

Como garantir a experiência do cliente frente à inovação?

Regiane Menezes (*)

A inovação representa uma série de possibilidades enriquecedoras a serem adotadas pelas organizações, independente do segmento

No que diz respeito a empresas que respiram o Comércio Exterior, os desafios são ainda maiores, dada a complexidade de uma área que se encontra em constante evolução. Nesse sentido, a busca por ferramentas que facilitem a vida do gestor e das próprias equipes, sempre em harmonia com a transformação digital que acomete o setor, mostra-se cada vez mais decisiva para que resultados satisfatórios sejam obtidos.

Para serviços que oferecem a possibilidade de se implementar soluções tecnológicas, a missão não é menos desafiadora, pelo contrário, deve-se compreender as particularidades que são únicas a cada negócio, em formatos de comunicação capazes de suprir todas as demandas apresentadas. Afinal, nenhuma companhia é igual à outra e, portanto, não se pode utilizar uma abordagem estática, que pouco se adequa às circunstâncias encontradas.

Optar pela implementação tecnológica nunca é uma movimentação simples, especialmente se considerarmos uma empresa cujo core business possui pouca intimidade com o tema. Em diversos casos, é natural que obstáculos acabem emergindo, seja na recepção técnica da equipe de profissionais, nos métodos de trabalho adotados internamente ou até mesmo na infraestrutura que, por sua vez, pode se mostrar fragilizada e ineficaz.

A tecnologia surge, entre outras finalidades, para reformular esse cenário, porém, sem que ocorra uma entrada forçada na era da inovação. Parte desse processo fica a cargo dos que ofertam determinados serviços. É preciso ouvir e se posicionar com certa constância. Com o primeiro passo confirmado, de se conquistar um cliente disposto a investir em novas soluções, é de suma importân-

cia tomar medidas voltadas para a jornada do usuário, para que ele perceba as mudanças em quesitos práticos, afetando, de forma positiva, a realidade de seu negócio.

Logo, é necessário ir além da automatização propriamente dita. Claro, a maior mudança é processual, com ganhos significativos no que tange à produtividade dos colaboradores, mas o papel do serviço contratado não deve se limitar a essa linha de raciocínio. Hábitos consultivos, em tempo real, que proporcionem um suporte especializado, são peças-chave de uma equação de sucesso, dentro de um contexto de transformação digital.

Não há como questionar a urgência do assunto para organizações que lidam com o Comércio Exterior. Enquanto autoridades governamentais criam alternativas para simplificar processos e reduzir a burocracia do segmento, o meio empresarial não pode se manter inoperante. No intuito de acompanhar ações que procuram estimular o desenvolvimento do setor, o investimento em tecnologias disruptivas ganha ares estratégicos, que culminam em um diferencial competitivo indispensável nos dias de hoje.

Em pleno 2021, as expectativas depositadas no componente da inovação são grandes, e devem ser assim. A tecnologia é um caminho sem volta, com benefícios perceptíveis no cotidiano das operações, modificando a forma como enxergamos uma cultura organizacional. Isso posto, para se manter à altura do que essa mudança promete, sob o viés de priorizar a experiência de todos os afetados pela presença tecnológica, a comunicação precisa ser personalizada.

A aplicabilidade de um projeto rumo à inovação depende da jornada estabelecida entre cliente e contratado. Trata-se de uma troca mútua, em que o interesse compartilhado tem como objetivo colocar a organização em um estágio elevado de simplificação, agilidade e eficiência dos processos.

(*) - É Coordenadora de Vendas na eCOMEX-NSI, com mais de 12 anos de experiência na área de vendas consultivas.

Jovens revelam os assuntos que mais preocupam nas redes sociais

Medo da exposição de dados pessoais, clonagem e invasão de contas. Esses são os temas mais recorrentes em uma pesquisa realizada com alunos do 7º ano do Ensino Fundamental em Curitiba. Para 52% dos estudantes, a segurança ao navegar nas redes sociais é a maior preocupação na hora de interagir online, considerando que a exposição de dados pessoais e o possível roubo de informações é o que mais incomoda os adolescentes entre 12 e 13 anos.

Em segundo lugar, estão a saúde emocional e problemas com relação à própria imagem, bullying e cancelamento, com 24% das respostas. A plataforma mais usada por esses jovens é o WhatsApp, com 85% dos votos, enquanto o Instagram recebeu apenas 11%, seguido de Twitter, Tik tok e Discord, todos com 2%. A maioria (46%) afirmou também passar entre uma e três horas diárias nas redes sociais e 33% declarou passar de quatro a cinco horas online.

Participaram da pesquisa, cerca de 200 estudantes do Colégio Marista Santa Maria e as respostas serviram de base para o evento 'Fórum de Adolescentes', que tem como tema as redes sociais. De acordo com o coordenador do Ensino Fundamental Anos Finais, Hélio Martins, a proposta é trazer a história e evolução destas conexões digitais para os estudantes. "Informação e orientação são sempre as melhores ferramentas e na internet e redes sociais isso também se aplica.

Ao saber quais são os cuidados necessários na hora de navegar e interagir, os jovens podem se relacionar de maneira saudável e positiva", afirma. Ao longo do mês, as turmas participam de reuniões com professores e com a especialista em mídias sociais e negócios na internet, Fernanda Musardo. Entre os temas abordados estão reflexões, orientações e dicas para que os estudantes possam falar e se informar sobre o tema.

"A cada ano os jovens me surpreendem com um grande amadurecimento em relação ao respeito com o outro, segurança e preocupações muito pertinentes nas redes. Levantar esses resultados e esses debates para dentro de casa das famílias é muito importante, pois é um tema que tem que ser falado tanto na escola como em casa", conclui Musardo. - Fonte e outras informações: (www.colegiosmaristas.com.br).

Produtos e serviços diferenciados aumentam chances de sobrevivência

Investir em produtos e serviços diferenciados é a principal estratégia adotada pelas empresas que se mantêm em funcionamento

De acordo com a pesquisa Sobrevivência das Empresas, realizada pelo Sebrae, 39% dos donos de pequenos negócios que estão abertos alegaram que essa é a principal ação realizada para conquistar clientes, 26% preferem investir em preços competitivos e 22% em propaganda e divulgação.

Já a principal ação dos empreendedores que fecharam suas empresas era a de praticar preços competitivos (29%), seguida por propaganda e divulgação (27%) e só depois vinha a inovação de produtos e serviços (24%). "A inovação deve ser uma busca constante dos empreendedores. Mesmo que você já tenha um produto ou serviço de sucesso é sempre importante pensar em formas de melhorá-los e oferecer para seus clientes um tratamento diferenciado", afirma o presidente do Sebrae, Carlos Melles.

A pesquisa revela ainda que o aperfeiçoamento de



A inovação deve ser uma busca constante dos empreendedores.

produtos e serviços é um hábito frequente entre 92% dos empreendedores que são bem-sucedidos e que 90% inovam constantemente. Já entre os empreendedores que não conseguiram manter as portas abertas esses hábitos caem, respectivamente, para 78% e 74%. "Para sobreviver no mercado, conquistar clientes e fidelizá-los não basta apenas pensar em marketing ou praticar preços baixos. É preciso inovar e

se diferenciar, tanto nos produtos quanto na gestão", enfatiza Melles.

Outro fator diferencial na sobrevivência de uma empresa é a experiência do empreendedor na atividade que atua. Segundo o levantamento, 73% dos donos de pequenos negócios que estão com a empresa aberta já tinham conhecimento do ramo, enquanto em 67% dos que fecharam isso também foi verificado.

Além disso, 43% dos empreendedores em atividade fizeram alguma capacitação. Já no grupo das empresas fechadas, esse percentual cai para 35%.

Confira dez dicas para aumentar a sobrevivência da sua empresa:

- 1) Tenha produtos e serviços diferenciados
- 2) Faça ações para fidelizar seu cliente
- 3) Inove nos produtos e na gestão
- 4) Invista no mercado digital
- 5) Capacite-se
- 6) Fique atento às tendências
- 7) Conheça seu produto e seu público
- 8) Não misture finanças da empresa com a pessoal
- 9) Procure fornecedores que ofereçam produtos de qualidade
- 10) Saiba calcular o custo e o preço do seu produto

Fonte e outras informações: (www.sebrae.com.br)

Colisão de robôs gera incêndio

Vivaldo José Breternitz (*)

Os robôs são ferramentas importantes para aumentar a eficiência na área de logística, especialmente na operação de grandes armazéns. Como equipamentos de alta tecnologia, quase todos julgam que eles não estão sujeitos a acidentes. Mas isso não é verdade.

A Ocado, uma grande empresa inglesa de comércio eletrônico, que atua na área de entrega de alimentos, foi forçada a cancelar pedidos de seus clientes depois que uma colisão de robôs provocou um incêndio em seu armazém no sudeste de Londres. Foi necessária a evacuação do armazém e a presença dos bombeiros para conter o fogo.

O armazém deve demorar uma semana para voltar a operar; enquanto isso, seus 3.000 robôs que se movem aproximadamente a 15 km por hora separando produtos e montando as caixas para entrega dos pedidos, permanecerão parados. Como disse recentemente a CNN em uma reportagem acerca do armazém, os robôs parecem-se com "máquinas de lavar sobre rodas", que passam a cinco milímetros uns dos outros, mudando de direção bruscamente.

Com isso, e considerando a velocidade dos robôs, parece ser um milagre que choques não ocorram com mais frequência. A tecnologia envolvida foi desenvolvida pela Ocado, que a licencia para terceiros, dentre eles a empresa americana Kroger, que recentemente implantou o sistema em seu centro de atendimento ao cliente de 35 mil metros quadrados em Monroe, Ohio. O incidente confirma que segurança deve ser uma preocupação central no desenvolvimento de novas tecnologias.

(*) - Doutor em Ciências pela USP, é professor da Faculdade de Computação e Informática da Universidade Presbiteriana Mackenzie.

Os impactos da tecnologia nos departamentos financeiros

Luiz Bono (*)

O impacto da transformação digital sobre a realidade das empresas pode ser compreendido em diversas frentes. No que diz respeito aos departamentos financeiros, a automatização mostra-se uma aliada que vai além do aspecto processual, abrindo espaço para que um novo patamar estratégico seja estabelecido entre os colaboradores.

No entanto, para que esse cenário seja evidenciado em termos práticos, é preciso reconhecer o real valor por trás da inovação e como ela é capaz de reformular o cotidiano operacional sem desconsiderar a atuação de todos os profissionais. A área financeira reúne características que vão ao encontro da urgência por soluções inovadoras. É um departamento cuja movimentação de dados costuma ser bastante complexa, exigindo um gerenciamento seguro e altamente funcional.

Outra etapa igualmente relevante é a tomada de decisão que, sem os referenciais técnicos, corre o risco de causar prejuízos como retrabalhos e falhas de segurança. Atualmente, os dados são objetos de valor inestimável para as organizações. Eles servem de parâmetro para melhores métodos de trabalho, indicam caminhos estratégicos a serem aderidos pelas equipes e concedem ganhos positivos de agilidade, consistência e eficácia nas operações.

É praticamente inconcebível orientar uma cultura organizacional sem que ocorra um investimento



A área financeira reúne características que vão ao encontro da urgência por soluções inovadoras.

conciso em TI, fato preponderante para uma melhor relação com as informações contidas nos processos organizacionais. Por meio da implementação tecnológica no departamento financeiro, é possível criar um ambiente seguro para que as informações sejam coletadas e utilizadas sob um viés analítico, de forma escalável e personalizada, suprimindo as principais demandas da empresa.

Isso resulta em um melhor direcionamento dos recursos, evitando a ocorrência de gastos desnecessários, além do tempo hábil dos próprios profissionais, que deixam atividades repetitivas a cargo da tecnologia e centralizam suas ações em tarefas com maior potencial estratégico para o negócio. Logo, a presença tecnológica simplifica a rotina do setor e consegue conciliar os interesses dos clientes, bem como os da empresa, em uma comunicação muito mais precisa entre as partes, dado o cenário de decisões realizadas com base em inteligência analítica.

De fato, se no âmbito interno a reformulação é robusta e

beneficia o fator humano de modo a valorizá-lo, no que tange ao relacionamento com o usuário a premissa é similar. No âmbito financeiro, é natural que a abordagem adotada seja mais cautelosa, especialmente no contas a receber, que lida com grandes quantidades de dados. O auxílio de ferramentas digitais é decisivo, na medida em que oferece insumos enriquecedores, aumentando as chances de uma jornada que corresponda às expectativas dos clientes.

No intuito de que as contribuições sejam sentidas no dia a dia do departamento financeiro, é primordial que se fomente uma mudança de mentalidade, bem como a capacitação dos times. Dessa forma, a tecnologia estará à disposição para que os colaboradores atinjam um aumento gradual de produtividade, sempre apoiados por soluções potencialmente transformadoras.

(*) - É CTO na Receiv, sistema de cobrança inteligente. Doutor em Administração de TI pela FGV, é professor em cursos de graduação de TI e educação executiva (https://www.receiv.it/).

Empresas
& Negócios

netjen@netjen.com.br



Para veiculação de seus Balanços, Atas, Editais e Leilões neste jornal, consulte sua agência de confiança, ou ligue para

TEL: 3106-4171