

OBJETIVOS, METAS E PROJETOS

UM BOM PLANEJAMENTO PRECISA LEVAR EM CONTA O MUNDO REAL

▶▶ Leia na página 6

Na era da digitalização é a humanização que faz a diferença no B2B

Ainda que pareça estranho, especialmente se levarmos em consideração a crise do último ano, uma coisa é certa: a pandemia veio para quebrar paradigmas.

Em meio à turbulência que abalou todo o globo, oportunidades afloraram para todos os segmentos e, quem perdeu tempo demais se lamentando, não pode se valer do momento.

A indústria já caminhava para uma remodelação que, ainda que tardia, pretendia utilizar a tecnologia como base de suas atividades, inserindo no cotidiano produtivo soluções que permitissem, sobretudo, a agilidade de processos e facilidades para o trabalhador. A pandemia, neste cenário, funcionou como catalisador da transformação, acelerando um percurso que, muito provavelmente, ainda tardaria alguns anos até ser totalmente implementado.

Ou seja, nestes quase 18 meses desde o início da pandemia, a digitalização avançou em uma velocidade muito superior à preparação das empresas e seus gestores. Ainda assim, muitos empreendedores conseguiram tomar decisões ágeis e se moldar ao momento. E, a esta altura, há de se reconhecer que os efeitos da pandemia vieram para ficar. Estas transformações não irão embora.

Com a digitalização, todos os setores precisaram se adaptar e as negociações B2B, aquelas realizadas entre empresas, seguiram o mesmo caminho. Relembremos aqui a frase que iniciou este artigo: a pandemia veio para quebrar paradigmas. Isso porque, as transações B2B, sempre se demonstraram tradicionais e eram, usualmente, realizadas em horas e horas de conversas presenciais.

Um estudo realizado pela McKinsey, aponta que o comportamento dos tomadores de decisão sofreu uma reviravolta

kenalbas_CANVA



inesperada onde, atualmente, somente 20% dos consumidores preferem atendimentos presenciais. A pesquisa também demonstrou que tanto compradores quanto vendedores da modalidade, hoje optam pelo autosserviço digital, uma opção sem intermediários e que promove mais autonomia às partes.

Não sendo um movimento passageiro, o digital se tornou o caminho pelo qual se deve percorrer. Não somente uma opção, mas um meio crucial e necessário. Ao mesmo tempo, isso não significa que as interações face a face morreram. Na verdade, o cenário que se desenha é justamente o oposto. Ainda que negociando por meios digitais ou por máquinas virtuais, o consumidor almeja a personalização de um atendimento humanizado.

Ganhando seu espaço, as estratégias omnichannel viraram uma tendência evidente no mercado B2B, que objetiva a interação entre os canais físicos e virtuais que permitam ao indivíduo realizar transações em modelo híbrido, negociando por plataformas digitais e concluindo suas transações pessoalmente, ou como melhor lhe atender. Ainda de acordo com a McKinsey, 42% dos entrevistados brasileiros consideram a modalidade híbrida “muito melhor” do que era praticado no pré-pandemia.

Ou seja, a tecnologia se tornou a melhor aliada dos empreendedores, permitindo uma infinidade de melhorias: flexibilidade, aperfeiçoamento de processos, aumento no campo geográfico de vendas, incremento na performance, acompanhamento em tempo real e, principalmente, a proximidade com o comprador.

A humanização é a palavra que deve permear as estratégias do profissional, elaborando planejamentos que façam o consumidor se sentir próximo e ouvido. Compreender as dores e necessidades do cliente, proporcionar uma experiência que envolva todas as partes da jornada de compra e promover a geração de valor agregado neste processo se torna, dia após dia, um diferencial de suma importância.

Quando o vendedor consegue apresentar ao seu cliente soluções eficientes para seus problemas, se valendo de uma escuta ativa e muito dinamismo, o caminho a se percorrer se torna muito mais enérgico. E esse será o verdadeiro diferencial nas transações B2B.

(Roberto Vilela é consultor empresarial, especialista nas áreas de gestão e estratégias comerciais. É autor do livro 'Em Busca do Ritmo Perfeito', que traça um paralelo entre as lições do universo das corridas para a rotina de trabalho (www.orobertovilela.com.br).

Negócios em Pauta

Foto: hkbrasil.com/reprodução



Empresa aumenta a frequência para treze cidades

A Itapemirim Transportes Aéreos anuncia a chegada da sua sexta aeronave em solo brasileiro. O novo Airbus A320 da ITA já chega com a pintura da mais nova companhia aérea brasileira. A aeronave passará por processo de importação, nacionalização e reconfiguração interna. Serão 162 assentos, 18 a menos do que a configuração máxima do modelo. Dessa forma, os passageiros contam com mais espaço e conforto. A nova aeronave deve entrar em operação até meados de outubro e permitirá que a ITA aumente a frequência de voos para as 13 cidades nas quais já opera: aeroportos de São Paulo-Guarulhos, Rio de Janeiro-Galeão, Belo Horizonte-Confins, Brasília, Curitiba, Florianópolis, Porto Alegre, Salvador, Porto Seguro, Maceió, Recife, Fortaleza e Natal. O novo Airbus A320 da ITA receberá o prefixo PS-MGF, em homenagem ao engenheiro Marcelo Guimarães Fernandes, diretor-executivo da PCA, empresa de engenharia e consultoria. ▶▶ Leia a coluna completa na página 3

News@TI

https://www.ahkbrasil.com/frames_site_ahk_tipo3/v2/verEventoDetalhado.aspx?id=4591



Webinar gratuito discute estratégias para aumentar resultados no varejo

Nos dias 23 e 24 de setembro, a Câmara Brasil-Alemanha de São Paulo reunirá grandes nomes do ecossistema de inovação e da indústria de ambos os países para debater as principais tendências de tecnologia e sustentabilidade. Tendo como tema central Tools for the future (ferramentas para o futuro), o Congresso Brasil-Alemanha de Inovação e Sustentabilidade (CBAIS) será em formato digital e totalmente gratuito. A abertura do evento ficará a cargo de Manfred Rübens, Presidente da Câmara Brasil Alemanha de São Paulo e Presidente da BASF para a América do Sul, e Heiko Thoms, Embaixador da República Federal da Alemanha no Brasil. Ao longo dos dois dias de eventos, os participantes poderão acompanhar palestras e painéis com alguns dos principais nomes da indústria e do meio acadêmico. Marc Reichardt, CEO da Bayer no Brasil, é um dos convidados do evento. O executivo moderará um painel sobre criação e gestão de comunidades (https://www.ahkbrasil.com/frames_site_ahk_tipo3/v2/verEventoDetalhado.aspx?id=4591). ▶▶ Leia a coluna completa na página 2

Política

O senhor imponderável e suas surpresas

Por Gaudêncio Torquato

▶▶ Leia na página 2

Erros que impedem sites de estarem bem-posicionados nos buscadores

Aparecer bem-posicionado nos buscadores é uma vantagem que empresa alguma pode prescindir em um mundo conectado e digital. Estudo da WebPeak, desenvolvedora de tecnologia para análise de marketing digital e SEO (otimização de sites para mecanismos de busca), rastreou os principais erros dos sites corporativos que os impedem de estar nas primeiras posições em buscadores como Google e Bing. ▶▶

Estamos no meio de uma tempestade global. Como enfrentá-la?

Uma antiga frase diz que não se deve ter medo das tempestades, pois são elas que ensinam a navegar. Se a crise que o modal marítimo vive hoje fosse uma dessas tormentas que assustam e, ao mesmo tempo, deixam os navegantes mais experientes, poderíamos dizer que é uma das mais longas, adversas e surpreendentes. Certamente quando ela passar, e vai passar, deixará ensinamentos que impactarão de maneira definitiva todo o setor. ▶▶

Dicas para ter sucesso no processo seletivo digital

Com a chegada da pandemia, as empresas passaram a realizar processos seletivos digitais, usando aplicativos e ferramentas de videoconferência. Assim, falar diante das câmeras foi algo que se tornou trivial para os candidatos. Com isso, essas soluções devem ser incorporadas à rotina de quem procura emprego. Segundo a especialista em carreiras e RH, Aliesh Costa, CEO da Carpediem RH, os candidatos precisam ter consciência de que o processo seletivo online requer os mesmos cuidados que se teria, caso as entrevistas ou dinâmicas acontecessem na sede da organização ou em qualquer ambiente físico. ▶▶

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular

