

MELHORIA DA EXPERIÊNCIA DOS CLIENTES



POR QUE ESTRATÉGIAS OMNICHANNEL SE TORNARAM INDISPENSÁVEIS PARA QUALQUER NEGÓCIO

▶▶ Leia na página 6

Apesar dos números espetaculares, precisamos fazer mais pelo e-commerce

A arrancada histórica do e-commerce no ano que passou marcou o início de uma era quando pensamos em comportamento de consumo.

Vimos transformações tão rápidas a ponto de impressionar os mais visionários líderes do setor, que comemoram os novos hábitos de compras observados na população. Alimentos, bebidas, carros e até mesmo dólar (!) - não faltam possibilidades nem aplicativos para consumir sem ter trabalho para pesquisar e, o melhor de tudo, sem precisar sair de casa.

Apesar dos números espetaculares (segundo a FecomercioSP, o e-commerce cresceu em seis meses o que cresceria em seis anos), há muito o que ser feito para explorar todo o potencial do comércio eletrônico no Brasil. Digo isso porque venho acompanhando os diversos gargalos enfrentados principalmente pelos lojistas de pequeno e médio porte, relacionados com inteligência logística, mecanismos de entrega e, mais recentemente, com higienização das mercadorias.

No início da pandemia, quando muitos lojistas foram obrigados a fechar as portas, houve um movimento brusco em busca de vender pela Internet, ainda que não houvesse nenhuma estrutura pensada para este fim. O resultado é que muitas empresas precisaram recorrer ao bom e velho jeito brasileiro, recebendo pedidos pelo WhatsApp e organizando-se com os recursos que estavam ao seu alcance - afinal, qualquer modelo era melhor do que não vender.

Resumindo: sem cultura digital, o improviso prevaleceu e o jogo de cintura brasileiro manteve a renda de muitas famílias. Mas este cenário do ano passado não representa mais a realidade; em 2021, o comércio eletrônico já começa a todo vapor.

Há uma tendência crescente do movimento via marketplaces, onde pequenos lojistas estão obtendo excelentes oportunidades para vender em plataformas maiores e crescer, mesmo em um ano de baixa na economia.



Paralelamente, muitos players de tecnologia, inclusive os gigantes mundo afora passaram a olhar com bons olhos para o Brasil. Sendo assim, os lojistas que atuam em categorias específicas precisarão se preparar para acompanhar o crescimento veloz de seu mercado, uma vez que serão exigidos cada vez mais conhecimentos profundos de nicho.

A situação mais preocupante se desenha para aqueles que ainda não pensaram na melhoria de seus processos e, quando penso nisso, estou me referindo aos investimentos em tecnologia. Existem inúmeras soluções voltadas para e-commerce, e dentro deste ecossistema, é importante olhar para os vários tipos de softwares que podem proporcionar uma experiência única para o cliente ao funcionar de maneira sincronizada e permitir um fluxo de informação mais fluido.

Por exemplo, existem ferramentas que auxiliam desde a navegação e criação de conteúdo dinâmico baseado no comportamento do usuário até softwares de inteligência artificial e recomendação preditiva que ajudam na conversão. Sem falar nos sistemas de

MultiCD, que permitem a descentralização do estoque em vários outros, otimizando o serviço e atendendo melhor o consumidor. Estar a par das últimas inovações e investir, na medida do possível, faz toda a diferença para manter-se competitivo nesse mercado.

Quem não procurar conhecer melhor as possibilidades de crescimento, certamente abrirá espaço para que o concorrente o faça. Isso sem mencionar que muitos e-commerces de grande porte já realizaram investimentos expressivos em tecnologia e tráfego nos últimos cinco anos, o que faz com que os maiores nadem de braçadas e com melhores chances de fregar o peixe.

Seja qual for o porte da loja, investir em tecnologia é fundamental tanto para aprimorar questões logísticas e de entrega quanto para a estratégia de vendas. Pense que todas as decisões precisam ser reavaliadas constantemente e este é um dos fatores que faz com que os negócios digitais evoluam diariamente. Quando não se prioriza tecnologia de ponta, uma loja virtual deixa de ser assertiva com seu usuário.

Basta lembrar que, no e-commerce, não existe nenhum contato físico com o cliente durante o processo de venda; logo, as ferramentas de interação online devem ser intuitivas, fluidas e toda informação deve ser clara. Sem sistemas, nem mesmo a navegação pelo site funciona perfeitamente. O que dizer então de um conteúdo dinâmico baseado no comportamento do usuário?

Se 2020 foi extremamente positivo e trouxe tantas oportunidades para o comércio eletrônico, 2021 promete ser o ano de novos modelos de consumo, de vender e de entregar. É um movimento que deve acelerar ainda mais nos próximos meses e quem estiver mais preparado, certamente colherá frutos mais maduros no tempo certo. Há muito espaço para crescer, mas para isso é preciso fazer mais pelo e-commerce brasileiro.

Que tal começar agora em vez de esperar as grandes datas comerciais?

(Fonte: Marcelo Dantas é CEO do site de vendas Estrela10 - <https://www.estrela10.com.br/>).

Negócios em Pauta

blog.estantevirtual.com/reprodução



Mulher Mais Admirada

Quem é a mulher brasileira, conhecida publicamente, que você mais admira? O Instituto QualiBest fez essa pergunta a 2396 pessoas de todo o Brasil no mês de fevereiro. A resposta: Fernanda Montenegro. Há 3 anos, em homenagem ao mês da mulher, o Instituto faz essa pesquisa e desde então, a atriz de 91 anos permanece invicta. Ana Maria Braga subiu no ranking e galgou o segundo lugar - no ano passado, Regina Duarte, atriz e ex-secretária de cultura ocupava essa posição. Em terceiro lugar está a cantora Ivete Sangalo, seguida pela atriz Tais Araújo e pela cantora Anitta. A novidade entre as top 10 foi a citação da empresária Luiza Trajano. O ranking incluiu nomes diversos como a modelo Gisele Bündchen e mulheres ligadas à política, aos esportes, artes, religião (www.institutoqualibest.com). ▶▶ Leia a coluna completa na página 3

News@TI

Reprodução/<https://imagine.la.logicalis.com/pt-br/>

WEBINAR

Pegada de carbono como parte da estratégia corporativa

Evento para discutir os impactos gerados pela emissão de CO2 das empresas

Com o objetivo de discutir os impactos ambientais das organizações e os principais desafios delas em relação à pegada de carbono, a Logicalis, empresa global de soluções e serviços de tecnologia da informação e comunicação, em parceria com a Microsoft, Block C e Duratex S.A., promove um evento 100% virtual e gratuito amanhã (10). Uma das principais preocupações socioambientais no mundo dos negócios são as emissões de gás carbônico na atmosfera, que afetam negativamente o bem estar de todos, impactando não apenas o meio ambiente, mas também a economia. Um passo essencial para viver dentro dos limites e meios propiciados pelo planeta Terra é reduzir significativamente a pegada de carbono. Além disso, cada vez mais os consumidores valorizam empresas que além de métricas de governança, incorporam questões ambientais e sociais - o chamado ESG. Para participar basta se inscrever aqui <https://imagine.la.logicalis.com/pt-br/pegada-de-carbono?utm_medium=email&_hsmt=2&_hsenc=p2ANqtz-8kr6YT8KSHuDIqyOrCTZFJQSNQPYPO16KRyfcG7zScK9R7h4AJF-pr6aaSv7mfxrWY_Hw1D1we0LxCYCMhgjN1mdNgpaOktnTW9F832219nazKuQ&utm_content=2&utm_source=hs_email>. ▶▶ Leia a coluna completa na página 2

Casa tecnológica: Sete dicas para transformar sua residência em uma "smart home"

Uma grande tendência para casas que se adequam à tecnologia são as smart homes, ou mais conhecidas como casas inteligentes. São residências que combinam sistemas de segurança, iluminação e eletrodomésticos que se comunicam entre si por comandos. Estes dispositivos podem ser controlados por voz ou via aplicativo através de tablets, computadores e smartphones. Houve um crescimento nos últimos anos referente às opções de dispositivos e ecossistemas de controle de automação, o que tem tornado o recurso da inteligência artificial cada vez mais acessível. ▶▶

Vendas pelo WhatsApp: as cinco dúvidas comuns entre empreendedores

O WhatsApp tem atingido números simbólicos nos últimos anos tanto no Brasil quanto fora dele. Em 2020, a empresa anunciou que ultrapassou a marca de 2 bilhões de usuários em todo o mundo e, segundo pesquisa publicada pela Panaroma Mobile Time/Opinion Box no mesmo ano, o aplicativo já está instalado em 99% dos celulares no país. Com tanto alcance, a plataforma se tornou terreno fértil para milhões de empreendedores que buscam conquistar vendas em seus negócios, mas novas funcionalidades como WhatsApp Business e WhatsApp Pay. ▶▶

O que aprendemos com a Lei Geral de Proteção de Dados?

Assim como a GDPR - General Data Protection Regulation (ou Regulamento Geral de Proteção de Dados) aplicada em território europeu, a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), instituída em todo o território nacional, busca abordar a segurança e a proteção de dados pessoais utilizados por empresas ou organizações governamentais. ▶▶

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular



Política

Os oportunistas

Por Gaudêncio Torquato



▶▶ Leia na página 2