

DESENVOLVIMENTO

5G

BENEFÍCIOS, OPORTUNIDADES E BARREIRAS NA IMPLANTAÇÃO DO 5G

▶▶ Leia na página 6

7 tendências para o pequeno varejo no pós-Covid-19

O varejo como atividade de intermediação entre a produção e o consumo sempre existirá.

Tendência é que o setor demande mais inteligência, rapidez e profissionalismo. Tempos difíceis, com grandes incertezas econômicas, fazem com que os padrões sociais preestabelecidos se transformem em uma rapidez descontrolada. Esse processo abre oportunidades para novas ideias, novos comportamentos, e impactam diretamente o hábito do consumo. Veja sete tendências para o varejo no período pós-Covid-19:

Ferramentas digitais - Uma pesquisa realizada pelo Sebrae aponta que, em 2020, houve um aumento de mais de 80% no uso do WhatsApp como meio de venda. A tecnologia fez do escambo um grande celeiro de ferramentas. Nas vendas, a tecnologia pode ser usada para tomada de decisão, para divulgação de produtos, para coletar dados de consumo e para gerar novas formas de vender.

Encontre o perfil do cliente - Achar o tipo ideal de consumidor ficou mais fácil e barato. Com acesso detalhado aos dados de compra, localização e de mídia social, a possibilidade de ser mais assertivo nas vendas é maior. Com as restrições econômicas esses dados são essenciais para a sobrevivência do pequeno negócio.

Segmente - Segmentar o pequeno negócio é a chave do varejo no pós-Covid-19. Entender o consumo geográfico, demográfico, e comportamental passam a ter a mesma importância que estoque, limpeza e capital de giro. Quase todas as mídias sociais têm alguma forma de análise de tráfego e os grandes players, como o Google e HSM Experience, concorrem em cursos do Sebrae.



Facilitar a compra - No varejo, os meios de pagamento devem ter pouco atrito. O Pix e o QRCode cabem em qualquer tamanho de negócio. A oferta proativa demanda conhecer o cliente, e isso é importante. Por exemplo, acrescentar biscoitos para pet ou barras de cereal para um nicho de consumo estimula a compra por impulso. Facilitar o ato de compra é a nova ideia.

Levar e pagar depois faz da compra mais afetiva e impulsiva - basta uma análise de crédito e meios de pagamentos ágeis. Receber pedidos pelo WhatsApp e pagamentos pelos smartphones ou cartões com tecnologia por aproximação será cada vez mais habitual.

Consumo local - Valorizar o consumidor local demanda menos estoque e menor logística de entrega. Focar em uma área territorial e nas pessoas dessa região é uma boa estratégia. Plataformas de reuniões, home office e o movimento "faça você mesmo" são irreversíveis.

Novo espaço - A loja não é só um imóvel. A loja está em todo o lugar e, por isso, pode ser menor. O estabelecimento pode ter menos área de estoque, pode ser meramente expositiva, coletiva e colaborativa. Recentemente, houve a divulgação que franqueadoras têm mudado seu modelo de

negócio e diminuído em 30% o tamanho da loja física.

Anticonsumo e consumo crítico - Devemos entender que a pandemia aumentou o consumo crítico e fez com que o consumidor entendesse a essencialidade do consumo, o minimalismo e o anticonsumo. O pequeno negócio no pós-Covid-19 terá que informar aos fornecedores, suas práticas éticas, descartes de materiais, e o que fará com as informações.

O pequeno negócio tem que agregar à venda o seu propósito. Pesquisa realizada pelo Instituto de Inteligência de Mercado, aponta que 55% dos consumidores dizem que irão priorizar marcas e produtos sustentáveis.

Não podemos esquecer que o varejo sempre foi um setor tecnológico. Desde o uso da calculadora até o mapeamento de comportamento do consumidor.

Mas, neste momento, enquanto o pequeno empresário habituava-se ao consumidor 4.0 - que opina, indica e interage diretamente com a marca e o físico e virtual, a pandemia mudou a velocidade das coisas e esse é nosso novo desafio: mudar rapidamente nosso jeito de fazer comércio.

(Fonte: Alexandre Coelho Damasio é presidente da CDL São Caetano do Sul e advogado).

Negócios em Pauta

Foto: Pinterest/reprodução



A essência BMW a céu aberto

A BMW do Brasil, como parte de seu compromisso em lançar mais de 20 carros no país este ano, acaba de anunciar a chegada de um de seus modelos mais esperados: o conversível 430i Cabrio M Sport. Com preço sugerido de R\$ 460.950,00, o veículo vem equipado com mais tecnologia, conveniência e conforto e se destaca por seu moderno design, tanto na parte interior quanto exterior, oferecendo liberdade à céu aberto e experiência exclusiva. A capota retrátil de lona pode ser aberta em até 10 segundos com o carro em velocidade máxima de até 50km/h. As melhorias tecnológicas possibilitaram ainda mais conforto acústico e redução de peso - deixando o centro de gravidade do carro mais baixo e a estética como a dos clássicos conversíveis. Produzido na fábrica do BMW Group em Regensburg, na Alemanha, o imponente 430i Cabrio M Sport traz o que há de melhor em termos de esportividade com motor 2.0l de quatro cilindros com 258cv de potência, entre 5.000rpm e 6.500rpm, 400Nm de torque, entre 1.550rpm e 4.400rpm, e aceleração de 0 a 100km em apenas 6,2 segundos (www.bmw.com.br).. ▶▶ Leia a coluna completa na página 3

News@TI

Reprodução: https://www.lg.com.br/lp/gestao-de-pessoas-online/



Gestão de pessoas online é tema de webinar da LG lugar de gente

Alguns dos desafios impostos pelo distanciamento social, como encontrar talentos a distância, realizar onboarding efetivo ou manter líderes próximos às equipes, serão temas debatidos por Rogério Davi, Diretor de Sucesso do Cliente da LG lugar de gente, e Fernando Bueno, CEO da ÚnicoRH, em webinar gratuito que acontece nessa sexta-feira (23), às 16h. Com a pandemia, o teletrabalho foi o modelo mais viável para diversas empresas continuarem funcionando. Mas o trabalho remoto também trouxe muitos desafios para a área de RH. "O nosso objetivo é abordar novas reflexões, dúvidas e algumas inseguranças relacionadas à gestão de pessoas online ou híbrida. Queremos ajudar as companhias a encontrar as respostas para esses questionamentos", diz Davi. A LG lugar de gente oferece diversos materiais gratuitos para profissionais de gestão de pessoas. Todos os arquivos podem ser acessados em: <https://www.lg.com.br/materiais>. ▶▶ Leia a coluna completa na página 2

O que é fato e o que é mito sobre a transformação digital para PMEs

Quando é proposto discutir sobre o impacto da transformação digital e sua influência em relação às empresas nacionais, é muito fácil centralizar as atenções em companhias maiores, com grandes investimentos e uma presença massiva da tecnologia no ambiente de trabalho. Certamente, esse é um aspecto a ser considerado e que justifica o prestígio da inovação, no entanto, não se pode reduzir a amplitude do tema e excluir a participação de PMEs. ▶▶

Não existe o melhor momento para comprar dólar

Parece não ser por acaso que nossa taxa de câmbio seja uma das mais voláteis quando comparada a boa parte das moedas de outros países emergentes. Seguimos numa sinuca de bico sem solução fácil para o crescente déficit fiscal e para o aumento da relação dívida/PIB; nossos políticos teimam em governar de maneira extremamente fisiológica e populista; seguimos longe do nosso crescimento potencial; boa parte da população segue dependente de algum tipo de subsídio público; e o ambiente político-econômico segue muito desfavorável para o investimento privado e para a classe empresarial. ▶▶

A transformação digital na indústria e como isso pode mudar seu negócio

A indústria em si, possui diversos segmentos, como a do plástico, a farmacêutica, agro, automobilística, entre outras que tiveram diferentes mudanças tecnológicas nesse período; É importante que se saiba, os fatores externos, como uma pandemia, não podem ser os únicos motivos para essa digitalização. Devem ser observadas ainda mais as questões de mercado. Nos últimos 10 anos, foi possível perceber a evolução tecnológica, e com uma rapidez jamais vista em qualquer momento da história mundial. ▶▶

Para informações sobre o

MERCADO
FINANCEIROfaça a leitura do
QR Code com seu celular

Contábil

Como não cair nas fraudes do sistema de transferências PIX

Eduardo Moises

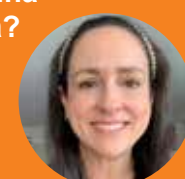


▶▶ Leia na página 7

Empreendedorismo

Teste de Usabilidade: será que funciona para minha empresa?

Carol Olival



▶▶ Leia na página 6