

## Doação de sangue

Com o lema "Doe Sangue Regularmente - com a Nossa União a Vida se Completa" o Ministério da Saúde lançou uma campanha para incentivar a população a doar sangue regularmente. O objetivo é incrementar o estoque de sangue do país, que teve uma redução de 10% desde o início da pandemia. Em 2019, foram realizadas 3.271.824 coletas de sangue no país e em 2020 o número caiu para 2.958.665, em razão da diminuição na circulação de pessoas.

Foto: de Tim Douglas no Pexels

## JORNADA DO CLIENTE

# SUPERAPPS FORTALECEM O VAREJO E COLOCAM O DATA CENTER NO CENTRO DO SEGMENTO

▶▶ Leia na página 6

## Varejo: tecnologias que potencializam estratégia omnichannel sólida

O varejo sempre foi um setor com muitos desafios e a COVID-19 os destacou.

As condições atuais do mercado, combinadas com as mudanças nas expectativas dos clientes, exigem a aceleração da transformação digital e inovação dos modelos de negócios tradicionais.

Atualmente, ter uma estratégia omnichannel que organiza as informações de todos os canais para facilitar o gerenciamento de dados e otimizar a experiência de compra é fundamental para melhorar o atendimento ao cliente e aumentar a confiança. De acordo com uma pesquisa encomendada pela Google junto à Forrester Research, o impacto da internet nas vendas, tanto do e-commerce quanto no ambiente físico, vai crescer 70% até o final de 2021.

A projeção é que 21,7% do varejo (incluindo os setores de bebida e alimentação) será influenciado positivamente pelo meio online, que corresponde a R\$ 403 bilhões. Conforme o estudo, as empresas que possuem loja física serão beneficiadas, e mais de 32% das vendas do varejo tradicional terão participação da internet em algum momento da decisão de compra do consumidor.

Apesar do expressivo crescimento do e-commerce por conta da pandemia, as lojas continuam as peças-chave no processo de compra do cliente, gerando entre 80% e 90% do total das vendas, segundo aponta Fabio Bentes, economista-chefe da CNC, em seu recente estudo. A retenção e o engajamento nesses espaços físicos são essenciais para construir lealdade e aumentar o volume de vendas.

No entanto, o público espera, hoje, por experiências digitais que vão além das compras, sempre garantindo segurança e atenção. Para alguns, o desafio de integrar lojas online e físicas traz inconvenientes no atendimento ao cliente, que exige uma expe-

Imagem de Bethany Drouin por Pexels



riência personalizada, ágil e eficiente. Todos já passaram pela frustração de um serviço insatisfatório e muitos acabam recorrendo à ajuda do Google, YouTube e Facebook para contornar essas situações.

Li um estudo da Gartner que prevê que, até 2021, haverá um aumento de 15% no número de clientes que procuram ajuda externa após ficarem frustrados com os canais de suporte tradicionais. Estima-se que, até 2025, o modelo independente de customer service aumentará, pois os clientes pagarão um especialista para resolver 75% dos problemas relacionados ao tema.

O que vejo como uma boa notícia é que os varejistas podem vir a ter custos reduzidos em certas áreas de serviço ao consumidor. A realidade é que o crescente número de casos onde a ajuda externa é usada acaba eliminando um importante ponto de contato entre os varejistas e seus consumidores. Por isso, mais do que investir em tecnologia para uma estratégia omnichannel, entendo que é preciso determinar quais ferramentas trarão benefícios maiores.

Penso que a decisão certa dependerá de focar no que é importante para os clientes e, nesse processo de transformação, o

público deseja que suas interações sejam gerenciadas da forma mais eficaz possível, independentemente do canal selecionado. Para lojas físicas, vejo uma tendência cada vez maior para a adoção de serviços de wi-fi de alta velocidade e de gerenciamento de filas. Isso ajuda a garantir que os clientes tenham uma experiência de compra agradável com o mínimo de contato.

Além disso, algumas medidas, como a contagem de pessoas, podem ser implementadas em diversos espaços, permitindo aprimorar o fluxo e garantir que as medidas de segurança, como o distanciamento social, sejam respeitadas junto com as soluções de IoT para monitoramento da qualidade do ar, garantindo a saúde e a segurança de todos.

Ainda vejo como melhorar a interação nos espaços físicos com dispositivos modernos, como quiosques interativos, mesas touch screen e telas digitais, que provocam o consumidor a engajar com a marca. Do lado do Contact Center, é possível garantir total consistência na maneira como os clientes experimentam as marcas em vários locais e dispositivos, ao mesmo tempo em que coletam dados relevantes sobre comportamento e expectativas.

Na minha percepção, os motores do crescimento do varejo estão ligados à capacidade de integrar a jornada digital do consumidor à experiência física, ainda que muitos varejistas continuem a gerenciar separadamente seus canais de vendas online e físicos. É preciso trabalhar com ferramentas de integração para mapear o público e unificar todos os canais de vendas, gerenciamento de pedidos, processamento de pagamentos, programas de fidelidade e opções de entrega, dentro e fora da loja.

Isso permitirá uma verdadeira experiência omnichannel.

(Fonte: Max Carvalho é diretor de soluções e parcerias da Orange Business Services para a América Latina - [www.orange-business.com/br](http://www.orange-business.com/br)).

### Biometria facial: Transformação Digital nas empresas atualmente

Foi-se o tempo em que pensar em Transformação Digital seria "algo do futuro". Inovando no hoje, a unico, IDTech brasileira de soluções de proteção de identidade digital, é parceira da Sambatech, líder em soluções em vídeos online na América Latina, na pesquisa inédita "Transformação Digital no Brasil". O estudo ouviu mais de 100 empresas presentes no mercado brasileiro, sendo 10% delas com faturamento de R\$ 1 bilhão e contou ainda com a participação do MIT Technology Review, AWS, Cionet, DigitalHouse, Take Blip e Trybe. ▶▶

### Aumentar a confiança dos passageiros é papel das companhias aéreas

Aqueles que trabalham na indústria de aviação do Brasil podem ser perdoados por pensarem que conceitos como positividade, oportunidade e recuperação estão atualmente em falta. Mais do que qualquer outro setor, os efeitos destruidores da pandemia atingiram duramente o setor de aviação do Brasil. De acordo com a Anac, o tráfego brasileiro de passageiros caiu 48% entre janeiro e fevereiro de 2021 em relação ao ano anterior. ▶▶

### Como construir uma marca de sucesso?

Você já parou para pensar na importância da marca para um negócio? Hoje, são diversos fatores que proporcionam o crescimento de uma empresa, independente de sua área de atuação, como a qualidade dos produtos oferecidos, o atendimento adequado e os preços. Porém, não se pode negar que a imagem da marca também é fundamental para conquistar a clientela e garantir bons resultados. ▶▶

Para informações sobre o

**MERCADO FINANCEIRO**

faça a leitura do QR Code com seu celular



## Negócios em Pauta

Foto: Reprodução/Facebook



### Produções inéditas do cinema italiano

A edição de 2021 da '8 1/2 Festa do Cinema Italiano' acontece de maneira online e traz uma seleção de filmes, em sua maioria inéditos no país, que começa nesta quinta-feira (17) e vai até o dia 27. Para assistir as obras, é preciso fazer um cadastro gratuito no site ([www.festadocinemaitaliano.com.br](http://www.festadocinemaitaliano.com.br)) e os filmes serão transmitidos por meio da plataforma Looke. Entre os destaques: "A Vida Solitária de Antonio Ligabue", de Giorgio Diritti; "Fábulas Sombrias", de Damiano e Fabio D'Innocenzo; e "Irmãos à Italiana", de Claudio Noce. O longa de abertura será "As Irmãs Macaluso", de Emma Dante. O festival também traz uma seção especial focada em Alice Rohrwacher, uma das realizadoras italianas mais prestigiadas da atualidade. O festival é promovido pelos Institutos Italianos de Cultura do Rio de Janeiro e de São Paulo, com o suporte institucional da rede diplomático-consular italiana no Brasil, assim como o apoio do Instituto Luce Cinecittà e apoio cultural da Bonfilm. Saiba mais: ([www.festadocinemaitaliano.com.br](http://www.festadocinemaitaliano.com.br)) - (ANSA). ▶▶

Leia a coluna completa na página 3

## News@TI

Reprodução/<https://www.inovativabrasil.com.br/innovataday/>

### Inovativa promove primeiro evento Inovativa Day

Estão abertas as inscrições para o InovAtiva Day, evento inédito realizado pelo InovAtiva, hub de inovação que promove um conjunto de iniciativas de apoio ao desenvolvimento do ecossistema de empreendedorismo inovador no Brasil. A primeira edição do encontro será realizada virtualmente no dia 19/06, das 09h às 17h30. O evento é gratuito e as inscrições podem ser feitas no site até 18/06. O InovAtiva Day é uma novidade promovida pelo hub em 2021. No evento, serão realizados painéis com grandes nomes da área de empreendedorismo e inovação do país e atividades de conexão abertas ao público. Realizado pela Secretaria Especial de Produtividade, Emprego e Competitividade do Ministério da Economia (Sepec/ME) e pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), o evento reforça a expansão do InovAtiva que, até 2024, vai apoiar 15 mil projetos inovadores ([www.inovativabrasil.com.br/innovataday](http://www.inovativabrasil.com.br/innovataday)). ▶▶

Leia a coluna completa na página 2

## Política

### As lições da crise

Por Gaudêncio Torquato



▶▶ Leia na página 2