

OPINIÃO

Automação do marketing tem WhatsApp como ferramenta estratégica

Felipe Rodrigues (*)

É inegável, as ferramentas para trocas de mensagens, como o WhatsApp, por exemplo, ganham um espaço cada vez mais relevante não só no cotidiano das pessoas, como se tornam meios estratégicos para o estabelecimento de relações mais próximas entre as empresas e seu público-alvo.

De acordo com uma pesquisa realizada pelo Opinion Box, plataformas como o WhatsApp estão instaladas nos smartphones de 99% dos brasileiros. Justamente por isso, há um crescimento exponencial na adoção de estratégias por profissionais de marketing e de vendas que envolvam diretamente o app.

Aliás, por se tratar de um canal versátil, a ferramenta também oferece uma taxa de sucesso e de oportunidades bastante relevantes, visto que acaba por se tornar um meio para captação de leads, follow-up de vendas e pós-vendas. O fato é comprovado ao analisar a quantidade de empresas B2C que adotam a ferramenta para comunicação e vendas: a adesão é de aproximadamente 72% das companhias.

A realidade é que o WhatsApp é estratégico para as empresas, especialmente, lojas online, que investem na automatização do marketing. Afinal, essas tecnologias otimizam o desenvolvimento das campanhas de marketing para o e-commerce e apresentam maneiras eficazes de auxiliar as lojas online no aumento do volume de vendas.

Um exemplo bem palpável aparece nos casos em que o cliente enche seu carrinho virtual, mas por algum motivo não conclui a compra. As ferramentas que promovem

a recuperação de carrinhos abandonados costumam produzir resultados interessantes ao acionar o cliente por meio de um endereço de e-mail previamente cadastrado com incentivos para a conclusão da compra. Ao usar, porém, o WhatsApp como meio para o estabelecimento desse contato, a eficácia costuma ser ainda mais interessante.

Há outras situações em que a automação do marketing pode – e deve – ser associada ao WhatsApp para alcançar resultados expressivos. Essa aplicação é eficaz nos casos de clientes que sequer colocaram itens no carrinho de compras. Por meio do app de mensagens, torna-se possível iniciar uma jornada de automação do marketing em que os produtos já visualizados pelo cliente, em um fluxo de navegação anterior, passam a ser sugeridos ao consumidor. O mesmo vale para ferramentas que geram gatilhos para compras e por aquelas que viabilizam a recompra de produtos de uso recorrente.

Claro, todas essas ferramentas de automação do marketing para e-commerce funcionam muito bem quando associadas com outros canais de comunicação, tais como o e-mail, SMS e outros. No entanto, quando essas soluções são empregadas de maneira estratégica e combinadas com a principal plataforma de troca de mensagens utilizada em diversos países e, especialmente, no Brasil, pode-se alcançar resultados extremamente interessantes, que chegam a um aumento de até 50% no volume de vendas da loja online, um resultado que não pode ser desprezado por nenhuma operação de vendas online em um universo tão competitivo como o que vivemos hoje.

(*) Especialista em e-commerce, fundador e CEO do ENVIU – plataforma multicanal especializada na automação do marketing para e-commerce. (www.enviou.com.br)

Elon Musk assessorará Trump em inteligência artificial?

Quando um presidente é eleito, forma-se um burburinho ao seu redor – pessoas e organizações tentam se posicionar, de forma a que seus interesses sejam atendidos.

Vivaldo José Breternitz (*)

É o que está acontecendo nos Estados Unidos, onde os esforços para influenciar o presidente eleito Donald Trump, via Elon Musk, já estão começando. Há alguns dias, a ONG Americans for Responsible Innovation (ARI) pediu a Trump que faça de Musk seu conselheiro especial para a área de inteligência artificial (IA), dizendo que ele está bem posicionado para proteger a liderança do país nesse setor e garantir que IA seja implementada com segurança.

Musk tem sido um dos principais críticos de uma das líderes na área de IA, a OpenAI, que criou o ChatGPT. Musk foi um dos fundadores dessa empresa, que hoje é vista por ele como uma adversária, a ponto de, pouco depois do lançamento do ChatGPT, ter assinado uma carta pedindo uma moratória no desenvolvimento de modelos de IA generativa mais avançados, visando dar tempo para que fossem definidas regras que impedissem que essas ferramentas se tornassem ameaças à sociedade.

No entanto, os que criticam Musk dizem que essa foi uma medida tomada em função de seus interesses comerciais, já que ele também tem sua própria empresa de IA, a xAI.

A petição da ARI diz que é possível lidar com os conflitos de interesse de Musk, argumentando que com “mecanismos adequados para isso, Musk seria um ativo inestimável para ajudar o governo Trump a navegar no desenvolvimento dessa tecnologia transformadora”.



Iliulia_Pilipechenko_CANVA

“Musk poderia emergir como um campeão pela segurança da IA na administração”, escreveu o analista de políticas da ARI, David Robusto, em um post publicado no blog da ONG.

Com os traços de megalomania característicos de sua personalidade, Musk afirmou anteriormente que se juntaria ao governo Trump em uma função criada por ele: seria o chefe de um novo organismo federal, o Department of Government Efficiency, cujo papel seria desmantelar todo o sistema regulatório americano. Informes dão conta que Musk atuará nessa área, mas de maneira mais informal.

Apesar disso, Robusto espera que Musk possa promover a segurança da IA mesmo à frente desse organismo –

bastaria ser apenas ser um pouco menos duro com os órgãos que a gerenciam, como o National Institute of Standards and Technology.

Concluindo, Robusto escreveu a respeito de Musk que, com as devidas salvaguardas e sua combinação única de expertise técnica e preocupações com a segurança, o empresário poderia ser um ativo valioso no desenvolvimento de uma governança responsável de IA.

Neste momento, o que resta é aguardar, embora alguns digam que o céu não tem espaço para dois sóis, Trump e Musk.

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

Kaizen: como transformar pequenos passos em grandes resultados?

“Devagar se vai ao longe”. Este conhecido ditado popular é a essência do Kaizen, filosofia japonesa que busca a melhoria contínua de processos, com o objetivo de alcançar a máxima eficiência. A metodologia, que surgiu após a segunda Guerra Mundial com o intuito de guiar a reconstrução do país, devastado pelo conflito, implementando continuamente pequenas melhorias, parte do princípio de que, independentemente dos contextos nos quais estamos inseridos, sempre há o que possa ser melhorado.

Não é incomum estarmos expostos em situações que entendemos que “está tudo errado” ou que muitas coisas estão erradas. No entanto, o tamanho da mudança a ser projetada acaba desmotivando a seguir, justamente, pela compreensão equivocada de que será impossível atingir o resultado esperado.

Por sua vez, ao subestimarmos o poder das pequenas melhorias, é onde se perde oportunidades de chegar mais longe. Um importante exemplo disso pode ser comprovado com Novak Djokovic, tenista mais vitorioso da história deste esporte, que não precisou de grandes transformações para sair da posição de número 680º do ranking mundial e atingir o primeiro lugar.

Na prática, o jogador melhorou em “apenas” seis pontos percentuais seu aproveitamento de vitórias, passando de 49% quando estava na posição 680º, para 55% quando atingiu o topo do ranking.



Rafael Satim Pereira

Esta história é contada no livro “A Arte de Falar e Fazer”, do autor Geronimo Theml, onde é mencionado o estudo realizado pelo escritor e palestrante Stephen Duneier sobre o atleta.

O exemplo de Djokovic é uma importante demonstração do poder que as pequenas mudanças possuem, indo ao encontro do objetivo do Kaizen. Não à toa, a filosofia se tornou um dos pilares do Lean, metodologia de gestão adotada pelo Sistema Toyota de Produção, que tinha

como princípio a redução de desperdício e a melhoria contínua. Como prova da sua eficácia, o Toyotismo é conhecido mundialmente, sendo utilizado como referência em diversas organizações.

Em se tratando da área de TI, o Kaizen ganhou força através dos métodos ágeis, como o Scrum e o Kanban, em que suas respectivas concepções preveem a realização da cerimônia de retrospectiva, onde integrantes da equipe se reúnem periodicamente para expor suas dificuldades e discutir oportunidades de melhoria.

No entanto, mais importante do que mapear os problemas, é fundamental endereçar soluções, definir responsáveis e inspecionar o progresso. Afinal, problemas mapeados e engavetados não solucionam, mas podem colaborar para gerar conformismo entre os envolvidos.

A grande lição que o Kaizen ensina para as organizações no dia a dia é o poder que a implementação de melhorias contínuas pode trazer a longo prazo para as empresas. E, considerando a velocidade em que novas tendências surgem, impulsionando a competitividade no mercado, é fundamental que as companhias invistam nessas ações, visando aprimorar processos e conquistar resultados. Mas, para isso, cabe a reflexão: você consegue melhorar em 1% hoje? Se a resposta é sim, então não perca tempo, e comece.

(Fonte: Rafael Satim Pereira é Squad Leader da Viceri SEIDOR).

Slack: 35% dos pesquisados no Brasil se sentem desconfortáveis em admitir uso de IA no trabalho

O novo Índice de Força de Trabalho do Slack, da Salesforce, aponta para a incerteza e o desconforto em torno do uso da Inteligência Artificial no trabalho. No Brasil, 35% dos entrevistados relatam que se sentem desconfortáveis em admitir o uso da IA para seus gerentes por medo de perderem o emprego, de serem vistos como incompetentes ou preguiçosos.

Com o tempo que a IA os ajuda a economizar, os brasileiros esperam aprender e desenvolver novas habilidades, realizar tarefas administrativas e focar em projetos de trabalho inovadores ou criativos. Plataformas de ensino gratuito

como o Trailhead, da Salesforce, com módulos sobre IA podem contribuir para esta jornada.

Apesar da incerteza em torno da IA em seu local de trabalho atual, 90% dos brasileiros sentem urgência em se tornar um especialista em IA. No entanto, apenas 49% gastaram menos de cinco horas no total aprendendo a usar a IA.

News @TI

TD SYNnex aprimora StreamOne® com novos recursos para MSPs

A TD SYNnex (NYSE: SNX) lança novos recursos para o StreamOne®, sua plataforma global de nuvem. Esses recursos, voltados para os clientes, consolidam o StreamOne® como destino preferencial para a inovação XaaS, facilitando crescimento e escalabilidade aos parceiros num contexto digital em rápido desenvolvimento. Com abrangente cobertura de hyperscalers, os novos recursos da plataforma liberam eficiências e oportunidades para parceiros de todos os tamanhos. A API de venda do StreamOne® permite a venda sem interface, possibilitando adicionar produtos TD SYNnex a marketplaces criados por parceiros, além de estender e gerenciar pedidos para clientes (https://site.tdsynnex.com/streamone/p/1).

Prêmio de mais inovadoras da América Latina

FCamara, Cadastra, Vericore, Unisys Brasil, Nava e Dadosfera recebem prêmio de mais inovadoras da América Latina. Seis empresas brasileiras foram reconhecidas no Paragon Awards LATAM 2024, premiação promovida pela TGT ISG que identifica os casos mais inovadores entre empresas de serviços de tecnologia e seus clientes em seis categorias: AI Pacesetter, Excellence, Innovation, Transformation, Workplace of The Future e ESG. Com uma abrangência global, a edição deste ano para a América Latina registrou um recorde de 80 casos inscritos, destacando a força e inovação do mercado regional.

Editorias

Economia/Política: J. L. Lobato (lobato@netjen.com.br); Ciência/Tecnologia: Ricardo Souza (ricardosouza@netjen.com.br); Livros: Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterariaralph.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.