

66% DAS EMPRESAS AO REDOR DO MUNDO LEVAM SEUS NEGÓCIOS ORIENTADOS POR DADOS

Leia na página 8

O que a sua marca está fazendo para vender mais no digital?

97% dos brasileiros buscam informações na internet antes de comprar em lojas físicas

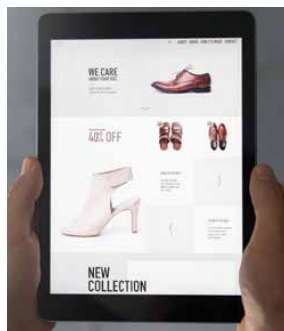
O Brasil é o 5º maior usuário de internet do mundo. São 165 milhões de brasileiros conectados, ficando atrás apenas da China, Índia, Estados Unidos e Indonésia. E mais: o tempo médio diário online do brasileiro chega a 5,3 horas, segundo levantamento da Data.AI, ficando só atrás da Indonésia, que chega a 5,7 horas de consumo diário.

O que esses números querem dizer? Eu te respondo: existem milhões de potenciais clientes do seu negócio e que podem acessá-lo com apenas alguns cliques.

A aceleração da transformação digital fez com que as empresas passassem a vislumbrar o leque de oportunidades que o digital pode oferecer. E não só para as grandes: uma pesquisa do Sebrae em parceria com a Fundação Getúlio Vargas (FGV) mostrou que 70% dos pequenos negócios no país têm presença digital e vendem por meio de redes sociais, aplicativos e internet em geral.

Além disso, segundo levantamento da Confederação Nacional dos Dirigentes Lojistas (CNDL) e do Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil), 97% dos brasileiros buscam informações na internet antes de comprar em lojas físicas.

Ou seja: de fato não tem mais como adiar a presença digital da sua empresa, e mais: não tem como adiar a construção de estratégias que promovam sua marca na internet. As empresas que não tiverem esse entendimento podem acabar ficando para trás, afinal a internet é o lugar onde grande parte do público-alvo de uma empresa, seja qual for seu segmento de atuação, também está. Essa observação é ainda mais importante para empresas de pequeno e médio porte, que costumam utilizar principalmente suas redes sociais para alcançar novos clientes.



Dentro desse contexto, ressalto que a personalização das estratégias é algo nada menos que crucial. É fundamental saber onde os consumidores da sua marca estão para, então, construir uma base de clientes e saber como se conectar com eles da forma mais assertiva possível.

Eu costumo dizer que não existem soluções prontas para isso. O que existe é um conjunto que soma análise de dados, desenvolvimento de ideias, compreensão do ecossistema em que a empresa está inserida, entre outros. Dessa forma, o caminho a percorrer fica mais claro dentro das estratégias de digital.

Aliás, eu não gosto mais de chamar o Marketing Digital de "Marketing Digital". Estamos vivendo o digital há mais 20 anos e por incrível que pareça, parece que ainda precisamos criar essa barreira digital. Deixa eu explicar uma coisa aqui para você: não existe mais essa de marketing digital e marketing tradicional.

A vida do pequeno empresário é, em geral, baseada em vender o almoço para pagar o jantar. Estive nesta posição por muitos anos, buscando sempre algo rápido para alcançar meus possíveis clientes. Mas eu mesmo não tinha a menor ideia de quem eu era ou qual

problema estava solucionando. O resultado? Falta de identidade da marca, fazendo com que o empreendedor passe de uma possível empresa que soluciona algo, para uma simples prateleira de coisas que qualquer um pode chegar e comprar (se quiser). Sem valor, sem crenças, sem um objetivo claro.

Toda marca deve ter uma identidade, personalidade e estratégias concretas, pois é preciso saber quem você é, para então definir onde quer chegar. Se você não define quem é a sua marca, qual sua postura, valores, tom de voz etc... como as pessoas irão se identificar com ela?

Além disso, clientes satisfeitos são mais propensos a comprar novamente e a recomendar uma marca para outras pessoas. Dados mostram que 72% dos consumidores brasileiros estão dispostos a trocar de marca por conta de uma experiência ruim; 64% dos compradores usam as redes sociais para reclamar de uma experiência ruim; e 70% dos consumidores brasileiros são mais propensos a serem leais a marcas que proporcionam boa experiência ao cliente.

Portanto, atente-se a fatores como um atendimento excepcional e personalizado nos seus canais digitais, bem como a simplificação de um processo de compra. Certifique-se de que sua empresa forneça experiências positivas em todas as interações com o cliente. Ao priorizar esse contato, você estará criando um diferencial competitivo para sua marca.

Descubra o que é a sua empresa e o que ela resolve de fato. Se você vende legumes, qual problema você resolve? Qual solução você traz e no que você acredita? Só depois disso você pode pensar para quem você quer vender. Vai ficar até mais fácil de fazer o exercício de persona, pode ter certeza! E você, o que tem feito para sua marca vender mais no digital?

(Fonte: Eduardo Augusto é CEO da IDK. Profissional com mais de 15 anos de mercado, com experiência em desenvolvimento de produtos digitais, unindo tecnologia, UX e BI. Saiba mais: <https://www.linkedin.com/in/eadebarras/>)

Negócios em Pauta

<https://www.focusfashionism.com.br>



Piracicaba sediará o 1º Fórum de Fertilizantes de Matriz Orgânica

A Associação Brasileira das Indústrias de Tecnologia em Nutrição Vegetal (Abisolo) realizará o 1º Fórum de Fertilizantes de Matriz Orgânica para apresentar e discutir tecnologias, tendências, desafios e oportunidades dos segmentos fertilizantes orgânicos, organominerais e condicionadores de solo para aplicação no solo, segmentos de produtos cujo faturamento cresceu 125% nos últimos três anos. O evento acontecerá nos dias 08 e 09 de novembro de 2023, no Pecege, em Piracicaba (SP). Confira a programação: <https://matrizorganica.abisolo.com.br/>. A programação do 1º Fórum Abisolo de Fertilizantes de Matriz Orgânica está dividida em cinco painéis. No dia 08 de novembro, primeiro dia do evento, o painel de abertura será dedicado à conjuntura dos resíduos sólidos urbanos e às políticas públicas, considerando o aproveitamento desses materiais na fabricação de fertilizantes e a apresentação do Marco Legal para Produção de Fertilizantes de Matriz Orgânica e de Condicionadores de Solo.

Leia a coluna completa na página 3

News@TI

pixelfit_CANVA



Governo de São Paulo e WorkLover abrem 200 vagas para o Qualifica Empreenda SP

A WorkLover, plataforma de educação empreendedora votada ao micro e pequeno empreendedor, foi a primeira empresa a doar 200 vagas para o Programa Qualifica SP - Empreenda, iniciativa inédita do Governo do Estado de São Paulo. Serão 875 vagas para cursos gratuitos de gestão, capacitação em empreendedorismo e mídias sociais para pequenos e médios empreendedores, além de oferecer linha de crédito com condições especiais. Para participar, é preciso ter mais de 18 anos e possuir um negócio ativo (formal ou informal de produtos e/ou serviços) há no mínimo três meses. As oportunidades estão disponíveis nos formatos presencial e online. Os cursos serão ofertados com, no mínimo, três mentorias obrigatórias e certificação garantida. As inscrições já foram abertas, e vão até 12 de novembro, e podem ser realizadas por aqui: <https://forms.office.com/r/PjbxMILVAm>.

Leia a coluna completa na página 2

Tendências que vão nortear os chatbots dos próximos anos

Interagir com um chatbot já se tornou algo comum, corriqueiro nos dias de hoje. Aquilo que poucos anos atrás parecia roteiro de um filme de sci-fi já se tornou parte do nosso cotidiano.

Como pequenas empreendedoras podem usar a internet para impulsionar vendas

Em nosso país, a figura da 'sacoleira', sempre foi uma presença marcante no comércio informal. Antigamente era comum essas mulheres visitando a casa das clientes para levar os seus produtos, costume que ficou para trás com a popularização da internet e das redes sociais.

O que é, de fato, uma boa relação entre franqueador e franqueado?

A relação entre franqueador e seus franqueados é influenciada por muitos fatores. A satisfação, quase sempre, passa pela lucratividade.

Como a ISO 45001 pode transformar o cenário do burnout no Brasil?

A International Stress Management Association (ISMA) recentemente divulgou um dado alarmante: 30% dos profissionais brasileiros sofrem de burnout, uma síndrome associada à exaustão extrema, estresse e esgotamento decorrentes de um excesso de trabalho e situações desgastantes relacionadas a ele. Essa estatística posiciona o Brasil como o segundo país com o maior número de casos no mundo, ficando apenas atrás do Japão com 70%.

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular



Negócios

ESG não é mais novidade, mas sim, a nova face do risco socioambiental e sua gestão!

Por Roberto Roche



Leia na página 6