

Planejamento sucessório: quem será preparado para comandar os negócios?

Silvinei Toffanin (*)

Você sabia que as empresas com perfil familiar são responsáveis por mais da metade do PIB do Brasil?

De acordo com o IBGE, é curioso notar que apesar de 90% das sociedades empresariais do país têm natureza familiar e apenas 12% dessas empresas chegam à terceira geração da família.

Ou seja, são pouquíssimas aquelas que se preparam para a sucessão, uma etapa fundamental para garantir a longevidade e manter a competitividade do negócio. Processo crucial para determinar o futuro de um negócio, o plano sucessório é composto por uma série de etapas. Escolher quem irá assumir a liderança da empresa é uma tarefa que exige planejamento cuidadoso e uma análise detalhada das competências e valores dos potenciais sucessores.

Para iniciar e apoiar esse processo, é preciso começar olhando para a definição de valores e visão da empresa. Antes de selecionar um sucessor, é importante ter compreensão clara desses pontos, uma vez que o sucessor deve compartilhar esses princípios fundamentais para garantir que a continuidade da cultura organizacional seja mantida.

Outro passo importante é avaliar as competências e habilidades dos potenciais sucessores. É essencial analisar a capacidade de cada um deles de motivar e inspirar as equipes, entender suas habilidades para fazer escolhas estratégicas sob pressão, além da visão estratégica, compreensão de mercado e capacidade para planejar o futuro da empresa.

Para uma avaliação mais prática, é possível, por exemplo, submeter os potenciais sucessores a avaliações de desempenho e feedback 360°. Dessa maneira, é possível entender melhor as competências de cada candidato. A experiência prévia na empresa ou em setores relacionados pode ser outro diferencial importante para avaliação.

Orientamos que sejam considerados, também, a formação acadêmica e profissional dos candidatos ao cargo de comando. Além disso, manter um olhar atento para identificar talentos internos, que já demonstrem características de liderança, pode auxiliar. Ao identificar o candidato ideal para a sucessão, vale investir em seu desenvolvimento.

Há uma série de possibilidades, como programas de mentoria, realizados por líderes atuais que possam compartilhar experiências e conhecimento, para o desenvolvimento das habilidades necessárias; treinamentos focados no aperfeiçoamento de habilidades específicas, em áreas como gestão, finanças ou marketing; além de oferecer ao candidato oportunidades em projetos desafiadores.

Paralelo a isso, o plano de sucessão deve contar com um cronograma claro para a transição. Isso envolve comunicar as mudanças para a equipe, clientes e demais stakeholders. Dessa forma, a transição acontece de forma suave e se torna possível minimizar sentimentos de incerteza.

Realizada a seleção e o desenvolvimento do sucessor, é importante monitorar seu desempenho e fazer ajustes conforme necessário.

Para isso, sugerimos a realização de avaliações periódicas e feedback constante. A realidade é que escolher o sucessor ideal para a empresa não é uma tarefa simples. No entanto, é essencial para garantir a continuidade e o crescimento do negócio. Um planejamento cuidadoso, realizado - se necessário - com o auxílio de especialistas, aliado a uma avaliação honesta das competências e valores dos candidatos, pode levar os negócios a um futuro promissor.

Com o tempo e o investimento adequados, será possível formar líderes que levarão a empresa a novos patamares de sucesso. Por isso, preste muita atenção e tome bastante cuidado durante todo o processo.

(*) - É fundador e sócio da Direto Group (www.diretogroup.com).

Black Friday: achadinhos e outlets estão no topo de engajamento do público

A Black Friday, data mais importante do varejo e e-commerce já se aproxima. Com ela, as grandes marcas também começam a preparação de vendas na internet e redes sociais

De acordo com dados obtidos pela Winnin, plataforma de IA que transforma dados de consumo de vídeo em insights culturais, os tópicos de mais interesse são os achadinhos, com 53,7% de engajamento; caixas misteriosas, com 21,1%, e as outlets, que representa 12,9% da audiência.

Para o Head de Estratégia da companhia, Pedro Drable, apostar em vídeos que estimulam compras inteligentes; conteúdos de moda, beleza, games e computadores, pode ser alternativa para se destacar. Nos últimos 12 meses foram produzidos 55 mil vídeos sobre o assunto, com engajamento médio de 44 mil por vídeo.

Os tipos de vídeos que geram mais interesse são aqueles que trazem review de produto - análise ou comentário do usuário como cliente, expressando a opinião e não uma publicidade - , unboxing - tendência das redes sociais que consiste em abrir um item em frente as câmeras, challenge - conteúdos curtos no estilo desafio - e dicas.

“À medida que nos aproximamos da Black Friday, as marcas precisam es-



tar mais alinhadas do que nunca às tendências de conteúdo que realmente ressoam com o público. Os dados da Winnin mostram que os consumidores estão buscando autenticidade e valor, como evidenciado pelo sucesso de vídeos de review e unboxing. Esses insights culturais são fundamentais para direcionar estratégias que gerem engajamento real e, conseqüentemente, resultados expressivos durante a maior data do varejo”, explica Pedro.

Por esse motivo, os vídeos que revelam alguns achados e descobertas de produtos, geralmente com ótimo custo-benefício, estão no topo da lista. Esses vídeos são populares em plataformas como Tik Tok e Instagram, onde os usuários mostram

suas compras, revelam onde encontraram ofertas e dão dicas de como conseguir bons preços.

O objetivo é ajudar a audiência a encontrar boas oportunidades de compra, especialmente durante eventos como a Black Friday. Também, há o interesse do público por vídeos de caixas misteriosas, que definem-se em conteúdos que os criadores compram e abrem pacotes ou caixas desconhecidas até aquele momento.

“Elas podem conter uma variedade de produtos, desde eletrônicos até itens de moda, e a ideia é gerar suspense para quem está assistindo e abrindo. Esse formato se tornou popular nas redes sociais porque combina o elemento de

surpresa com a curiosidade, mantendo a audiência envolvida enquanto os itens são revelados”, enfatiza Pedro.

Por último, estão as lojas outlets, que voltaram a ficar em alta, e se tornam tendência para a Black Friday. Elas oferecem a oportunidade de adquirir artigos de marcas conhecidas a preços significativamente reduzidos. Os consumidores estão cada vez mais atentos ao valor de suas compras, e essa é uma combinação atraente de qualidade e economia. Além disso, durante o período, essas lojas tendem a intensificar promoções.

Pedro finaliza destacando alguns insights para manter a atenção do consumidor em um período de diversificação de anúncios e promoções no ambiente online. “É importante olhar para os outros conteúdos que o público que assiste esse tipo de vídeo também consome, além de incentivar o cliente a comprar de forma consciente, já que esse é um período de gastos desenfreados.

Uma opção é usar conteúdos de humor, como challenges, por exemplo, pode ser uma boa alternativa”, finaliza. -Fonte e outras informações: (https://winnin.com/).

Educação Continuada: para o desenvolvimento de líderes e o crescimento sustentável

Quando empresas investem em capacitação constante, criam líderes mais preparados para enfrentar os desafios do mercado, além de promoverem um ambiente colaborativo e inovador. A implementação de programas voltados ao aprendizado contínuo se torna, assim, um pilar importante para o sucesso corporativo.

A formação de líderes exige um esforço que vai além das habilidades técnicas, envolvendo também o desenvolvimento de competências emocionais e de gestão de pessoas. Modelos de educação corporativa, como treinamentos regulares, programas de mentoria e workshops, têm ganhado espaço nas organizações. Essas iniciativas aprimoram a capacidade de liderança e fortalecem o engajamento das equipes, criando um ciclo de motivação e alta performance.

De acordo com Rica Mello, especialista em gestão de empresas e fundador do grupo BCBF, a educação continuada contribui diretamente para o fortalecimento da cultura organizacional. “Empresas que investem na capacitação de suas lideranças e colaboradores colhem benefícios em todas as áreas de atuação, desde a melhora no clima interno até o aumento da competitividade no mercado”, destaca.

Esse tipo de investimento demonstra que o desenvolvimento de pessoas é uma prioridade estratégica, gerando um ambiente de confiança e inovação.

• **Modelos de educação continuada** - Os treinamentos são uma das opções mais tradicionais e eficazes. Por meio deles, as lideranças podem aprimorar suas habilidades técnicas, além de se atualizarem sobre novas tendências do mercado. No entanto, o impacto vai além do conhecimento adquirido: trata-se de uma oportunidade para líderes trocarem experiências, compartilharem boas práticas e fortalecer o networking dentro da empresa.

Os programas de mentoria, por sua vez, oferecem uma abordagem mais personalizada para o desenvolvimento de lideranças. A troca de experiências entre um mentor e o mentorado cria um ambiente de aprendizado prático, onde o desenvolvimento das habilidades de liderança ocorre de forma mais direta e aplicada.

Esse tipo de programa também reforça os laços entre diferentes gerações dentro da organização, promovendo



uma cultura de aprendizado contínuo e confiança mútua que beneficia tanto os indivíduos quanto a empresa como um todo. Os Workshops também se destacam como uma ferramenta valiosa na educação continuada das lideranças.

Por serem mais dinâmicos e focados em temas específicos, permitem que os participantes aprofundem conhecimentos em áreas-chave de interesse, como inovação, gestão de mudanças e resolução de conflitos. Esse formato de aprendizado é ideal para quem busca uma experiência mais interativa e prática, o que facilita a aplicação imediata do que foi aprendido no dia a dia das equipes.

A adoção de diferentes modelos impacta diretamente o desempenho das equipes. Líderes bem treinados conseguem gerir melhor suas equipes, promovendo um ambiente de trabalho mais colaborativo e eficiente. “Ao se sentirem apoiados por lideranças que investem em seu próprio desenvolvimento, os colaboradores tendem a se engajar mais e a contribuir de maneira mais ativa para o sucesso da organização, resultando em equipes mais produtivas e alinhadas com os objetivos da empresa”, pontua o especialista.

Colaboradores que percebem o comprometimento da empresa com seu crescimento profissional tendem a ser mais leais e a permanecer por mais tempo na organização. Ao oferecer treinamentos, programas de mentoria e workshops, as empresas demonstram que valorizam o potencial de seus funcionários, criando um ambiente de trabalho atrativo e motivador. - Fonte e mais informações: (https://ricamello.com.br/).

