

Empresas & Negócios

"NADA MORRE, TUDO MUDA"

SEO NÃO MORREU, MAS MUDOU DE NOME, AGORA É AEO

Leia na página 8

studioroman_CANVA



Empresas & Negócios do AGRO
agronegocio@netjen.com.br

Nesta edição temos um Suplemento de Agronegócio que aborda os principais assuntos do setor.

Vendas sem seguidores

Como marcas estão faturando alto fora das redes sociais

Estratégias como marketing de utilidade, funis invisíveis e canais proprietários estão permitindo que empresas escalem suas vendas.

No cenário atual do marketing digital, a presença nas redes sociais é frequentemente vista como essencial para o sucesso de uma marca. No entanto, diversas empresas estão desafiando essa noção, alcançando resultados expressivos sem depender diretamente dessas plataformas.

Leandro Ferrari, empresário e estrategista digital, observa: "Muitas marcas estão descobrindo que é possível construir autoridade e gerar vendas consistentes sem depender exclusivamente das redes sociais. Estratégias como o marketing de utilidade e o uso de canais próprios estão se mostrando altamente eficazes."

Um exemplo notável é a Krispy Kreme, que construiu seu império de vendas de donuts com base no marketing boca a boca, sem investir pesadamente em publicidade tradicional. A empresa focou em oferecer um produto de qualidade e em criar uma experiência memorável para o cliente, o que gerou um engajamento orgânico significativo.

Outra abordagem eficaz é o modelo Direct-to-Consumer (DTC), que elimina intermediários e permite que as empresas vendam diretamente ao consumidor final. Esse modelo proporciona maior controle sobre a experiência do cliente e facilita a coleta de dados valiosos para personalizar ofertas e melhorar produtos.

A Amaro, marca brasileira de moda, adotou o modelo DTC e implementou



“O segredo está em entender profundamente o seu público e oferecer soluções que realmente atendam às suas necessidades, utilizando os canais mais adequados para isso”

guide-shops, lojas físicas sem estoque onde os clientes podem experimentar os produtos e realizar pedidos online. Essa estratégia omnichannel permitiu a Amaro oferecer uma experiência de compra integrada e personalizada, fortalecendo a fidelização do cliente.

Ferrari destaca: "O segredo está em entender profundamente o seu público e oferecer soluções que realmente atendam às suas necessidades, utilizando os canais mais adequados para isso. Não é sobre estar em todas as plataformas, mas sim sobre estar presente de forma estratégica onde faz sentido para a marca e para o cliente."

Além disso, o marketing de utilidade tem ganhado destaque como uma forma

de agregar valor à vida do consumidor, oferecendo serviços ou conteúdos úteis que vão além da simples promoção de produtos. Essa abordagem ajuda a construir uma relação de confiança e lealdade com o cliente.

Em resumo, as marcas que estão alcançando sucesso fora das redes sociais compartilham algumas características comuns: foco na qualidade do produto ou serviço, compreensão profunda do cliente, uso estratégico de canais próprios e adoção de modelos de negócios que priorizam a experiência do consumidor. Essas estratégias demonstram que é possível construir uma marca forte e alcançar resultados significativos sem depender exclusivamente das redes sociais.

Você está conseguindo inovar na sua empresa?

Em um mundo movido por transformações tecnológicas cada vez mais aceleradas, inovar deixou de ser um diferencial e passou a ser uma exigência para a sobrevivência e o crescimento das empresas, independentemente do porte e segmento.

Como a empatia pode mudar as relações comerciais e ajudar a vender

Desde que não seja invasivo, cross-selling pode potencializar o relacionamento com o cliente e incrementar vendas.

Mobilidade autônoma: Um futuro de possibilidades ilimitadas

A automação está transformando a maneira como vivemos. Na área da mobilidade, apresenta formas diversas de deslocamento mais inteligente, seguro, sustentável e adaptado às demandas atuais da sociedade.

A importância do treinamento contínuo para o sucesso organizacional

Muito se fala sobre inovação, competitividade e crescimento nas empresas, mas pouca gente percebe, que no centro de tudo isso, está um fator simples e essencial: as pessoas. E pessoas bem preparadas fazem toda a diferença. É por isso que o treinamento contínuo precisa ser visto como um pilar estratégico nas organizações e não apenas como uma obrigação ou uma etapa no onboarding.

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular



Negócios em Pauta

Reprodução: <https://carboncaptureexpo.com.br/ccs-tech-summit/>



3º CCS Tech Summit

A Interlink Exhibitions promove nesta quarta e quinta-feira, 11 e 12 de junho, o CCS Tech Summit, terceira edição do congresso voltado para o tema da Captura e Armazenamento de Carbono (CCS), no Expo Mag, no Rio de Janeiro. As palestras possuem a curadoria da CCS Brasil, associação que visa estimular as atividades ligadas à Captura e Armazenamento de Carbono no país. O congresso será realizado durante o Carbon Capture Expo South America, única feira nacional destinada ao setor, e que acontece paralelamente ao Hydrogen Expo South America, voltado para a cadeia produtiva do hidrogênio e da descarbonização. O evento terá palestras e debates sobre temas como políticas públicas e incentivos para a transição energética, competitividade e desenvolvimento econômico na indústria, regulação e governança, licenciamento ambiental, cadeias de valor de CCS e o potencial do mercado de carbono no país (<https://carboncaptureexpo.com.br/programacao/>). **Leia a coluna completa na página 3**

News@TI



Prêmio eSports Brasil (PeB) 2025 terá novas categorias, temática futurista e linha de produtos

O Prêmio eSports Brasil (PeB), a maior e mais aguardada premiação de games e esportes eletrônicos da América Latina, chega à sua nona edição em 2025 com muitas novidades. O evento será realizado em 18 de dezembro, no Memorial da América Latina, em São Paulo, e contará com novas categorias, uma temática inédita e o lançamento de uma linha completa de produtos oficiais. Com olhar voltado para o futuro, o PeB deste ano terá temática cyberpunk, que reflete a visão tecnológica, inovadora e transformadora que os games e os eSports representam. Além disso, o evento amplia seu escopo de reconhecimento, com novas categorias e uma curadoria ainda mais diversa e atual. Para assistir ao vídeo oficial da edição deste ano, acesse o YouTube Oficial do PeB (<https://www.youtube.com/watch?v=ntI2vYbWaFU>). **Leia a coluna completa na página 2**

A Outra Sala

O Grito de Certeza dos que Nunca Duvidaram

Por Ana Luisa Winckler



Leia na página 4