



Peshkova_CANVA

AMPLIAR A VISÃO

AS TENDÊNCIAS PARA INOVAÇÃO E CRIATIVIDADE NO MUNDO DOS NEGÓCIOS

▶▶ Leia na página 6



Quando se fala em negócios, é preciso ampliar a visão e unir a tecnologia para transformar conteúdo em conexão. Atualmente, muitas pessoas têm acesso à internet e possuem algum aparelho ou tela eletrônica nas palmas de suas mãos. Por esse motivo, às vezes é difícil escolher o melhor caminho a seguir com tanta informação disponível.

Organizado pela Netshow.me, o Flow Experience 2021 contou com 15 horas de conteúdos ao vivo e mais de 50 speakers de referência no mercado para discutir os assuntos mais atuais do mundo dos negócios e tendências tecnológicas. Confira as tendências e insights, diretamente do maior evento online de inovação no mundo dos negócios:

1 Mercado de E-Sports em alta e mais forte do que nunca – Cada vez mais pessoas jogam ou assistem a campeonatos virtuais. Segundo o relatório Juniper Research, este mercado terá um crescimento de 70% até 2025 e, em quatro anos, a audiência das competições de games e esportes digitais ultrapassará a marca de 1 bilhão de espectadores.

A América Latina é tida como uma região-chave para este crescimento. "Hoje, as pessoas podem crescer querendo ser jogador profissional de esportes eletrônicos. Antes, trabalhar com videogame era impensável", disse Matheus Trentini, Produtor na Riot Games;

2 Transparência e responsabilidade com o uso de dados é essencial – A forma como o algoritmo e a internet influenciam comportamentos e decisões do mundo real é indiscutível. Os dados são coletados para justamente entregarem cada vez mais informações segmentadas e personalizadas, mas é necessário transparência por parte das empresas com o uso dessas informações.

É preciso falar da responsabilidade de quem constrói o algoritmo. "Responsabilidade e transparência combatem fake news e deep fakes", explica Tânia Cosentino, presidente da Microsoft Brasil;

3 NFT e Criptoconomia: a era dos ativos digitais revolucionando experiências online – Com valorização de 1.212.666%, a criptomoeda, criada em 2008, não é o único ativo digital disponível. Na verdade, são mais de 9

mil opções de investimento, entre eles o NFT (sigla inglesa que significa non-fungible token).

O NFT é como um verdadeiro autenticador digital, ou seja, é tudo aquilo adquirido digitalmente e que possui um código único que garante sua autenticidade, seja um meme, uma música ou uma fotografia. "Tudo o que é memorável, que significa algum laço emocional para alguém, pode ser convertido em NFT", conta a Anna Flávia Ribeiro, filósofa e pesquisadora da Associação Polímata;

4 Espontaneidade vende mais – Muito engajada na edição do reality show Big Brother Brasil, da Rede Globo, e utilizando bem as estratégias de marketing, a Avon apareceu dez vezes nos trending topics do twitter, o que ajudou a triplicar o faturamento via e-commerce. "Era crucial capturar momentos espontâneos. Existia um olhar muito atento 24 horas ao programa, para detectar os momentos chave para ativar fora dele", relatou Juliana Barros, diretora executiva de marketing da Avon;

5 É possível ganhar dinheiro com modelos de negócios que fazem o bem – Cada vez mais empreendedores têm o desejo de criar negócios que fazem o bem, mas que também sejam lucrativos. Em uma conversa sobre empresas e projetos que nascem com o propósito de fazer o bem, Vicente Carvalho, Fundador e CEO do Razões para Acreditar, comentou sobre a necessidade de desmistificar a ideia de que negócios que fazem o bem não têm dinheiro envolvido.

"Um negócio bom é aquele que resolve um problema, que emprega pessoas e que gera impacto positivo na vida delas. Se você tem uma empresa e é honesto, com certeza seu negócio também é bom", explicou;

6 Novos formatos de entretenimento no Universo das Lutas – Segundo pesquisa realizada pelo Ibope Repucon, 30 milhões de brasileiros se autodeclararam fãs de MMA.

Com a ajuda da inteligência artificial, as lutas ganham novos gráficos, como por exemplo: a condição física dos atletas, o número de golpes e defesas, entre outros.

Além disso, o entretenimento ganha espaço e audiência com a presença de youtubers. "O mundo do YouTube entendeu que existe uma plataforma de entretenimento quando se fala de luta", relata Eduardo Grimaldi, fundador da Naja Extreme;

7 Experiência do cliente e diferenciação são essenciais para ganhar performance digital – Hoje em dia, quando se fala em empreender, uma das primeiras abordagens é o marketing digital. É preciso pensar em estratégias inovadoras para se diferenciar no digital, já que é um ambiente altamente competitivo.

"Para crescer no digital é preciso atentar-se a diversos fatores: aproveitar o melhor de cada plataforma e formato, conhecer muito bem o seu público e tornar a experiência de compra o mais agradável possível", explicou Camila Renaux, Especialista em Marketing Estratégico;

8 O futuro é de quem sabe utilizar o caos como aliado – Segundo Luiz Candreva, um dos maiores futuristas do Brasil, quanto mais incerteza temos, mais caos enfrentamos - e esta é uma grande oportunidade. Cada vez mais empresas vão se deparar com o caos e situações inesperadas - a pandemia é só um exemplo disso. Conseguir enfrentar esses períodos de forma estratégica e até mesmo prever as crises é essencial para a sobrevivência dos negócios. "O futuro é de quem sabe navegar no caos e fica confortável nele", comentou.

9 É preciso desgourmetizar o empreendedorismo – No Brasil existe uma glamourização do empreendedorismo. Mas para criar uma empresa, de fato, é necessário trabalhar ainda mais do que no modo convencional. Deh Bastos, fundadora da iniciativa @CriandoCriançasPretas, fez uma reflexão muito importante:

"O ponto de partida coloca a gente em lugares diferentes nessa corrida. É preciso dar suporte para que as pessoas possam empreender com qualidade." Renato Mendes, fundador da Orgânica 10.4.3, ainda destacou três características essenciais para ser um bom empreendedor nessa nova era: criatividade, foco e resiliência.

10 O Futuro dos Negócios é mais flexível para a inovação – O futurista Luiz Candreva começou o painel fazendo uma provocação: como enxergamos um mundo em que o propósito central das pessoas não é mais o trabalho? "Nós precisamos nos enxergar na ótica de três níveis: ter, fazer e ser", comentou Paula Harraca, Diretora de Estratégia, ESG, Inovação e Transformação do Negócio da ArcelorMittal.

Leticia Rueda Setembro, Fundadora e Diretora de Foresight na IF.FUTURE Consulting, finalizou o debate como uma grande reflexão: "Durante a pandemia as pessoas tiveram tempo de se olhar, antes estavam muito ocupadas. Muita gente empreendeu, descobriu seu propósito, e isso muda as empresas, porque elas são formadas por pessoas. Tudo isso abre precedente para um futuro com maior flexibilidade para a inovação", concluiu. -Fonte e outras informações: (<https://netshow.me>).



Ippolito_CANVA