



Ekkasi919_CANVA

COMPORTAMENTO E A MANEIRA DE CONSUMIR

VAREJO DIGITAL: INOVAÇÃO EM JORNADAS CADA VEZ MAIS HUMANIZADAS

▶▶ Leia na página 6

Passamos por grandes mudanças e esta transformação afetou diretamente nosso comportamento e a maneira de consumir. Em 2020, o e-commerce brasileiro cresceu 41% e ganhou 13 milhões de novos consumidores. São milhares de pessoas que ingressaram no varejo digital e, mesmo com a flexibilização das restrições, adotaram este modelo de compra no seu dia a dia.

Yuri Menck (*)

Mas como se comunicar e atrair esse público cada vez mais digital?

Jornadas relevantes para um cliente omnichannel – A experiência se tornou o novo oxigênio para os negócios no ambiente online. Uma tendência que deve se manter forte nos próximos anos. O consumidor de hoje busca empresas que entregam a melhor jornada em todos os aspectos: atendimento, produto, comunicação, suporte... De acordo com um estudo feito pela RightNow, 86% dos consumidores estão dispostos a pagar até 25% a mais para ter um atendimento melhor.

Também são cada vez mais omnichannel e querem a mesma experiência nos diversos canais de uma empresa ou marca, inclusive no ambiente físico. Os clientes precisam ter a opção, por exemplo, de comprar no site e retirar na loja e as empresas precisam operar com plataformas capazes de

disponibilizar o status desta jornada em todos esses acessos, entregando na ponta um atendimento impecável.

O consumidor está buscando opções e ferramentas para tornar sua tomada de decisões mais fácil e independente, tanto no online como no offline, sem abrir mão do atendimento personalizado e humano. Do cardápio online às lojas sem checkout (atendimento autônomo, sem caixas) – as pessoas estão mais receptivas a tecnologias que tragam praticidade, mas sem renunciar a um atendimento mais próximo.

Em um exemplo prático, elas querem comprar em poucos cliques no app de uma loja ou sem pegar filas numa lanchonete – mas que tenha todo suporte caso necessite de qualquer atendimento para dúvidas ou problemas. E neste sentido, mais tecnologia e ferramentas inovadoras que maximizem a eficiência tanto do processo da compra quanto da venda se tornam fundamentais. Processos consistentes, em tempo real e, principalmente, eficientes.

O digital não se tornou apenas uma obrigação para varejistas: ele revelou a importância da conveniência, das opções personalizadas e de novas experiências.

Processos de trocas flexíveis e sem burocracia, plataformas com navegação intuitiva e amigável e vantagens – frete grátis, desconto na compra. Tudo isso conta na decisão de compra. Mas outro ponto é importante: o tom da conversa.

Para criar laços e gerar um relacionamento genuíno com o seu público, marcas e empresas precisam deixar no passado o diálogo rebuscado e propor uma conversa leve e humanizada em todos os seus canais – do marketing de atração ao pós-venda.

Tecnologia para construir experiências – No relatório “Estado do Cliente Conectado”, combinado com as pesquisas da McKinsey e da IPSOS, a Salesforce aponta que 88% dos clientes esperam que as empresas acelerem as iniciativas digitais. Além disso, 69% disseram que querem que as em-

presas ofereçam novas formas de obter produtos e serviços existentes e 54% disseram que também querem inovação nestes quesitos.

E esse novo momento do consumidor digital também já está impactando as experiências físicas – e isso é um caminho sem volta. Ou seja, as lojas físicas precisam ser reinventadas para um mindset digital em primeiro lugar. A Amazon já vem mostrando um tremendo progresso neste sentido em suas lojas experimentais nos EUA. A verdade é que tudo isso traz um desafio para as empresas de tecnologia que oferecem infraestrutura e ferramentas necessárias para a construção dessas jornadas.

Rapidez, segurança e disponibilidade são quesitos fundamentais que uma plataforma deve fornecer ao usuário. É necessário um ecossistema de serviços dinâmicos, baseado em computação de borda que possa garantir uma operação segura e sem conflito de acesso às nuvens, armazenamento e processamento, que além de tudo esteja em constante inovação com a criação de novas soluções.

Na Lumen, acompanhamos atentamente essas transformações e mudanças de comportamento. Trabalhamos muito de perto com nossos clientes de diferentes segmentos, buscando soluções que atendam às necessidades particulares de cada um na busca por proporcionar experiências incríveis lá na ponta, para seu consumidor final. O varejo digital do futuro fala de uma relação próxima, com jornadas fluidas em um ambiente seguro.

E entre a empresa e o seu consumidor final há um universo de possibilidades tecnológicas para construir experiências incríveis, que a Lumen pode proporcionar unindo uma das maiores e mais bem conectadas redes de entrega de conteúdo do mundo com poderosas soluções de edge computing. É a inovação trazendo o que há de mais humano para o varejo digital. Esta é a nossa jornada.

(*) - Formado em Engenharia Industrial Elétrica (UTFPR), com Pós em Gestão de TI (Unicamp) e MBA em Gestão Executiva (Insper/SP), é Marketing Manager Lumen, Brasil.



Blue Planet Studio_CANVA

EMPREENDEDORES COMPULSIVOS

#tenhacatrizes

Por que a adaptabilidade é a rainha das competências?

Octavio Alves Jr. (*)

O que é adaptabilidade?

A adaptabilidade é a aptidão de viver em condições diferentes das quais você estava acostumado(a). O Stephen Hawking, um dos maiores cientistas do século XX disse: *Inteligência é a capacidade de se adaptar à mudança.*

As transformações tecnológicas e sociais têm trazido um ritmo alucinante de mudança para a sua vida pessoal e profissional. Por exemplo, um novo namoro, o nascimento de um filho, a perda de um ente querido, uma mudança de emprego, por vontade própria ou por demissão, uma outra chefe, um novo ERP ou uma alteração no modelo

de negócios.

Você não controla o que muda à sua volta, você somente controla como você se sente com relação a estas mudanças.

A grande verdade é que todo mundo gosta de mudanças, mas ninguém quer mudar, pois para tal deve-se sair da zona de conforto. Não adianta ter um alto nível intelectual, diplomas das melhores faculdades e ampla experiência, se você não utiliza todo esse potencial e conhecimento para adaptar-se a novos cenários.

Como se tornar mais adaptável?

Foque no resultado - Encare as novas regras como oportunidades e não como obstáculos. Foque no resultado e não nas dificuldades. Identifique os benefícios e ganhos que podem vir em consequência da mudança.

Identifique e reconheça seus sen-

timentos - O medo te bloqueia. Entenda como o medo se processa dentro de você. Conhecendo-se melhor, você identificará as razões que te levaram a esse estado emocional e poderá sair dele mais rapidamente.

Assuma o controle - Ter a consciência de que os resultados que você tem na sua vida são sua responsabilidade é fundamental para começar a avaliar as suas experiências de outra forma e com isto começar a aprender com as lições que a vida tem te apresentado.

Tenha pensamentos adequados - O seu futuro vai sendo construído pelas suas escolhas. A maioria dessas escolhas é feita pelo seu inconsciente. Os seus pensamentos repetitivos vão ficando programados no seu inconsciente e, portanto, vão definindo como será o seu futuro. Portanto, tenha os pensamentos adequados para criar a realidade que você deseja ter na sua vida.



Octavio Alves Jr.

(*) É Membro dos Empreendedores Compulsivos, Executivo internacional com larga experiência em vendas, marketing e desenvolvimento de negócios. Master practitioner em programação neurolinguística (SBPNL). Alumni do IBGC e da Kellogg School of Management. Cursos executivos na Sloan MIT School of Management e na Singularity University. Professor convidado nos cursos de pós-graduação da FGV. Criador de conteúdos em áudio e vídeo sobre Liderança e Desenvolvimento Pessoal no LideraCast. Trabalhos de Expansão de Consciência e xamanismo no Instituto Tadashi Kadamoto, Instituto Cambará e O&O Academy.