Prêmio de Mobilidade Novo Normal”), com uma solução que pode ajudar as pessoas - especialmente as com mobilidade restrita - a se locomover com segurança.

Com um interior minimalista, superfícies planas e materiais fáceis de limpar para que o veículo possa ser desinfetado entre as viagens, o conceito “muvone” foi desenvolvido por Marius Lochner, da Staffordshire University, no Reino Unido. Seu objetivo é favorecer a inclusão social num momento em que os idosos e pessoas com mobilidade reduzida mais precisam.

“A crise da Covid-19 influenciou muito nossas vidas, mudou a maneira como as pessoas e as mercadorias são transportadas e criou um ‘novo normal’ para todos”, diz Chris Hamilton, designer-chefe da Ford Europa. “Isso requer novas ideias de design, recursos e aplicativos para a mobilidade, num momento em que o veículo é o espaço privado preferido e a saúde é mais importante que nunca”.

O prêmio faz parte do “New Designers Awards”, a maior feira universitária de design do Reino Unido, e contou com a parceria da Revista Top Gear. “A abrangência e criatividade mostradas nas propostas desse desafio foram impressionantes, mostrando o verdadeiro talento da próxima geração vinda do sistema educacional, e não facilitou em nada a escolha



O conceito “muvone”, criado por estudantes britânicos, transporta só uma pessoa e tem superfícies planas, fáceis de limpar.

de um vencedor”, disse Charlie Turner, diretor editorial da Top Gear, que fez parte do painel de jurados junto com designers da Ford.

Um veículo inteligente para um mundo inteligente - com foco na privacidade e segurança do indivíduo - o “muvone” está muito próximo da abordagem de design da Ford centrada no ser humano. A linguagem acolhedora de design, a proposta bem pensada e a adequação do seu uso à infraestrutura urbana atual ajudaram a destacar o projeto (Imprensa Ford).

## Mulheres: 60% das inscrições do Enem 2020

O Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep) afirma que as mulheres correspondem a 60% das inscrições confirmadas para o Exame Nacional do Ensino Médio (Enem) 2020, totalizando 3.468.808. Além disso, segundo a entidade, foram recebidas 1.661 solicitações de atendimento especializado para gestantes e 3.419 para lactantes.

Tanto as candidatas grávidas como as mães em fase de amamentação têm direito a atendimento especial.

Governos de São Paulo e Goiás estimam aumentar repasses do ICMS a municípios com melhores níveis educacionais.

Ao todo, 5.783.357 de pessoas se inscreveram para para a prova impressa do Enem e 96.086 para a versão digital do exame. O próximo exame está previsto para os dias 17 e 24 de janeiro de 2021, na versão impressa, e nos dias 31 de janeiro e 7 de fevereiro de 2021, na versão digital (Fonte: Brasil 61).

## A humanização da tecnologia no secretariado remoto

Rachel C. F. Neves (\*)

A tecnologia deu vida a inúmeras oportunidades de negócios, como o trabalho à distância. Um deles é o secretariado remoto, já consolidado nos Estados Unidos e cada vez mais presente no Brasil, ao oferecer um serviço personalizado às empresas, contribuindo para manter a identidade da marca no mercado.

Hoje, a tecnologia é uma facilitadora do processo, proporcionando diversas ferramentas para tornar o trabalho remoto mais eficiente, como Pacote Office, Dropbox, Google Drive, Togggl para cálculo de horas produtivas, Skype e Zoom, dentre outras. Com o apoio dessas ferramentas digitais, o trabalho em secretariado remoto também traz maior liberdade, qualidade de vida e produtividade ao profissional, otimizando custos e tempo de deslocamento que, conforme apontado por pesquisas, o brasileiro gasta em média três horas no tempo de deslocamento casa-trabalho e trabalho-casa.

Portanto, a tecnologia mostrou o seu poder de complementar o ser humano, mas é preciso saber lidar com a velocidade dessas mudan-

ças provocadas por robôs e super computadores nas próximas décadas. As soft skills são importantes para profissionais de qualquer setor, principalmente para os profissionais em secretariado. Muito se fala em inteligência emocional e interação entre as pessoas, mas é preciso aplicar de fato os conceitos que são essenciais para o pleno exercício da profissão, impedindo assim que a tecnologia “roube” a alma daqueles que conversam com outras almas e não somente com máquinas.

Nesse caso, o profissional que exerce o secretariado remoto terá de desenvolver e aprimorar habilidades emocionais para manter o vínculo com o cliente. É um trabalho pessoa-pessoa, e não somente pessoa-máquina. Aliás, as habilidades como resiliência, empatia, colaboração e comunicação serão a chave de qualquer profissão. Outros exemplos de soft skills que auxiliam muito na realização do trabalho em secretariado remoto são:

- Flexibilidade: saber se adaptar às mudanças;
- Trabalhar sob pressão: gerenciar estresse sem perder

Acervo Pessoal



Rachel C. F. Neves.

o foco;

- Comunicação eficaz: ouvir atentamente e se comunicar de maneira clara;
- Liderança de equipe: saber como motivar e engajar grupos;
- Organização e planejamento;
- Facilidade de relacionamento interpessoal;
- Pensamento criativo.

À medida que as transformações no mercado e nas relações de trabalho avançam, cada vez

mais empresas estão percebendo que precisam de colaboradores com habilidades que vão muito além da técnica. No entanto, uma pesquisa global realizada com 450 lideranças executivas e 450 jovens, mostrou que três quartos dos jovens em início de carreira não estavam prontos para seu trabalho. Na maioria dos casos, os contratados são inteligentes, ambiciosos e sabem usar tecnologia, mas não dão a devida importância ao valor da inteligência emocional e ao profissionalismo no ambiente de trabalho.

Para mudar essa ideia, vamos pensar na tecnologia como complemento para a expansão dos nossos horizontes, conduzindo-a de forma mais humana. O trabalho a distância, como o de secretária executiva remota, precisa ser ainda mais focado na inteligência emocional para estabelecer um relacionamento de confiança com os clientes, entendendo seus desafios e usando a criatividade e a empatia como ferramentas para o sucesso do negócio.

(\*) - É franqueada responsável pela unidade cidade de São Paulo da D.Zortéa Secretariado Remoto, sendo Secretária Executiva Remota Trilingue.