

REALIDADE ALTERNATIVA



AFINAL, O METAVERSO É MODISMO OU UMA REALIDADE?

▶▶ Leia na página 4

O que deve impactar as vendas neste ano?

Mais um ano se inicia e as empresas seguem tendo de equilibrar produção, vendas e lucro, diante de um cenário de instabilidade que ainda não dá sinais de recuar.

Mesmo assim, a sua meta de negócios para este ano provavelmente é a mesma: crescer, aumentando receitas, carteira de clientes e participação no mercado.

A seguir, quero discutir quatro importantes tendências em vendas que deverão ter impacto direto nos seus resultados.

1. - Os consumidores estão mais informados do que nunca - Em 2021, mais de 90% dos consumidores pesquisaram online antes de realizar uma compra. Eles se atualizam sobre produtos e seus respectivos fabricantes, e esperam dos representantes comerciais o mesmo nível de preparo, conhecendo bem as dores do seu negócio para oferecer produtos ou pacotes que realmente atendam às suas necessidades.

Hoje, muitas marcas já comercializam produtos de alto valor e baixo custo. E faz com que os consumidores tenham de lidar com uma quantidade esmagadora de escolhas. É nesse momento que os aspectos não técnicos entram em jogo, como a qualidade da interação com os clientes e, mais importante, a personalização do contato com eles. Segundo um estudo da Forrester Research, apenas 15% dos consumidores valorizam apenas as conversas prévias com os representantes comerciais.

2. - As expectativas de atendimento estão em alta - As expectativas em relação às boas experiências de atendimento seguem crescendo, po-



tencializadas pelas restrições impostas pela pandemia que vivemos. Isso obriga as empresas a se tornarem ainda mais ágeis, acessíveis, personalizáveis e tecnologicamente atualizadas.

Um levantamento publicado pela Forbes no ano passado apontou que a personalização acelera o relacionamento com os clientes para 98% dos profissionais de marketing, enquanto que gera mais compras para 91% dos consumidores.

Já em relação às vendas conversacionais - aquelas que oferecem troca de mensagens praticamente em tempo real - a experiência acontece 100% nos canais de comunicação rápidos e casuais, como os chats e o WhatsApp. As interações por texto nesses meios casam com a simplicidade e o imediatismo que os consumidores cada vez mais buscam.

3. - A felicidade da equipe nunca foi tão importante - Nos últimos dois anos, empresas de todos os tamanhos fizeram mudanças drásticas para acomodar as necessidades de seus clientes e parceiros, mas poucas investiram estra-

tegicamente em seus times de venda. Apesar de 59% desses representantes afirmarem ter se saído bem no período, 61% dizem se sentir subvalorizados.

E não é difícil entender isso. Esses profissionais foram essenciais para que muitas empresas sobrevivessem em 2020 e 2021, mas quando o mercado voltou a abrir as portas, eles receberam novas metas estressantes e, ao mesmo tempo, pouco reconhecimento pelo trabalho que fizeram.

Não é uma questão das empresas eliminarem suas metas comerciais, mas de mudarem a perspectiva da valorização de suas pessoas. Reconhecer (e recompensar) os pequenos sucessos é semear uma cultura de motivação interna, para iniciar um novo ciclo de trabalho duro.

4. - A tecnologia existe para ser usada - Em nosso relatório Tendências de Vendas 2021, 41% dos líderes de vendas afirmaram que seus clientes querem se comunicar mais digitalmente e 38% desejam comprar mais online. Com parte da população ainda trabalhando remotamente, é provável que esses percentuais subam nos próximos meses. O Gartner já previu que 80% das interações para vendas B2B, por exemplo, acontecerão digitalmente até 2025.

A mudança para as vendas online está acontecendo. Mas não precisa mudar a cultura da interação com o cliente só por não estar mais cara a cara com ele. Personalizar o e-mail e a comunicação por bate-papo e adotar softwares de Customer Relationship Management (CRM) são o início dessa adaptação. Ao suavizar o seu novo fluxo de trabalho digital com o uso das tecnologias apropriadas, você suaviza também o seu pipeline de vendas.

(Fonte: Bruno Prodócimo é diretor de Vendas da Zendesk Brasil - www.zendesk.com.br).

Negócios em Pauta



Ferrari prepara carro para temporada de 2022 da F1

A Ferrari anunciou que apresentará seu novo carro para a temporada de 2022 da Fórmula 1 no dia 17 de fevereiro. A decisão da Ferrari acontece pouco tempo depois da Aston Martin também ter agendado a divulgação do seu carro, mas a equipe britânica apresentará o novo modelo sete dias antes. O time italiano ainda não comunicou o nome do monoposto que utilizará ao longo de 2022, mas ele seguirá as várias mudanças feitas no regulamento técnico da principal categoria do automobilismo mundial. Alguns dias após a apresentação oficial, os pilotos Charles Leclerc e Carlos Sainz viajarão para Barcelona, onde os testes de pré-temporada serão realizados entre os dias 23 e 25 de fevereiro. Os treinos serão importantes, pois o público poderá ver oficialmente pela primeira vez a nova geração de carros da categoria. Os monopostos possuem um visual mais agressivo e prometem iniciar uma "nova era" na Fórmula 1 (ANSA). ▶▶ Leia a coluna completa na página 3

News@TI



Santos será palco para novos negócios das marcas participantes da Planet Franchise

@ A cidade, que é referência pela exportação de commodities via Porto de Santos, destaca-se também na qualidade de vida que oferece para seus habitantes, recebe dia 26 de janeiro de 2022, no formato 100% digital, uma edição da Planet Franchise. Iniciativa inédita na cidade, que traz a oportunidade de negócios nas áreas de alimentos, decoração, seguros, estética, joalheria, saúde, produtos naturais, consultoria de e-commerce, educação, limpeza a seco, bem-estar e vestuário infantil para empreendedores da região. Nesse momento, em que o empreendedorismo é a grande alavanca da nova economia, a Planet Franchise atende aos interesses de quem deseja investir em negócios consolidados e com marcas competitivas, por meio da abertura de franquias: modelos baseados na premisa do ganha-ganha. A Planet Franchise, em Santos e região, será totalmente online e permitirá ao visitante, credenciado na plataforma planetfranchise.com.br, agendar gratuitamente um horário para dialogar com gestores das marcas expositoras e obter informações sobre cada modelo de negócio. Importante registrar que, a plataforma limita o agendamento das reuniões com os gestores das marcas em exposição, de acordo com precedência do agendamento (www.planetfranchise.com.br). ▶▶ Leia a coluna completa na página 2

Mercado de soluções de big data e business analytics

De acordo com uma previsão do Worldwide Big Data and Analytics Spending Guide da International Data Corporation (IDC), o mercado de soluções de big data e business analytics (BDA) vem crescendo de forma exponencial. Só neste ano, ele deve movimentar mais de US\$ 215 bilhões. Apesar deste mercado ainda ter muito o que ser explorado, especialistas como o Marco Salvo, com mais de 30 anos de experiência em ERP, já conseguem direcionar quais são os melhores métodos para obter os melhores resultados de uma grande ajuda do Data Science em uma tomada de decisão. ▶▶

Delivery próprio, ter ou não ter?

Ter um aplicativo próprio de delivery permite a criação de campanhas, cupons de desconto e o gerenciamento exclusivo de uma rede de clientes fiéis e engajados com a marca; enquanto se associar aos aplicativos de entrega é conquistar espaço junto aos grandes, sem muitos esforços publicitários. "Se a sua marca é nova, outro grande benefício é desfrutar dos relatórios, ferramentas de marketing e uma experiência mais personalizada do seu estabelecimento no ambiente online de delivery" - resumo o especialista em marketing gastronômico e cofundador da MarketingChef, Paulo Mezallira. ▶▶

Como tornar a área de TAX estratégica para gerar lucros e reduzir custos?

Muito se fala sobre como ter mais estratégia nas operações, mas o que poucos sabem, é que a área fiscal, ou de TAX, como também é chamada, pode ser essencial para o sucesso operacional e financeiro das empresas. Abordando esse tema, no último dia 8, durante o 15º Fórum de Gestão Fiscal e Sped, o maior evento sobre o tema da América Latina, ministrei uma palestra apontando relevantes tópicos sobre "Área de TAX: custo ou estratégico?" ▶▶

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular



Contábil

Caixa lança um novo site do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS)

Por Eduardo Moises

▶▶ Leia na página 3

