



SENIORES ATIVOS

ECONOMIA PRATEADA CRESCE: POR QUE CONTRATAR PROFISSIONAIS 50+? ➡ Leia na página 8

Retail Media

Quais os benefícios para as empresas?

O que sua empresa faz de diferente para atrair e reter cada vez mais consumidores? Atingir essa meta, em um mercado altamente competitivo, pode ser uma grande pedra no sapato de todo empreendedor.

Mas, existem estratégias que estão se destacando e se mostrando fortemente benéficas neste sentido, como o Retail Media. Seu foco de divulgação no varejo pode elevar, significativamente, a conversão crescente de leads e aumento da produtividade, mas deve ser muito bem planejada para atingir este fim.

Em sua definição, essa estratégia de marketing se refere ao ato de utilizar marketplaces e marcas de varejo, principalmente seus sites, como um local para apresentação da marca ou produtos, seja isso realizado por anúncios patrocinados dentro da página de resultados de busca, banners em categorias de produtos ou, até mesmo, anúncios na página home.

Nesse sentido, cada varejista determinará o valor cobrado pela divulgação, o qual também utilizará seu banco de dados para realizar a segmentação dos anúncios, de forma que sejam direcionados para um público-alvo específico.

Segundo uma pesquisa realizada pela Enext em parceria com a Newtail, 79% das empresas que contribuíram com seus dados acerca do tópico já investem em Retail Media, reconhecendo o modelo como uma forte tendência dentro da área de publicidade e marketing. E, não faltam motivos que justifiquem tamanho crescimento deste movimento.

Do ponto de vista legal, com a criação da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), a forma como o marketing digital coletava seus dados para conseguir entender o comportamento dos consumidores por meio de seus históricos de navegação se tornou bem complicada. Houve um grande impacto no âmbito de mídia paga, que estava acostumada a ter vários dados dos consumidores de forma

Blue Planet_Studio_CANVA



mais "fácil e prática", o que mudou com a vigência da Lei.

Para ajudá-las neste compliance sem prejuízo à coleta e análise de dados, o Retail Media começou a se destacar por apresentar dados first party (informações coletadas diretamente no site), além de funcionar como um filtro, uma vez que a pessoa que está em um site de varejo demonstra, claramente, interesse em algum produto.

Junto a isso, tivemos também uma forte mudança nos hábitos dos consumidores ao realizar compras online, a qual foi amplamente sentida nos últimos anos. Na prática, ao invés de buscarmos pelos produtos desejados no buscador geral, muitos começaram a preferir acessar os sites oficiais das marcas para esta seleção.

Isso foi comprovado em um estudo da PowerReviews, o qual trouxe os dados de acesso dos usuários a algumas das principais plataformas do mercado para este sentido: Amazon (50%), Google (31.5%), varejo ou sites de marcas (14%), sites de análise (2%) e redes sociais (2%).

Se analisarmos, ainda, o aumento nos valores de anúncios dentro do Google e da Meta, maior concorrência na utilização de

palavras-chave nos buscadores, optar pelo investimento em divulgações nas plataformas de varejistas e marketplaces que, naturalmente, detêm uma grande força de marca na consciência das pessoas, bem como uma logística muito otimizada, pode trazer resultados melhores na visibilidade e destaque competitivo.

Para incentivar ainda mais o campo do marketing e publicidade a utilizar de seus espaços disponibilizados, os detentores destas plataformas chegam a criar ferramentas que possibilitam a análise contínua das campanhas, checando dados que também são apresentados nas outras plataformas como Google Ads e Meta Ads.

Tudo isso faz com que o Retail Media venha se tornando amplamente investido no mercado e, de fato, uma opção estratégica para a conquista de melhores resultados, acompanhando o movimento dos consumidores em buscar os produtos desejados diretamente nos sites de suas marcas.

Aquelas que apostarem nesta ação, certamente tenderão a colher frutos maduros para vender cada vez mais.

(Fonte: Renan Cardarelli é CEO da iOBEE - Assessoria de Marketing Digital e Tecnologia - <https://iobee.com.br/>).

Negócios em Pauta

Foto: Absolar/Divulgação



Governo de SP renova isenção de ICMS para geração própria solar

A renovação pelo governo do Estado de São Paulo do benefício de isenção de ICMS para a geração própria renovável, publicada no DOE de 30 de dezembro de 2024, se alinha às políticas públicas de transição energética e contribui para o protagonismo paulista no desenvolvimento sustentável por meio da fonte solar fotovoltaica. A avaliação é da ABSOLAR. Para a entidade, que atuou intensamente pela extensão do benefício, a decisão consolida a competitividade da geração própria solar na região, beneficiando consumidores residenciais, pequenos negócios, produtores rurais e gestores públicos. Segundo o decreto, o novo prazo de vigência da isenção é válido até o final de 2026. ➡

Leia a coluna completa na página 3

News@TI

Reprodução: <https://www.correios.com.br/>

Correios lança primeiro edital de inovação aberta para soluções operacionais

@ Os Correios lançaram o edital do 1º Ciclo de Inovação Aberta - Soluções Operacionais. O objetivo é atrair pessoas físicas e jurídicas que atuam no desenvolvimento de soluções tecnológicas para a apresentação de respostas a desafios nas áreas de logística, planejamento, inovação, atendimento, tratamento, transporte e distribuição. Essa é a primeira vez que os Correios realizam um processo desse tipo em nível corporativo. Dividido em três fases - desafios públicos, prototipagem e teste de solução inovadora -, o ciclo oferece uma oportunidade para quem deseja colaborar com a evolução da maior empresa logística do Brasil. A iniciativa integra a estratégia "Correios do Futuro", que prioriza investimentos em tecnologia e inovação para oferecer serviços mais modernos, rápidos e precisos aos clientes - sociedade, empreendedores e governos. Para acessar o edital e obter mais informações, visite a página dos Correios em (<https://www.correios.com.br/>). ➡ Leia a coluna completa na página 2

O crescimento dos contratos de PJs e seus impactos no mercado de trabalho

Cada vez mais comum nas empresas, a contratação de pessoas jurídicas (PJ), seja como autônomo, microempreendedor, terceirizados e outros que não sejam celetistas, vem sendo amplamente reconhecido pelo Superior Tribunal Federal (STJ). ➡

Cinco tendências de tecnologia para 2025

Se antes, viver a era da tecnologia era algo distante, hoje, vemos o quão essencial os novos recursos tecnológicos são no dia a dia das organizações. ➡

O que esperar do Open Finance e Open Insurance em 2025?

O ano de 2024 acabou, marcado por inovações significativas no mercado financeiro, impulsionadas, principalmente, pelo avanço do Open Finance e Open Insurance. ➡

Bets ameaçam solidez do sistema financeiro

As apostas esportivas se tornaram a nova febre brasileira, infelizmente, no sentido negativo do termo. Hoje, segundo dados de mercado, praticamente um quarto da população aderiu às chamadas Bets, e o crescimento é exponencial. Já a estimativa do Banco Central (BC) projeta que cerca de 24 milhões de pessoas físicas participaram de jogos de azar e apostas. ➡

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular



Automóveis

Via Digital Motors

Por Lucia Camargo Nunes



➡ Leia na página 4