

Foco nos clientes pode aumentar os resultados do negócio

Para quem tem um empreendimento, manter a clientela ativa é um dos maiores desafios.

Além dos gastos com fornecedores, contas mensais e fluxo de caixa, o lucro do negócio vem sempre da venda dos produtos ou da prestação de um bom serviço, portanto, é mais que necessário mantê-los constantemente satisfeitos e é claro, interessados. Para a master coach Valéria Bax (*), formar uma boa base de clientes costuma ser demorado.

“Para ocorrer a fidelização, a pessoa interessada deve ter certeza da qualidade superior de seu produto em relação aos outros, e enquanto isso, fica migrando entre vários locais”. Mas, quando existe a identificação do cliente com o negócio, e o proprietário percebe que a presença dele já é recorrente, como mantê-lo sempre por perto? Um dos pontos principais é garantir que os seus compradores permaneçam ali pelos mesmos motivos que chegaram.

“Se foi pela qualidade, pela rapidez na entrega dos produtos ou na prestação de serviços, pelo ótimo atendimento, pelas diferen-



Um dos pontos principais é garantir que os seus compradores permaneçam ali pelos mesmos motivos que chegaram.

tes formas de pagamento oferecidas, alguma dessas coisas é o principal que deixa os clientes fixos em um negócio. Para isso, o ideal é manter essas características sempre ativas”. Uma boa dica é realizar pontualmente algumas pesquisas de satisfação, mas de forma natural.

“Solicitar que o cliente avalie a compra e dê sugestões, enviar formulário aos clientes principais para que eles mostrem qual é o motivo de preferir o seu negócio em detrimento de outros, são algumas das atitudes

que o empreendedor deve implementar para ter um apanhado geral e saber como está o seu desempenho com a clientela”.

Outra dica importante é investir em inovação, pois nada melhor que novidades que acompanhem as tendências do mercado. “Anotar ou ir guardando as sugestões de coisas que os clientes fixos sempre perguntam se você tem em seu negócio é uma boa estratégia para o lançamento ser um sucesso, pois, quando ele surgir, aquele cliente irá sentir que

houve uma preparação e um cuidado para atender aos compradores, e que a qualidade desse novo produto ou serviço será muito boa”, pontua Valéria.

Clientes fiéis se tornam embaixadores da marca, sendo assim, ao proporcionar a eles experiências positivas, são altas as chances que eles compartilhem esses benefícios com amigos e familiares. “Muitas pessoas são influenciadas por outras que conhecem, portanto, os clientes fiéis oferecem à marca um avanço positivo quando se trata de quem não está familiarizado com o seu negócio ainda.

E, é claro, estar presente no pós-venda ou após a prestação de determinado serviço, garantindo que o cliente está satisfeito com a escolha que fez e que o que você ofereceu provocou realmente alguma mudança importante na sua vida ou rotina”, finaliza a empresária.

(*) - Empresária do varejo e Master Coach na Área de Negócios, é formada em Comunicação, Especialista em Gestão de Negócios, Marketing e Comercial e sócia do Instituto Evex, em Belo Horizonte.

Cibersegurança e as prioridades de Telecomunicações

Anderson França (*)

Entre os impactos da ascensão das tecnologias digitais, uma das que mais afetou a rotina foi a facilidade com que novos serviços e ofertas foram criados diariamente

Por meio de sistemas colaborativos e da Nuvem, por exemplo, estamos avançando rapidamente em demandas que até pouco tempo atrás pareciam impossíveis. O outro lado da moeda, no entanto, é que a digitalização também tem feito com que a proteção das informações se torne uma tarefa cada vez mais complexa e fundamental para todos.

É esse panorama, agora, que tem colocado as empresas de telecomunicações e prestadoras de serviços (como as provedoras de Internet) em uma posição-chave em relação às demandas por proteção de dados. Afinal de contas, é por meio dos serviços dessas companhias que empresas e pessoas estão, ininterruptamente, movimentando suas informações.

Para acompanhar a digitalização, as companhias de Telecom e provedoras de serviços na área estão investindo em uma grande mudança no modelo de negócios do segmento de telecomunicações – que inclui cada vez menos o telefone em si, diga-se -, permitindo avanços e inovações com enorme potencial para transformar a comunicação das pessoas e a realidade dos negócios a partir das telecomunicações.

Alguns exemplos desse processo evolutivo são a criação de APIs que facilitam a troca de informações entre consumidores e empresas, uso de ferramentas de Internet das Coisas e Inteligência Artificial para o gerenciamento de cadeias de suprimentos e, ainda, as redes 5G, que certamente ajudarão a escalar inúmeras oportunidades que, atualmente, sequer podemos imaginar.

Todos esses avanços são importantes. No entanto, a verdade é que elas não bastam, e precisam incluir a segurança das informações. Está na hora de fornecedoras e prestadoras de serviços de Telecom entenderem a importância da cibersegurança e ampliarem suas camadas de proteção disponíveis para os clientes, também nas relações de B2B.

Em paralelo às possibilidades de inovação, portanto, é essencial que as companhias também reinventem seus modelos de ponto de vista da segurança cibernética, agregando valor às ofertas a partir de opções que ampliem a proteção

disponível para atender o mercado B2B em sua demanda por confiabilidade, eficiência e disponibilidade.

Até porque, vale sempre destacar, à medida que os serviços avançam, os consumidores também serão obrigados a buscar soluções que, de fato, ajudem a garantir mais proteção aos dados de seus próprios negócios. A transformação digital do mercado traz diariamente avanços e riscos. E esse é um ponto no qual as empresas de telecomunicações e a cadeia de oferta de serviços associada a esse segmento não podem mais negligenciar, se quiserem manter a confiança dos clientes.

Além de operar redes complexas e armazenar grandes quantidades de dados confidenciais associados a indivíduos e empresas, essas organizações devem agir rapidamente para mitigar as brechas e dirimir as vulnerabilidades que porventura possam colocar em risco as equipes e consumidores. Isso passa, no caso, por ampliar seu olhar e incluir a cibersegurança como um componente estratégico de suas ofertas.

Assim como os cibercriminosos estão continuamente aprimorando e evoluindo suas capacidades para explorar novas vulnerabilidades, os líderes de negócios das companhias de Telecom e das fornecedoras do ecossistema como um todo precisam se preparar recorrentemente para lidar com essas ameaças e proteger o cliente de maneira nativa e constante. Evitar problemas exigirá aquisição de talentos e esforços de investimento com uma oferta que não contemple apenas um lado da história – mas também consiga proteger os ativos de ameaças e vulnerabilidades.

A indústria de telecomunicações sempre esteve e está na vanguarda da inovação tecnológica, alavancando tecnologias dos mais diversos tipos. Será assim, mais uma vez, com as inovações da Internet das Coisas (IoT), Nuvem e 5G, entre outras. Agora, porém, elas também são chamadas a considerar soluções de segurança cibernética para melhorar seus serviços e atender seus clientes de forma efetiva.

A pandemia acelerou muitas mudanças, e a segurança digital certamente será cada vez mais uma prioridade empresarial. Afinal, vivemos hoje no mundo conectado e online que sempre desejamos. Com proteção, os avanços tecnológicos podem nos levar a um outro patamar de resultados e de produtividade. Resta saber se alguém ainda vai querer correr riscos nessa jornada.

(*) - É CEO da Blockbit (www.blockbit.com/pt).

O propósito da marca na geração de resultados

Dino Bastos (*)

A adoção de uma abordagem mais humana e personalizada com os clientes e seguidores de uma marca já vinha se destacando no mercado, sobretudo com o boom das redes sociais em anos anteriores, mas com a pandemia o marketing humanizado ganhou ainda mais força. E nesse sentido, saber se comunicar se tornou essencial, afinal é por meio da comunicação que a relação entre marca e pessoas é construída e mantida.

Principalmente nos dias de hoje, quando os consumidores valorizam não apenas o produto ou o serviço, mas a experiência que a marca proporciona durante todo o processo de atendimento, pois a persona saiu da sua condição de alvo e virou o propósito da marca. De acordo com uma pesquisa realizada em 2018 pelo Grupo Sital sobre a experiência do cliente, 70% das pessoas gostariam de ter interação humana no lugar da robótica. Dessas, 48% acreditam que o atendimento automatizado não consegue entender, nem ajudar a solucionar suas necessidades.

Além disso, 61% afirmaram que receber um e-mail, respostas em chats ou retorno em mídias sociais de forma personalizada, são diferenciais, e que elas se importam com esse retorno. Um exemplo de marca que sempre valorizou o marketing humanizado e a comunicação personalizada é a Netflix. A cada interação, além de responder aos seguidores das suas redes sociais de forma personalizada e bem humorada, a empresa utiliza uma linguagem estratégica que desperta o afeto, a empatia e aumenta o envolvimento dos seus seguidores. Com ações como essa, além de conquistar novos lovers para a marca, a Netflix também contribui para alcançar resultados.

No acumulado do ano, a plataforma de streaming já valorizou 69%, o que levou a companhia a atingir um valor de mercado de US\$ 241,5 bilhões. Outra empresa que adotou o marketing humanizado para atingir seus objetivos de negócio foi o Mercado Livre. O site aproveitou o momento da pandemia e a necessidade de isolamento para



É por meio da comunicação que a relação entre marca e pessoas é construída e mantida.

conscientizar as pessoas quanto à importância de manter a distância e evitar apertos de mão. Assim, trocou sua logo temporariamente, de duas mãos se apertando, para um toque de cotovelos, forma de cumprimento que tem sido utilizada como alternativa para evitar contatos físicos.

Além disso, a nova logo vem acompanhada do mote: “Juntos. De mãos dadas, ou não”. O post comunicando essa mudança rendeu mais de 51,3 mil curtidas para a marca no Instagram e mais de 8,1 mil de compartilhamentos no Facebook. Todo esse trabalho de comunicação e marketing e ainda o crescimento do e-commerce durante a pandemia contribuíram para que a companhia de comércio eletrônico se tornasse em agosto, a empresa latina mais valiosa com ações em Bolsa.

Ações como essa mostram a força do marketing humanizado, de um projeto de branding bem construído e da comunicação estratégica e profissional associada a eles para a obtenção de resultados e novos negócios, principalmente durante esse período de crise, momento em que as empresas precisam, mais do que nunca, se manterem ativas.

(*) - É CEO da Partners Comunicação Pro Business.

DIGIGRAF DISTRIBUIDORA COMÉRCIO E SERVIÇOS S.A.
CNPJ/MF: 54.472.956/0001-15 - NIRE: 35.300.337.338
Edital de Convocação de Assembleia Geral Ordinária
Ficam convocados, na forma da lei, os Srs. acionistas da Companhia Digigraf Distribuidora Comércio e Serviços S.A., para se reunirem em AGO a ser realizada às 9h30, do dia 09.03.2021, na sede social localizada na Rua Soares de Avelar, nº 894, bairro Vila Guaraná, São Paulo/SP, a fim de deliberarem sobre as seguintes matérias: (i) tomar as contas dos administradores, examinar, discutir e votar as demonstrações financeiras relativas ao exercício social encerrado em 31/12/2020; (ii) deliberação da proposta de destinação do resultado do exercício de 2020; e (iii) eleição dos membros da Diretoria. Diretor Presidente: Antônio Francisco da Rita Leal.

Editais de Intimação Prazo 20 dias. Proc. 0040739-11.2020.8.26.0100. A Dr.ª Mariana de Souza Juiz de Direito da 31ª VC do Foro da Capital – SP. Faz Saber a Paulo Lopes dos Santos, CPF nº 261.466.608-41, que nos autos de cumprimento de Sentença ajuizado por União Social Camiliana, foi deferida a sua intimação por edital para que efetue o pagamento do valor de R\$ 11.902,77, que deverá ser devidamente atualizado até a data do efetivo pagamento, no prazo de 15 dias, (art.513, §2º, IV, CPC), sob pena de multa e Honorários de 10% (art.523, §1º, CPC), podendo oferecer impugnação, no prazo de 15 dias (art.525 CPC). Será o edital afixado e publicado na forma da lei. Nada mais.

COMARCA DE SÃO PAULO. FORO REGIONAL I - SANTANA. 8ª VARA CÍVEL EDITAL DE CITAÇÃO. Processo Físico nº: 0053111-13.2011.8.26.0001. Classe: Assunto: Monitória - Contratos Bancários. Requerente: Banco Itaucard S.A. Requerido: Thiago Aparecido da Cruz Lima. EDITAL DE CITAÇÃO - PRAZO DE 20 DIAS. PROCESSO Nº 0053111-13.2011.8.26.0001. O MM. Juiz de Direito da 8ª Vara Cível, do Foro Regional I - Santana, Estado de São Paulo, Dr. Simone de Figueiredo Rocha Soares, na forma da Lei, etc. FAZ SABER a THIAGO APARECIDO DA CRUZ LIMA, CPF 358.272.588-06, que lhe foi proposta uma Ação Monitória por parte de BANCO ITAUCARD S.A., CNPJ 17.192.451/0001-70, objetivando a cobrança do valor de R\$ 6.867,17 (dezembro/2011), referente à utilização de crédito que lhe fora concedido, por meio do Contrato nº 00000062098732. Encontrando-se o réu em lugar incerto e não sabido, foi determinada a sua CITAÇÃO, por EDITAL, para os atos e termos da ação proposta e para que, no prazo de 15 dias, que fluir após o decurso do prazo do presente edital, efetue o pagamento do débito, acrescidos de 5% de honorários advocatícios, calculados sobre o valor da causa, ou caso queira, apresente embargos, sob pena de constituição do mandado inicial em mandado executivo judicial. Não sendo apresentada defesa, o réu será considerado revel, caso em que será nomeado curador especial. Será o presente edital, por extrato, afixado e publicado na forma da lei. NADA MAIS. Dado e passado nesta cidade de São Paulo, aos 21 de setembro de 2020.

Editais de Citação Prazo 20 dias. Proc. 1080788-48.2018.8.26.0100 O Dr. Rodrigo Cesar Fernandes Martinho, Juiz de Direito da 4ª VC do Foro da Capital – S/P. Faz Saber a Meisson Real Martelli, CPF nº 299.021.528-05, que CGMP – Centro de Gestão de Meios de Pagamentos S/A, ajuizou-lhe ação Monitória no valor de R\$ 759,21, devidamente atualizada e, efetue o pagamento de honorários advocatícios correspondentes à 5% do valor da causa, ou apresente embargos ao mandado monitório, nos termos do artigo 701 do CPC, Referente ao contrato através do Cejuscc firmado entre as partes e não foi cumprido. O réu será isento do pagamento de custas processuais se cumprir o mandado no prazo. Caso não cumpra o mandado no prazo e os embargos não forem opostos, constituir-se-á de pleno direito o título executivo judicial, independentemente de qualquer formalidade. Estando o réu em lugar ignorado, foi deferida a sua Citação por edital, para que em 15 dias, a fluir após os 20 dias supra, conteste a ação sob pena de serem tidos como verdadeiros os fatos alegados na inicial. Ficando advertido de que Será nomeado curador especial em caso de revelia. Será o edital afixado e publicado na forma da lei. Nada mais.

TANTUM GROUP CONSULTORIA EMPRESARIAL LTDA - CNPJ nº 10.935.384/0001-98 - NIRE 35.223.393.834 - Reunião de Sócios Quotistas - Edital de Convocação - Ficam convocados os senhores sócios quotistas da sociedade limitada Tantum Group Consultoria Empresarial Ltda., para comparecerem à Assembleia Geral Ordinária que se realizará, às 15h00, no dia 26/02/2021, na sede da empresa, localizada no Condomínio New Worker Tower - Centro Empresarial Alphaville, localizada na Alameda Grajaú, 60 - CEP 06454-050 - 2º Andar - Sala 2306 - Alphaville - Barueri - SP, para deliberarem sobre a aprovação do balanço patrimonial e das demonstrações financeiras relativas ao exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2020. Barueri, 10 de fevereiro de 2021. FANNY SCHWARZ - sócia administradora.

MGH Empreendimentos e Participações Ltda
CNPJ/MF nº 49.356.314/0001-10
Editais de Convocação
Ficam os senhores sócios convocados para reunião, na Avenida George Saville Dodd, nº 128, em 03/03/2021, às 11:30 horas para a seguinte ordem do dia: (a) alteração dos parágrafos 1º e 2º da cláusula 9ª do Contrato Social. (b) Discussão e decisão sobre retirada de sócio. (c) Outros assuntos de interesse social. A Diretoria. (06, 09 e 10)

Empreendimentos Litoraneos S/A
CNPJ/MF nº 62.626.544/0001-10 - NIRE nº 353.0002696-9
Editais de Convocação - Assembleia Geral Extraordinária
Convocamos, os Srs. acionistas da Empreendimentos Litoraneos S/A, para se reunirem em Assembleia Geral Extraordinária que se realizará no dia 17/02/2021, às 11h, na sede social na Alameda Santos, nº 1293, 7º andar - conjunto 7274, sala 05, em São Paulo/SP, a fim de deliberarem sobre a seguinte ordem do dia: a) Cisão Parcial da companhia; b) consolidar e atualizar a redação do Estatuto Social; c) Outros assuntos de interesse social. Pedro Henrique Julien de Toledo Piza - Diretor. (09, 10 e 11)

Editais de Citação Prazo 20 dias. Proc. 1010272-32.2020.8.26.0100. O Dr. Guilherme Santini, Juiz de Direito da 30ª VC do Foro da Capital – S/P. Faz Saber a Paula Babrielle Soares Lavor Costa RG nº 38.161.830-4, CPF nº 424.289.778-22, que União Social Camiliana, ajuizou-lhe ação Monitória no valor de R\$ 11.319,32, devidamente atualizada e, efetue o pagamento de honorários advocatícios correspondentes à 5% do valor da causa, ou apresente embargos ao mandado monitório, nos termos do artigo 701 do CPC, Referente ao contrato de prestação de serviços educacionais firmado entre as partes e não foi cumprido. O réu será isento do pagamento de custas processuais se cumprir o mandado no prazo. Caso não cumpra o mandado no prazo e os embargos não forem opostos, constituir-se-á de pleno direito o título executivo judicial, independentemente de qualquer formalidade. Estando o réu em lugar ignorado, foi deferida a sua Citação por edital, para que em 15 dias, a fluir após os 20 dias supra, conteste a ação sob pena de serem tidos como verdadeiros os fatos alegados na inicial. Ficando advertido de que Será nomeado curador especial em caso de revelia. Será o edital afixado e publicado na forma da lei.

Intimação Prazo 20 dias. Proc. 0000576-08.2019.8.26.0008. O Dr. Cláudio Pereira França, Juiz de Direito da 2ª VC do Foro do Tatuapé - S/P. Faz Saber a Priscila Fernandes RG nº 45.544.788-3, CPF nº 318.143.938-03, que União Social Camiliana, alegando em síntese: foi deferida a sua INTIMAÇÃO por edital para que efetue o pagamento do valor de R\$ 31.391,22, que deverá ser devidamente atualizado até a data do efetivo pagamento, no prazo de 15 dias, a fluir após os 20 dias supra, sob pena de multa e Honorários de 10% (art.513, §2º, IV, do NCPC), podendo oferecer impugnação no prazo de 15 dias. Será o edital, afixado e publicado na forma da lei. Nada mais.