

Marketing Digital: estratégias para acelerar o crescimento de negócios

O marketing digital está em constante transformação, e as inovações para 2025 prometem mudanças significativas impulsionadas pela inteligência artificial (IA), automação e personalização em tempo real

Vinícius Izzo, CEO da Salespunch, agência digital de marketing e vendas, apresenta as principais tendências segundo as projeções da ESPM e do Instituto de Marketing Digital (DMI), destacando como essas inovações podem potencializar os resultados das empresas. Confira:



1) Automação e IA para campanhas personalizadas

A combinação de IA com automação vai permitir que as marcas criem campanhas altamente segmentadas e adaptadas ao comportamento do consumidor. Ferramentas de automação como HubSpot e Pardot, da Salesforce, estão desenvolvendo funcionalidades que otimizam campanhas em tempo real. Empresas que investem nessas tecnologias terão mais assertividade nas suas estratégias, alcançando o público certo com a mensagem certa.

2) Marketing de conteúdo: qualidade é prioridade

O marketing de conteúdo continua essencial, mas em 2025 a qualidade novamente vai superar a quantidade. Conteúdos detalhados e informativos

como artigos extensos, whitepapers e e-books, além de formatos visuais como vídeos e infográficos, têm forte potencial para captar o interesse do público. A recomendação de Izzo é focada em temas que solucionem as necessidades do público, promovendo engajamento e liderança à marca.

3) SEO focado na experiência do usuário

O SEO de 2025 será orientado pela experiência do usuário. Com o apoio da IA, marcas poderão realizar auditorias frequentes para otimizar sites e corrigir problemas de navegação. Ferramentas como Google Analytics e Search Console facilitam o monitoramento e ajuste de desempenho, permitindo uma experi-

ência mais satisfatória e intuitiva

4) Big data e IA: personalização em tempo real

A análise de big data em conjunto com IA possibilita a coleta e a compreensão de dados em tempo real, personalizando campanhas conforme o comportamento do consumidor. Ferramentas como Google Analytics 4 e CRMs com análise de big data, como Salesforce, permitem que marcas identifiquem tendências e se adaptem rapidamente, aumentando a eficiência das campanhas e mais personalização.

5) Micro e nano influenciadores: engajamento autêntico

O marketing de influenciadores segue em alta, mas 2025

será o ano dos micro e nano influenciadores, que oferecem conexão mais óbvia com o público. Parcerias autênticas e homologadas com os valores da marca têm mais impacto do que campanhas pontuais. Coerência e confiabilidade serão as palavras da vez.

6) Ascensão do social commerce

Com a expansão das funcionalidades de compra direta em redes sociais, o Social Commerce oferece uma nova via para empresas atingirem seus consumidores. Plataformas como Instagram Shopping e Facebook Shops facilitam a compra de produtos diretamente nas redes sociais, integrando e-commerce e mídias sociais de forma eficaz e atraente.

Vinícius Izzo ainda chama a atenção para o Omnichannel, que é a experiência de compra integrada. "As fronteiras entre o mundo físico e virtual cada vez mais vão se dissipar, então a experiência do cliente de comprar com você tem que estar permeada por todos os meios possíveis e imagináveis", finaliza. - Fonte e outras informações: (<https://salespunch.com.br/>).

Regras e inovação na construção: caminhos para reduzir o déficit habitacional

Raphael Lafetá (*)

O déficit habitacional no Brasil afeta cerca de 5,8 milhões de famílias, segundo dados da Câmara Brasileira da Indústria da Construção (CBIC)

Alimentam essa situação o crescimento populacional e questões relativas a políticas públicas e gestão; entre elas, a inconsistência das diretrizes municipais de construção – o que torna a execução dos projetos mais morosa e muitas vezes mais cara.

Para enfrentar esse cenário, precisamos de uma abordagem que vá além da simples construção de unidades habitacionais: é necessário descomplicar processos e desenvolver soluções inovadoras que conectem o sonho da casa própria com a realidade do mercado. A burocracia associada às diretrizes municipais de construção é uma das maiores barreiras.

A emissão de alvarás e a falta de padronização nas diversas esferas governamentais criam obstáculos para a escalabilidade e o acesso a moradias de qualidade e custo acessível. Um ponto crucial para destravar esse cenário é a padronização das normas urbanísticas e a modernização dos processos de licenciamento.

Em cidades como São Paulo, cidade mais populosa do país, por exemplo, isso poderia liberar a construção de centenas de milhares de novas moradias, conforme aponta o Secovi-SP.

É importante mencionar que padronizar não significa abrir mão de qualidade ou segurança. Pelo contrário, deve ser uma oportunidade para adotar práticas mais eficientes. Temos exemplos ao redor do mundo. Na Suécia, técnicas de construção rápida, e na França, princípios como densidade, diversidade

e eficiência energética, estão sendo usados para resolver problemas habitacionais.

No Brasil, temos iniciativas interessantes como, por exemplo, a construção pré-fabricada e modular, promovidos pela CBIC, que demonstram potencial para reduzir os custos em até 20%, ao mesmo tempo que aceleram a entrega das unidades habitacionais.

Essas abordagens inovadoras precisam ser combinadas com incentivos para desenvolver áreas já dotadas de infraestrutura, especialmente nas proximidades de corredores de transporte público. Ao otimizar o uso do solo urbano e incentivar o reaproveitamento de terrenos subutilizados, podemos atender à crescente demanda habitacional de forma mais eficiente.

O déficit habitacional é um dos grandes desafios sociais do século, e no Brasil o temos enfrentado há tempo demais. Para superá-lo, é necessário um pacto social que envolva governo, empresas e sociedade. Não podemos esperar que o mercado resolva o problema sozinho, assim como as leis, isoladamente, não resolverão.

Precisamos de uma ação coordenada que nivele a legislação nos níveis federal, estadual e municipal, e que promova o diálogo constante entre os diversos agentes envolvidos. Somente com essa sintonia será possível expandir o acesso à moradia de qualidade e em conformidade com a legislação.

Com a promoção de ambiente regulatório favorável, o Brasil tem a oportunidade de acelerar a produção habitacional e atender às necessidades de sua população, especialmente das famílias de baixa renda.

(*) - É diretor-executivo de relações institucionais e sustentabilidade do Grupo MRV&CO e presidente do Sinduscon (MG).

Biometria é nova oportunidade para crescimento do varejo físico

O uso da biometria ganhou espaço no cotidiano das pessoas e já marca presença forte nos smartphones e bancos, seja pela facilidade da tecnologia ou pela segurança.

Isso quer dizer que os usuários podem desbloquear seus celulares e fazer transações no caixa eletrônico, por exemplo, por meio das impressões digitais, da palma da mão e do reconhecimento facial. Mas o comércio também promete se beneficiar dessa ferramenta: de acordo com a pesquisa divulgada pela Juniper Research, a biometria pode alcançar até 90% dos varejistas em todo o mundo.

Nesse caso, o uso da biometria pode garantir proteção contra fraudes e facilidade aos consumidores, agilizando o processo do pagamento e finalizando as compras

sem precisar usar a carteira. O estudo da Juniper Research prevê, ainda, um salto de 138% no volume de transações realizadas dessa forma até 2028.

“Essa é uma inovação que promove ao varejista uma nova estratégia de lucros, principalmente pela modernização e a praticidade. A combinação de experiências físicas e digitais faz com que o consumidor tenha no presencial a mesma rapidez do e-commerce”, comenta William Santos, diretor comercial da VarejOnline, empresa especializada em tecnologia para gestão de lojas, franquias e pontos de venda (PDV).

Alguns países já utilizam a biometria em serviços há mais tempo. Na China, por exemplo, o acesso ao transporte

público é feito pelo rosto ou impressão digital. No Brasil, esse ainda é um método que vem ganhando espaço; em algumas lojas, é possível realizar o cadastro com dados pessoais e biométricos, que são automaticamente relacionados ao cartão de crédito da unidade.

Mas, mesmo que não esteja totalmente presente, a expectativa de sua chegada é grande. “Com a regulamentação de privacidade nos pagamentos biométricos, existirá um potencial significativo neste método, principalmente em melhorar a experiência dos consumidores. Mas a maior vantagem mesmo será a da segurança, reduzindo riscos de golpes, roubos e mau uso dos dados alheios”, complementa William. - Fonte: (<https://varejonline.com.br/>).

SENTENÇA PUBLICADA em: 06/09/2024 | Edição: 1731 | Seção: 1 | Página: 29
 Órgão: Ministério da Defesa/Comando da Marinha/Estado-Maior da Armada
 DECISÃO DE 3 DE SETEMBRO DE 2024
 Processo Administrativo de Responsabilização (PAR) nº 61001.00575/2019-92
 1. Vistos e examinados os presentes Autos do Processo Administrativo de Responsabilização (PAR) nº 61001.00575/2019-92, cuja Comissão foi nomeada por meio da Portaria nº 181/MB/MQ, publicada no Diário Oficial da União de 25 de julho de 2022, Edição nº 139, Seção 2, Página 6, pelo qual respondeu a empresa Unitecnica Equipamentos Termodinâmicos Ltda. (CNPJ nº 09.202.901/0001-65, no exercício das atribuições a mim conferidas pelo art. 13, parágrafo único, e art. 14, Ambos do Decreto nº 11.129, de 11 de julho de 2022, combinado com o inciso I do parágrafo único do art. 28 do Anexo I do Decreto nº 5.417, de 13 de abril de 2005, e em consonância com a Decisão de 1º de Fevereiro de 2024 do Comandante da Marinha, publicada no Diário Oficial da União de 2 de fevereiro de 2024, Edição nº 24, Seção 1, Página 11. Adoto, como fundamento deste ato, as conclusões contidas no Parecer nº 00164/2024-CJACM/CJAGU, de 27 de junho de 2024. Aprovado pelo Desapacho nº 00314/2024-CJACM/CJAGU, de 3 de julho de 2024, e Decido aplicar as seguintes sanções: a) multa no valor de R\$ 447.345,20 (quatrocentos e quarenta e sete mil, trezentos e quarenta e cinco reais e vinte centavos), nos termos do inciso I do artigo 6º da Lei nº 12.846/2013; e b) publicação extraordinária da decisão condenatória por 45 (quarenta e cinco) dias, nos termos do inciso II e § 5º do art. 6º da Lei nº 12.846/2013. Por fim, Determino a remessa do processo a origem, a fim de serem tomadas as providências necessárias para o ressarcimento do erário. Atte. Esy André Luiz Silva Lima De Sant'Ana Mendes, Chefe do Estado-Maior da Armada.

EDITAL DE CITAÇÃO - PRAZO DE 20 DIAS. PROCESSO Nº 1029667-73.2016.8.26.0577. O(A) MM. Juiz(a) de Direito da 5ª Vara Cível, do Foro de São José dos Campos, Estado de São Paulo, Dr(a). Patrícia Helena Feitosa Milani, na forma da Lei, etc. FAZ SABER a(o) CRISTIANO ANTONIO DOS SANTOS, Brasileiro, Separado judicialmente, Gerente, RG 29.508.778, CPF 007.580.404-23, pai José Antonio dos Santos, mãe Dalva Dias dos Santos, Nascido/Nascida 25/05/1978, natural de São José dos Campos - SP, com endereço à Rua Milton Cruz, 23, Jardim Sao Jorge, CEP 12221-200, São José dos Campos - SP, que lhe foi proposta uma ação de Busca e Apreensão em Alienação Fiduciária por parte de Banco Itaúcard S/A, visando a busca e apreensão do veículo Marca: VOLKSWAGEN Modelo: VOYAGE (G5/NF(TF)) (IT Ano: 2011 Cor: Branco Placa: EVV3150, Renavam: 00400890160 Chassi: 9BWB05U9CT147529, objeto de garantia do contrato de alienação fiduciária de número: 000000138716188. Encontrando-se o herdeiro (CRISTIANO ANTONIO DOS SANTOS, inscrito sob CPF: 007.580.404-23) e Encontrando-se o réu em lugar incerto e não sabido, foi determinada a sua CITAÇÃO, por EDITAL, para os atos e termos da ação proposta e para que, no prazo de 15 (quinze) dias, que fluirá após o decurso do prazo do presente edital, apresente resposta. Não sendo contestada a ação, o réu será considerado revel, caso em que será nomeado curador especial. Será o presente edital, por extrato, afixado e publicado na forma da lei. NADA MAIS. Dado e passado nesta cidade de São José dos Campos, aos 22 de março de 2024.



AS PUBLICAÇÕES LEGAIS NOS JORNAIS SÃO DATADAS E AUTENTICADAS, SEM MARGEM PARA ALTERAÇÃO POSTERIOR DO CONTEÚDO DIVULGADO. AFINAL, O JORNAL É LEGAL.