

A alta capacidade de inovar, cocriar e colaborar

Mary Alejandra Ballesta Estrada (*)

O ano de 2020 deixa um legado e tanto para o mundo

Em 2020, as corporações mostraram toda sua intensidade, provocando transformações profundas nas estruturas de projetos, iniciativas e como responder de maneira rápida e ágil para que muitos buscassem a sobrevivência no mundo dos negócios também. A estratégia adotada este ano deve se perpetuar em 2021, e nos próximos anos, para quem está disposto a consolidar, por exemplo, seu ecossistema de inovação, atuando em diferentes temas para poder dar mais suporte às jornadas de negócio de seus clientes.

No entanto, só vai sair na frente quem tiver realizado um trabalho forte e consistente até aqui, com soluções diversificadas, especialmente orientadas na jornada de serviços financeiros, área que ganhou o olhar de muitos com a chegada revolucionária dos pagamentos instantâneos do PIX. Mas segmentos como Varejo, Logística, Indústria e Saúde também vão continuar crescendo e exigindo serviços ainda mais inovadores e amigáveis.

Melhorar a performance e experiência dos clientes, seja em canais digitais quanto em um mundo cada vez mais phygital, será um ponto fora da curva para empresas manterem sua força no Marketing, atendendo de ponta a ponta desde o design da experiência, a produção de conteúdos e a gestão do relacionamento dos clientes.

O poder da cocriação é fundamental para alcançar a inovação, com isso, trazer o cliente para ser um parceiro estratégico vai permitir contribuir não apenas com experiência tecnológica, mas também com a combinação de visões de inovação originadas em outros setores e com capacidade de implementação, pragmática, tangível e de alto valor. A inovação cada vez mais é a capacidade de afrontar um mundo incerto a partir da associação de ideias, capacidades e lógicas que permitam repensar para trazer mais valor.

No Brasil, se enxerga um ecossistema de atores de inovação ainda mais rico, mais complexo, que vai exigir de todos nós do mercado uma alta capacidade para colaborar entre os atores; essa capacidade ainda não está em prática de forma massiva, mas cada vez mais conseguiremos ver como essas associações acontecem e criam jornadas ou soluções únicas no mercado. De outro lado, a tecnologia tem se estendido drasticamente na cobertura, e agora no uso pós-pandemia, razão pela qual a aceleração de transformação digital é iminente e irreversível.

A transformação só se conquista com a explo-

ração de novas ideias e possibilidades que a tecnologia alavanca para obter grandes mudanças sociais, econômicas ou de resultados empresariais. Entre as tendências fortes e sólidas que devem despontar nos próximos anos e que já fizeram sua prova de conceito em 2020 estão temas como a economia circular. Vimos durante a pandemia o quão necessário é praticar um consumo mais consciente, que privilegie e economia local a partir também de uma economia global vantajosa.

As pessoas irão consumir mais próximo de casa e de produtores menores, ou seja, vão querer desfrutar de maior acesso de comprar via marketplaces. Outro ponto importante é manter como principal foco o bem-estar e a saúde. Antes, vimos um movimento relacionado à prevenção da saúde e à visão de bem-estar. Hoje, mais do que nunca, e com a instalação da telemedicina e potenciais novas soluções digitais para o cuidado pessoal da saúde, olharemos um consumo de bem-estar self-service, avançado a partir de hubs de soluções de saúde, wellness e mindfulness.

Vamos precisar focar em operações cada vez mais eficientes. A crise mundial reduz as receitas. Existem muitas oportunidades de crescer em alguns segmentos, outros foram altamente impactados, mas ainda os que crescem devem considerar um cenário econômico completo, com margens ainda mais estreitas e que requer muita disciplina para a redução de custos e a sobrevivência.

Veremos uma intensificação da automação, a adoção de processos cada vez mais enxutos e a capacidade de repensar todo o modelo operacional buscando uma cadeia de valor de maior efetividade. Por fim, a democratização dos serviços do setor financeiro é um fato e está aí para mexer com toda a estrutura do capital. É o que já começou a partir do novo contexto de Open Banking, PIX e especialmente de todo o movimento de super plataformas que estará imerso no nosso dia a dia, nos oferecendo serviços financeiros customizados e ao alcance de nossas mãos.

E tudo isso irá se consolidar e ganhar novos contornos com a nova lei, que já está aí: a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), proporcionando a proteção de dados que não só levará as empresas a pensar melhor em formatos para garantir a segurança das informações de seus clientes, como também para usá-los cada vez mais com responsabilidade e eficiência.

Ganhará muito valor tudo o que tem a ver com a gestão e inteligência de dados na visão de relacionamento e uso.

(*) - É diretora global de Inovação e Negócios Digitais do Grupo Stefani.

Home office e novas formas de incentivar colaboradores

O home office se tornou uma forma de trabalho oficial em grande parte das empresas. Gerir as operações e colaboradores remotamente foi um dos desafios de grande impacto no mercado, na gestão de grandes e pequenas corporações

Com isso, os serviços financeiros também tiveram uma nova forma de consumo: totalmente digital, onde a grande maioria das empresas efetua pagamentos e recebimentos de forma online, utilizando PIX e diversas carteiras digitais, fazendo esse serviço crescer muito na pandemia.

Pioneira em otimizar o pagamento de bônus e premiações, a Cash.in teve um crescimento de 309% durante a pandemia. Segundo a CEO e co-fundadora da fintech, Nani Gordon, atender necessidades individuais é primordial, ainda mais neste momento, e o



O prêmio de incentivo flexível é a forma mais assertiva de fortalecer a autonomia.

prêmio de incentivo flexível é a forma mais assertiva de fazer pagamentos, pois incentiva a autonomia e faz com que as empresas "abracem" seus colaboradores e prestadores de serviço.

"Para nós, a melhor maneira de atender às pessoas, é entregar a possibilidade de escolha, um a um. O que José quer, não é o mesmo que a Maria, então vamos olhar para isso e, obviamente dentro das leis e

compliance, entregar solução e não mais um cartão complicado ou benefícios que não auxiliam no dia a dia", diz Nani.

Dentro da carteira de incentivo, o colaborador consegue transacionar os valores em transferências, saques em lotéricas, pagamento de boletos, recarga de celular, assinar serviços de streaming e utilizar em cupons de grandes lojas. Neste início de ano, a startup acaba de iniciar uma rodada de captação de investidores e tem a meta de aumentar para 589% o tpv da sua base, que já conta com 10.000 mil usuários. Fonte: (www.cashin.com.br).

Soluções em tecnologia para o sucesso de uma videoconferência

Uma empresa que se limita a reuniões presenciais já está perdendo o fôlego para acompanhar as mudanças rápidas do mercado. É por isso que investir em equipamentos de videoconferência é uma tendência que veio para ficar! Segundo Rubens Branchini, Diretor Comercial da ES Tech - empresa referência no fornecimento de tecnologias, as vantagens desse modelo de reunião são imediatas para a empresa, bem como o colaborador que o adota.

"Hoje em dia, uma reunião não tem mais hora ou lugar para acontecer. É um dos processos afetados pela transformação digital, que inclui tecnologia na administração e operação de negócios do futuro", afirma Branchini. Entre os benefícios das videoconferências destacam-se: maior produtividade e eficácia nas reuniões remotas; permite discutir informações importantes com agilidade; conexões mais profundas e significativas com clientes e parceiros através de conversas face a face mais frequentes; redução significativa nos custos de viagens e deslocamentos.

Porém o sucesso das reuniões virtuais depende da qualidade dos equipamentos, por isso Branchini lista abaixo as principais soluções de tecnologia que otimizam as videoconferências:

- **Microfones:** com a ajuda de uma empresa especializada, é possível montar o setup perfeito, mas inicialmente é preciso se preocupar com a clareza do áudio e com a capacidade do equipamento de reduzir ruídos de fundo indesejáveis.
- **Câmeras:** quanto melhor a resolução da câmera, mais fácil ficará para integrar participantes remotos na reunião. Mas, além da qualidade de imagem, há outras características que podem ajudar na hora de investir nesse tipo de equipamento. Existem hoje, por exemplo, modelos inteligentes capazes de focar automaticamente em quem está falando — criando uma dinâmica melhor na conversa sem que você precise se preocupar com a operação do dispositivo.



Obtenha maior produtividade e eficácia nas reuniões remotas.

- **Iluminação:** não adianta comprar câmeras de qualidade se a sala for muito escura, por isso, vale atentar-se também para o ambiente das reuniões, que devem permitir uma nítida visualização dos participantes. Investir em luzes especiais para filmagem é uma boa pedida!
- **Software:** o segredo de se obter uma boa videoconferência está na união de equipamentos de qualidade com softwares eficientes. As melhores soluções são aquelas capazes de utilizar o máximo da conexão disponível com a internet, gerenciar múltiplas telas sem engasgos, permitir compartilhamento simples de arquivos e telas, gerenciar o áudio para destacar quem está falando, além de registrar a reunião para futuras referências.

Com um investimento certo em equipamentos de videoconferência e um bom sistema para gerenciá-los, uma reunião remota pode ser tão boa ou até melhor que a presencial. Fonte e mais informações: (www.estech.com.br).

Sofia, a primeira totem-robô do Brasil

O Brasil acaba de ganhar Sofia - a primeira totem-robô assistente para atendimento a clientes e público nos setores varejista, hoteleiro, educacional e da Saúde. A novidade estreia no país pelas mãos da XRobô, primeira startup brasileira especializada no fornecimento de robôs humanoides e na criação de aplicações sob medida para o mercado cooperativo.

Com 1,60 metro de altura e pesando menos de 10 quilos, Sofia é uma totem-robô assistente dotada de tela com avatar e integralmente desenvolvida e programada pela XRobô para fornecer informações sobre produtos e serviços em lojas, shoppings, farmácias, hospitais, hotéis, pousadas, escolas - e em mais uma infinidade de locais e negócios de diferentes portes e segmentos nos quais a interação com o público e o poder da informação são fundamentais nos processos de escolha e tomada de decisão dos consumidores no ato da compra.

Sofia pode, por exemplo, ser posicionada na entrada ou em lugares estratégicos do estabelecimento comercial. Dotada de sensores, ela 'percebe'



Com 1,60 metro de altura e pesando menos de 10 quilos, Sofia é uma totem-robô que fornece informações sobre produtos e serviços.

quando alguém se aproxima e coloca-se à disposição para interagir e informar. O avatar na tela tem feições humanas e inspira simpatia, promovendo segurança e acolhimento na interação com o cliente.

No caso das farmácias, setor do primeiro protótipo de Sofia, ela pode esclarecer sobre medicamentos, desde os tipos e para que servem até a localização de determinado item nas gondolas - e ainda tirar dúvidas sobre os produtos e

serviços da loja. Já em hotéis, ela pode informar sobre quartos, pernoites e serviços, tal qual um totem-robô concierge. O objetivo é fornecer uma experiência inovadora ao consumidor, além de reduzir o tempo em filas e espera.

A produtividade da equipe é outro ganho importante, uma vez que Sofia libera - para melhor cumprimento de suas funções - os profissionais que porventura tivessem de interromper suas atividades e tarefas para prestar informações. Outra grande novidade é o modelo de negócios para a comercialização de Sofia. Além da venda tradicional aos diferentes setores de mercado, a XRobô oferece às empresas interessadas a opção de arrendamento com pagamento mensal de aluguel.

"Com excelente desempenho e preço acessível, Sofia certamente abrirá um novo leque de oportunidades incríveis para a expansão e a implantação de Inteligência Artificial nos mais diversificados estabelecimentos brasileiros. É a Transformação Digital em ação", diz André Araújo, CEO da XRobô. - Fonte e mais informações (http://xrobo.com.br/totem-robô)