

OPINIÃO

Como Dominar Um Nicho De Mercado: Estratégias Vencedoras

Gustavo Caetano (*)

Os nichos de mercado trazem ótimas oportunidades para empresas oferecerem produtos ou serviços especializados que atendam de forma precisa e eficiente às necessidades de um grupo específico.

O segmento pet, por exemplo, é vasto e está em expansão. Dentro dele, há demanda contínua por novidades em alimentação, acessórios customizados e serviços de saúde animal.

Outro segmento em destaque nos últimos anos é o cosmético/farmacêutico, que oferece produtos distintos para diferentes tipos de necessidades e atende preocupações estéticas particulares de cada um. Enquanto isso, produtos de luxo delineiam um setor marcado não apenas pela qualidade excepcional, mas também pelo simbolismo e pelo status que confere aos seus consumidores. Esses itens são direcionados a um público que valoriza exclusividade e sofisticação.

Portanto, há diversos tipos de nichos de mercado, desde aqueles baseados em demografia, geografia ou comportamento, até outros emergentes decorrentes de novos estilos de vida e tecnologias. E a compreensão do seu conceito é cada vez mais essencial para que as companhias possam se posicionar estrategicamente e criar valor de forma sustentável.

Nesse sentido, os primeiros passos para montar uma estratégia efetiva e assertiva para atingir determinado público é entender quais são os seus reais desejos e o seu perfil consumidor. Compreender quem são os potenciais compradores – suas necessidades, preferências e hábitos – permite elaborar estratégias de marketing direcionadas que ajudem a posicionar a marca como autoridade em seu segmento e seguir um plano efetivo que alinha a visão da empresa com as necessidades dos consumidores. Isso inclui a criação de uma ou mais buyer personas que representem os clientes ideais do nicho, e dessa forma será possível desenvolver produtos ou soluções que ressoem diretamente com as suas necessidades explícitas e implícitas.

Também é fundamental realizar pesquisas de tendências para identificar oportunidades de mercado, que envolvem análises detalhadas com a ajuda de ferramentas de busca relacionadas aos nichos em questão, identificando termos-chave para SEO e comportamentos emergentes. Outros pontos que merecem atenção são a avaliação da concorrência e a identificação de lacunas que podem ser exploradas.

A definição do posicionamento de marca é outro processo essencial e deve refletir tanto o valor percebido pelo público, quanto a imagem que a organização deseja transmitir. E aqui entra também o cuidado com o desenvolvimento de conteúdos que atraiam os clientes, sustentem seu interesse e o engajem – nesse cenário, iniciativas como blogs e tutoriais podem transformar-se em ferramentas poderosas.

Não é nenhuma novidade que, hoje em dia, para dominar um nicho de mercado é preciso também maximizar a presença digital, focando em estratégias assertivas que melhorem a visibilidade da marca nas redes, e estabelecendo parcerias com influenciadores digitais. De acordo com o estudo Influence Marketing Scope, realizado pela Scopen, para 50% dos profissionais de marketing e comunicação esse investimento tem como objetivo conquistar visibilidade, awareness e conhecimento de marca, seguido da construção de branding, posicionamento e imagem. Outra pesquisa da Twilio mostra que oito em cada dez empresas que investem em engajamento digital atingiram suas metas financeiras em 2022.

Além disso, estamos na era da personalização, que exige que as companhias ofereçam cada vez mais experiências únicas que elevem o valor agregado dos seus produtos ou serviços aos olhos dos clientes. Isso impacta diretamente na fidelização, que ocorre naturalmente quando se percebem os benefícios de uma solução feita sob medida para suas exigências. Seguindo esses passos, acredito que as organizações de todos os tamanhos estarão muito mais perto do sucesso e se destacarão frente à concorrência.

(*) CEO e fundador da Samba, especialista em soluções digitais simples, inteligentes e eficazes que impactam significativamente os resultados, proporcionam vantagens competitivas e perpetuam com maturidade os clientes no mercado.

China está construindo constelações de satélites

A China está trabalhando para desenvolver suas próprias constelações de satélites que suportarão serviços de internet, similares à Starlink da SpaceX, que é proibida naquele país.

Vivaldo José Breternitz (*)

Dois projetos estão em andamento, tendo o primeiro lote de 18 satélites sido lançado no início de agosto. Esses satélites comporão a constelação Qianfan, desenvolvida pela Shanghai Spacecom Satellite Technology (SSST), que, apoiada pelo governo de Xangai, pretende lançar inicialmente 1.296 satélites, número que pode chegar a 14 mil.

A constelação da SSST visa fornecer aos usuários serviços de alta velocidade, baixa latência e ultra confiáveis. Os satélites Qianfan tem um design semelhante ao dos satélites Starlink, projetados para facilitar o lançamento de vários deles ao mesmo tempo.

A fábrica da SSST pode fabricar até 300 satélites por ano, havendo a previsão de que os primeiros 108 sejam lançados neste ano. A empresa levantou mais de US\$ 900 milhões junto a vários fundos de investimento estatais chineses e de fontes de capital de risco.

As origens da SSST estão ligadas a uma joint venture com a empresa alemã KLEO Connect, que visava desenvolver uma constelação menor para serviços de retransmissão de dados. No entanto, a joint venture se dissolveu em meio a disputas legais, levando a SSST a continuar de forma independente com a constelação Qianfan.

A Qianfan concorrerá com outra constelação chinesa, a Guowang, apoiada pelo



geralt_de-Pixabay

governo central da China e que deverá ser composta por 13 mil satélites. Não está claro se essas redes irão competir entre si ou se serão destinadas a atender diferentes segmentos de mercado.

O governo chinês sabe das vantagens, do ponto de vista militar, de operar constelações como essas, como tem sido demonstrado pelo uso da Starlink por forças ucranianas.

Além disso, a economia chinesa se beneficiaria desses serviços, que também poderiam servir a propósitos geopolíticos, reforçando parcerias com países em desenvolvimento que dependem de infraestrutura que vem sendo construída pela China, nos termos da “Belt and

Road Initiative” – a nova Rota da Seda.

A implantação dessas mega constelações exigirá um aumento significativo na capacidade de lançamento da China, devendo impulsionar o desenvolvimento de novos foguetes, incluindo os reutilizáveis, de forma a reduzir custos e aumentar o ritmo de lançamentos.

O triste é que nosso país nada vem fazendo de parecido, nem mesmo em uma escala infinitamente menor – continuamos nos contentando com carnaval e futebol...

(*) Doutor em Ciências pela Universidade de São Paulo, é professor da FATEC SP, consultor e diretor do Fórum Brasileiro de Internet das Coisas – vjntiz@gmail.com.

Como os sistemas de digitalização documental podem se beneficiar da IA

A digitalização de documentos é um processo que consiste em converter documentos físicos em formato digital, permitindo seu armazenamento, acesso, compartilhamento e análise de forma mais eficiente e segura. No entanto, a digitalização de documentos envolve não apenas a captura de imagens ou textos, mas também a extração, validação e integração de dados relevantes para os processos de negócios das organizações.

Nesse sentido, a inteligência artificial (IA) desempenha um papel fundamental na digitalização de documentos, pois oferece soluções que automatizam e otimizam as etapas do processo, reduzindo o tempo, o custo e os erros humanos.

Uma das aplicações da IA na digitalização de documentos é o reconhecimento óptico de caracteres (OCR), que consiste em identificar e extrair textos de imagens ou documentos escaneados. O OCR utiliza algoritmos de visão computacional e processamento de linguagem natural (PLN) para reconhecer os caracteres, corrigir possíveis distorções, eliminar ruídos e converter os textos em formatos editáveis.

OCR e técnicas avançadas de IA O OCR tradicional nem sempre é capaz de lidar com a variedade e a complexidade dos documentos, especialmente aqueles que contêm dados estruturados ou semiestruturados, como formulários, faturas, contratos, etc. Nesses casos, é necessário utilizar técnicas mais avançadas de IA.

Uma delas é a classificação de documentos, que consiste em sua categorização de acordo com seu tipo, conteúdo ou finalidade, facilitando sua organização e recuperação. A classificação de documentos pode ser feita por meio de redes neurais artificiais, que são modelos computacionais inspirados no funcionamento do cérebro humano, capazes de aprender padrões e características dos documentos a partir de exemplos.



É possível também realizar a extração de informações, identificando e extraíndo dados relevantes dos documentos, como nomes, datas, valores, assinaturas, etc. A extração de informações permite fazer a tipificação dos documentos para melhor localização do acervo. Além disso, pode ser feita por meio de técnicas de PLN, como análise sintática, semântica e pragmática, que permitem compreender o significado e o contexto dos textos, bem como de técnicas de visão computacional, como detecção de objetos, que permitem localizar e segmentar elementos gráficos dos documentos.

Esse ponto é especialmente relevante para as empresas que precisam implementar um framework de controle de informações aderente à LGPD. Com a possibilidade de reconhecer informações ampliadas, é possível categorizar documentos com informações sensíveis à luz da Lei Geral de Proteção de Dados, desenvolvendo estratégias de manuseio, resguardo e descarte dessas informações.

Validação de dados e diminuição de erros

Outro ponto que os sistemas de IA podem contribuir nas estratégias de digitalização de documentação é para a validação de dados. Em operações de crédito, por exemplo, a validação de dados pode acelerar a esteira de

aprovação de crédito, diminuindo o trabalho operacional, e liberando os profissionais para tarefas mais analíticas.

Ao utilizar essas técnicas de IA na digitalização de documentos, as empresas podem obter diversos benefícios e oportunidades, tais como: aumento da produtividade, com a automação de processos; redução de custos, com a eliminação de documentos físicos; melhoria da qualidade com a diminuição de erros humanos e garantia da precisão, consistência e conformidade dos dados; adequação ao compliance, com a possibilidade de mapeamento de dados sensíveis, e a criação de estratégia de proteção desses dados e, por fim, a inserção da IA amplia a capacidade de inovação, com a análise e geração de insights a partir de dados extraídos dos documentos.

Portanto, a IA é um elemento-chave na digitalização de documentos, pois proporciona soluções que transformam os documentos em ativos digitais, que podem ser gerenciados, acessados e analisados de forma inteligente. Assim, a IA contribui para a melhoria da eficiência, da competitividade e da sustentabilidade das organizações, além de promover a transformação digital e a sociedade do conhecimento.

(Fonte: Inon Neves, vice-presidente da Access).

News @TI

Empresa que impulsiona transações apresenta soluções na Startup Summit

Impulsionar startups para transações como fusões e aquisições é o que propõe a participação da Zaxo, boutique de M&A, na Startup Summit, que ocorrerá em Florianópolis, de 14 a 16 de agosto. Em três dias de evento, serão mais de 200 palestras, dez palcos, 20 trilhas de conteúdo e 10 mil participantes. São esperados investidores e grandes nomes do ecossistema de inovação no Brasil. A Zaxo é patrocinadora do evento, na categoria “prata”, e estará presente com um estande, explicando ao público o trabalho que desenvolve de assessoria customizada em M&A (mergers and acquisitions, ou fusões e aquisições). Por meio de consultoria direcionada a cada negócio, a Zaxo atende tanto empresas dispostas a adquirir como aquelas que se apresentam no mercado para venda (https://www.zaxogroup.com/).

Ferramenta gratuita para análise do mercado cripto brasileiro

A Bity, uma das principais corretoras de criptomoedas do Brasil, acaba de lançar o Biscount Monitor, uma nova ferramenta gratuita que visa oferecer uma análise detalhada do mercado cripto brasileiro. A plataforma, desenvolvida com base nos dados do Biscount.io, um comparador de preços que fornece informações abrangentes sobre os principais ativos digitais, como Bitcoin, Ethereum e USDT, é acessível gratuitamente através da URL monitor.biscount.io. O Biscount Monitor é uma plataforma interativa e personalizável, permitindo que os usuários filtrem e ajustem as informações de acordo com suas necessidades específicas.

		José Hamilton Mancuso (1936/2017)		Laurinda Machado Lobato (1941-2021)		Responsável: Lilian Mancuso	
Editorias Economia/Política: J. L. Lobato (lobato@netjen.com.br); Ciência/Tecnologia: Ricardo Souza (ricardosouza@netjen.com.br); Livros: Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioph.com.br); Comercial: comercial@netjen.com.br Publicidade Legal: lilian@netjen.com.br		Webmaster/TI: Fabio Nader; Edição Eletrônica: Ricardo Souza. Revisão: Maria Cecília Camargo; Serviço informativo: Agências Brasil, Senado, Câmara, EBC, ANSA.		Artigos e colunas são de inteira responsabilidade de seus autores, que não recebem remuneração direta do jornal.		Jornal Empresas & Negócios Ltda Administração, Publicidade e Redação: Rua Joel Jorge de Melo, 468, cj. 71 – Vila Mariana – São Paulo – SP – CEP.: 04128-080 Telefone: (11) 3106-4171 – E-mail: (netjen@netjen.com.br) Site: (www.netjen.com.br). CNPJ: 05.687.343/0001-90 JUCESP, Nire 35218211731 (6/6/2003) Matriculado no 3º Registro Civil de Pessoa Jurídica sob nº 103.	
Colaboradores: Claudia Lazzarotto, Eduardo Moisés, Geraldo Nunes e Heródoto Barbeiro.				ISSN 2595-8410			