

Empresas & Negócios

Pirelli e o 'país do futuro'

O CEO da Pirelli, Marco Tronchetti Provera, afirmou que a empresa continua acreditando no futuro do Brasil e que o país deve ter um ano de recuperação em 2022. As declarações foram dadas em coletiva de imprensa pelo aniversário de 150 anos da Pirelli, companhia fundada em 28 de janeiro de 1872. "É um país ao qual estamos ligados por mais de 80 anos. Acreditamos no futuro do país, que é jovem, tem vontade de futuro, e vamos continuar apostando no Brasil", disse (Ansa).

studioroman_CANVA

93% DOS FUNCIONÁRIOS DE EMPRESAS LATINO-AMERICANAS

NOVE EM CADA DEZ PROFISSIONAIS DE TI QUEREM TROCAR DE EMPREGO

▶▶ Leia na página 4

Como fidelizar clientes na era digital?

Fidelizar os clientes é uma das estratégias primordiais de qualquer negócio e, ao mesmo tempo, uma das missões mais complexas.

Em apenas um clique, os consumidores podem encontrar uma infinidade de concorrentes que entregam os mesmos produtos e serviços, com a mesma qualidade e preços tão atrativos quanto.

A luta pela atenção dos usuários nesta era digital está cada vez maior e, para ganhar sua preferência dentre tantas opções, é preciso se munir de ações que tornem sua experiência próxima, personalizada e valorizada. Garantir um bom atendimento é tão importante quanto entregar um serviço de qualidade e assertivo às necessidades do público-alvo.

Final, sempre irão existir companhias que trabalhem no mesmo nicho e, o que irá diferenciar seu negócio frente aos demais, será sua atenção e preocupação com o consumidor final em toda sua jornada de compra. Em um estudo feito pela Think With Google, 63% dos clientes esperam que as marcas tenham uma experiência consistente em todas as interações realizadas.

Uma única falha nesse processo, em contrapartida, fará com que busquem outras empresas que ofereçam o que procuram e que estejam dispostas a atendê-los – com uma chance reduzida de voltarem a procurar seu negócio futuramente. O varejo vive uma luta eterna para fidelizar clientes.

É preciso investimentos constantes nas melhores estratégias de atração e retenção e, para alcançar tal êxito, é necessário ter como ponto de partida um entendimento completo sobre o perfil de seu consumidor. Entenda para quem você está vendendo, quais são seus anseios e produtos desejados.

Quanto mais dados forem colhidos constantemente sobre tais perfis, melhor. Nessa etapa, muitas companhias conseguem captar grande volume de informações por meio das pesquisas de satisfação, nas quais relatam como foi sua experiência, se estão satisfeitos e as chances de recomendarem o serviço para outras pessoas.



As respostas, certamente, darão o insumo necessário para identificar o que está dando certo e o que deve ser aperfeiçoado para a evolução constante da empresa – principalmente, por meio dos feedbacks negativos. Qualquer comentário ruim sobre a experiência do usuário deve ser respondido o quanto antes.

A empresa deve se mostrar sempre disposta a solucionar o problema e preocupada em deixá-lo satisfeito. Caso contrário, a falta de atenção rápida nesse retorno irá não apenas danificar sua imagem no mercado, como também fazer com que o usuário busque um concorrente e, dificilmente, retorne a procurar seu negócio. A fidelização dos clientes também depende de uma comunicação próxima.

Por mais que a tecnologia tenha contribuído para o desenvolvimento de agentes virtuais que otimizem o atendimento, muitos ainda preferem conversar com um atendente humano em sua jornada de compra. Existem diversos perfis de consumidores que devem ser contemplados de forma igualitária, por meio da oferta de múltiplos canais para que cada um escolha seu meio predileto.

Junto a essa diversidade, todos os canais devem ser interligados, de forma que os consumidores possam iniciar sua jornada em um meio e finalizá-la em outro. O RCS é um dos maiores exemplos de canais que vêm crescendo no mercado – o qual permite

uma jornada rica por meio de um carrossel completo de imagens, mensagens, vídeos e documentos.

Os métodos disponíveis no mercado estão em constante desenvolvimento para trazer soluções cada vez mais completas para o seu negócio. Priorizar uma comunicação frequente e amigável é essencial. Contudo, é necessário se atentar à linha tênue entre essa periodicidade e o excesso de mensagens. Contatos massivos irão descredenciar sua marca no mercado, gerando grande insatisfação e repulsão dentre os usuários.

Todas essas ações devem ser monitoradas a todo momento, trazendo insights mais assertivos sobre os resultados das estratégias aplicadas. Nem sempre sua companhia irá acertar nas ações realizadas. Por isso, procure sempre recolher os feedbacks dos usuários e entender o que pode ser aperfeiçoado para trazer uma experiência cada vez melhor.

Buscar a fidelidade de um cliente nesta era digital é uma luta constante no mundo corporativo – mas, completamente possível de ser conquistada por meio de uma jornada única e próxima que faça com que se sintam especiais.

(Fonte: Igor Castro é diretor de produtos e tecnologia na Pontaltech, especializada em soluções integradas de voz, SMS, e-mail, chatbots e RCS - www.pontaltech.com.br).

Negócios em Pauta

Foto: i-maxpr.com/reprodução



Expansão da mobilidade aérea elétrica

A Flapper, plataforma de fretamento aéreo sob demanda, acaba de assinar uma Carta de Intenção com a Jaunt Air Mobility, empresa aeroespacial sediada em Dallas, para a compra de aeronaves elétricas de pouso e decolagem vertical (eVTOL). A Jaunt irá providenciar para a Flapper 25 aeronaves para aumentar a frota de Mobilidade Aérea Urbana na América Latina, com o que a empresa objetiva oferecer uma nova forma de viagem urbana com segurança e eficiência operacional, tendo esses pilares como prioridade máxima. Enfim, uma nova forma de viagem urbana nas cidades. O táxi-aéreo da Jaunt Journey é a primeira aeronave do mundo que combina helicóptero e a capacidade de voo da asa fixa, com destaque para o pouco barulho, além de conforto, segurança e eficiência operacional. A empresa é uma das únicas de eVTOL que está alinhada com as atuais regras de certificação da categoria de transporte. ▶▶ Leia a coluna completa na página 3

Drazen_CANVA

News@TI



Frubana realiza primeira conferência de produtos digitais em São Paulo

@ A Frubana, a loja de tudo para restaurantes que chegou ao Brasil em outubro de 2020, fará a primeira edição da Frubana PM Talks, uma conferência de gestão de produtos digitais, no dia 3 de fevereiro, às 17h. Com mais de 100 participantes já confirmados, o evento acontecerá de forma híbrida, online e presencialmente para um número limitado de pessoas. A ação presencial será na Rua Butantã, 194, em Pinheiros, zona oeste de São Paulo. Aqueles que quiserem participar do evento presencialmente ou virtualmente, devem se inscrever pelo formulário (https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeXsdGaZGAVwz08ZTP8qloVS_y7nQz_B0q8clm-PRTyDtCBKA/viewform) disponibilizado pela empresa latino americana, que também está presente na Colômbia e México. "Temos mergulhá-lo no ecossistema de startups de tecnologia e inovação da América Latina. É um encontro que costumamos realizar com nossa equipe e neste ano resolvemos abrir essa troca para a comunidade de Produto, ampliando a discussão e também para que outros profissionais que se identifiquem com o tema possam participar aqui dentro", promete Leticia Machiavelli, gerente de Produto da Frubana. ▶▶ Leia a coluna completa na página 2

Contratação PJ para startups: vantagens e desvantagens

As empresas optam por contratar prestadores de serviços, também pessoas jurídicas (PJs), para realizar algumas funções da empresa. Um levantamento da Revelo, empresa de tecnologia no setor de RH, mostra que, em 2020, houve um aumento de 40% entre os candidatos que buscavam vagas no modelo de contratação PJ. Para a especialista em direito para startups, Lorena Lage, do Lage & Oliveira Advogados, muitas startups recorrem atualmente à contratação de PJ como uma forma simplificada. ▶▶

Como se manter atualizado na carreira depois dos 50?

A mudança de cargo ou até mesmo de carreira pode ocorrer em todas as idades. Para se ter uma ideia, em uma pesquisa realizada pela plataforma americana RetirementJobs.com, há dez anos, 96% dos entrevistados concordavam que era determinante em um cargo apenas a idade e não a condição física do profissional. Porém, essa realidade é diferente nos dias de hoje. O mercado de trabalho está sempre em constante mudança e requer que os profissionais criem soft skills, ou seja, as habilidades não técnicas como autogestão, por exemplo. ▶▶

Nearshore: nova tendência do setor logístico?

A pandemia chacoalhou o mercado de comércio exterior e fez vários players repensarem a logística internacional. A dependência exclusiva da China como o principal fornecedor, somada à nova realidade de custos dos fretes, provocou questionamentos e reacendeu a pauta de nearshore como forma de evitar a quebra da cadeia logística e garantir preços mais competitivos. Muito utilizado pelas empresas de tecnologia, o termo nearshore consiste na terceirização de serviços de TI em países estrangeiros, mas com características em comum, se beneficiando de aspectos culturais e de fusos horários similares. ▶▶

Para informações sobre o

MERCADO
FINANCEIROfaça a leitura do
QR Code com seu celular

Literatura

Livros em
Revista

Por Ralph Peter



▶▶ Leia na página 7