

Empresas que usam cashback têm retenção de clientes 4,8 vezes maior

Plataforma de programas de fidelidade e ativação para o varejo, a IZIO&Co fez um estudo analisando o comportamento de compra de mais de 5 milhões de consumidores de 24 redes varejistas que já têm o cashback como parte da estratégia de venda

De acordo com o levantamento, os clientes que recebem o benefício na sua primeira compra têm uma retenção 4,8 vezes maior após 6 meses, em relação àqueles que não obtiveram a vantagem; isso tem um impacto significativo: a solução trouxe um gasto por shopper 85% mais elevado na comparação com os consumidores que não tiveram cashback faturando R\$ 883,4 mil adicionais a cada 1 mil clientes engajados.



comprovam que essa é uma estratégia que supera outras em termos de engajamento rápido e fidelização eficiente do público-alvo.

“O consumidor tem o benefício materializado na sua carteira digital e isso é definitivamente o fator que faz ele optar por uma rede em detrimento de outra. Portan-

to, é uma solução que amplia e acelera as vendas por se tratar de um benefício real, o qual é oferecido a quem está do outro lado com transparência e sem burocracias”, afirma.

Com o levantamento, a empresa espera fornecer insumos aos varejistas sobre as verdadeiras vantagens de uma categoria que vem

crescendo constantemente no país pela sua capacidade de atrair e reter shoppers com qualidade. “O cashback sendo bem utilizado, mostra que pode ser a principal ferramenta para acelerar de uma forma mais simples os resultados de um programa de CRM ou Fidelidade para o varejo”, ressalta Rodrigo.

Outra pesquisa, desta vez realizada pelo Mobile Time e Opinion Box, demonstra um pouco desse contexto ao revelar que 42% dos consumidores que compram em aplicativos consideram essa opção como a melhor funcionalidade. Além disso, a Cuponomia, site que oferece crédito para compras no e-commerce, indica que a ação movimentou cerca de R\$ 10 bilhões em 2022. - Fonte e outras informações: (<https://www.izio.com.br/>).

O estudo ainda mostra que aqueles shoppers que recebem cashback, tem frequência 57% maior e ticket médio 18% maior do que aqueles incentivados por descontos imediatos ou outra alavanca promocional dentro do programa de fidelidade. Para Rodrigo Matheus, CMO & CPO da IZIO&Co, os números

Dicas para vender estoque encalhado em janeiro

Conhecido como o “mês das liquidações” ou ainda como o “mês da ressaca”, janeiro é marcado como um período de promoções e queima de estoque para os varejistas.

Após um Natal com registros menores que o esperado, com queda nas vendas de mais de 10% no comércio brasileiro em relação ao mesmo período do ano anterior, a semana do feriado natalino foi a mais fraca do varejo dos últimos três anos, de acordo com um levantamento da Serasa Experian.

Por isso, o início do ano é uma oportunidade para correr atrás do prejuízo. A regra é clara, para vender mais, é preciso aproveitar todas as oportunidades viabilizadas pelos canais digitais de comunicação. Contudo, não basta ter uma loja online, é preciso método e planejamento tático para aproveitar todas as oportunidades de negócios que podem ser realizadas no digital.

Pensando nisso, o diretor de vendas da multinacional Social Digital Commerce, Nicolas Fernandes, enumerou três passos para as empresas que desejam utilizar a digitalização como estratégia para se livrar do estoque parado. Confira!

1) Estratégias de promoções - Tenha uma estratégia clara de quais produtos vão entrar em promoção no período. Lembre-se de que as promoções devem ser relevantes para os clientes, mas não necessariamente para todo portfólio.

Além disso, é importante definir previamente quais canais, valores e estoque máximo vão ser disponibilizados para as promoções. Se as ações ocorrerem na loja própria e também nos marketplaces, é interessante definir itens diferentes por canal.



2) Ações de divulgação - Crie ações prévias, como fazer um “esquentar” ou uma landing page (página de captura) em função da data, em que os interessados poderão se cadastrar para receber as promoções em primeira mão e garantir os produtos e serviços com antecedência.

Utilize as redes sociais e os grupos de conversas de aplicativos para a divulgação das ofertas e das ações da loja durante o período.

3) Prepare a sua equipe - Garanta que os seus parceiros e times internos de tecnologia e de operações estejam prontos para o aumento do volume de suas ações. A comunicação digital na atualidade facilita o atendimento em qualquer escala, mas para ser efetiva, uma equipe competente deve estar por trás da manutenção.

Lembre-se que a qualidade do atendimento e a eficiência na prestação de serviços continuam sendo primordiais para o sucesso de uma empresa em qualquer época do ano. Fonte e mais informações: (<https://socialsa.com/>).

Regulação da IA: quais os impactos e o que pensam os criadores de ferramentas

Nesta semana, durante a realização do Fórum Econômico Mundial em Davos, na Suíça, um dos temas de maior repercussão foi uma declaração do ministro Luís Roberto Barroso, presidente do STF, sobre a regulação da Inteligência Artificial (IA). Barroso destacou que a regulação da inteligência artificial é necessária para lidar com os riscos das novas tecnologias, porém é preciso tomar cuidado para que as restrições não afetem o ímpeto da inovação.

Outro ponto destacado por ele refere-se a evitar que o excesso de regulação crie uma reserva de mercado para as empresas já estabelecidas, criando um

fosso entre elas e a concorrência. Para criadores de ferramentas de IA, como Rafael Machado, cofundador da Mila, a assistente virtual com IA para o mercado imobiliário, a regulação pode trazer tanto impactos positivos quanto negativos para o ecossistema de inovação.

“Como todos os serviços que passam por reformulações e diretrizes a partir de uma regulação, precisamos pensar em como isso irá afetar os nossos consumidores e clientes, pois muitos optam por essa tecnologia devido à sua facilidade e desburocratização”, avalia.

Vale ressaltar que a IA possui hoje

pontos positivos e negativos. Entre os riscos da inteligência artificial, está o impacto sobre o mercado de trabalho, a utilização para fins bélicos, a massificação da desinformação e a violação da privacidade.

Quando falamos em benefícios, temos uma melhor capacidade decisória em muitas áreas, a automação de tarefas repetitivas e desgastantes para humanos, as aplicações na medicina, pesquisa e inovação, as utilidades práticas do dia a dia e impactos sobre o meio ambiente. Esses pontos também foram levantados por Barroso em Davos. Fonte e outras informações: (<https://milabot.com.br/>).

Uma mudança, umas fotos e uma empresa antifrágil

Juliana Brito (*)

Aproveitei um pouco minha “folga” de final de ano para fazer algo que eu vinha enrolando há algum tempo: arrumar minhas fotos antigas, de criança

Sempre nessa época do ano, fico bastante emotiva. E memórias também nos remetem a fortes emoções. Enfim, foram mais de duas horas arrumando fotos e muitas lágrimas, por diversos motivos. Fotos da minha família, familiares que não estão mais aqui.

Uma coisa curiosa: as fotos que mais me emocionaram foram dos meus momentos na nataçã. Nadadora durante 12 anos, o esporte ensinou muitas coisas na minha vida pessoal e profissional. Lembro que eu ganhei diversas medalhas, mas a única coisa que realmente importava era o resultado final do time. Quando íamos para uma competição nacional, só pensava no troféu maior, dado para o time vencedor.

O treino não é fácil. Você fica lá, sozinho, com a cabeça na água, nadando para um lado, para o outro. Literalmente contando ladrilhos. Ninguém acha isso divertido. Mesmo assim é um esporte com muita aderência. Outro fator interessante na nataçã é de como estamos em um ambiente antifrágil. Todo dia, você quer ser o melhor. Nem todo dia você consegue.

Muitas vezes, sua performance é um lixo.

Em outras, seu treino é maravilhoso e você ganha forças para voltar lá e continuar melhorando. Nas

competições, é a mesma cena. Lembro-me bem dos campeonatos em que ia mal. Mas sempre tinha meus companheiros torcendo por mim e me apoiando, quando eu saía da água. Independente do resultado, era uma comemoração de todo o esforço que nos levou àquela competiçã.

Ao mesmo tempo, sempre tinha alguém que se superava. E isso também era muito comemorado. No final do dia, isso é um ambiente antifrágil. É quando você tem pessoas ao seu redor, para quando as coisas vão mal, para você sair mais forte disso. Isso é um time de nataçã. Isso também é uma empresa bem-sucedida. O mais importante para a vida é como você consegue aprender a aproveitar a jornada e o dia a dia. É estar presente naquele momento e não focar somente no resultado!

Os números são apenas consequência. Olhar para trás me fez lembrar muito de focar na jornada e construir ambientes antifrágis. É isso o que eu espero construir dentro das minhas empresas, um lugar onde as pessoas possam falhar, errar e sair por cima. Não é ser complacente com os erros, mas permitir que eles existam. Às vezes, o resultado vai ser muito bom. Em outras, nem tanto. Mas, na média, a empresa vai estar sempre crescendo.

Continue acreditando em si e no potencial da sua equipe para superar qualquer barreira.

(*) - É empresária, CEO e cofundadora da Indie hero e da GJ+, empresas focadas no desenvolvimento do ecossistema de jogos no Brasil (<https://www.instagram.com/jsibrito/>).

Testes coletivos para identificar brasileiros superinteligentes

A Associação Mensa Brasil, entidade que reúne pessoas com altas capacidades intelectuais no país e representante oficial da Mensa Internacional, principal organização de alto QI do mundo, acaba de anunciar a realização de novos testes coletivos este ano para identificar pessoas com inteligência muito acima da média, popularmente chamadas de “superinteligentes”.

A entidade promove, nos dias 27/01, 03/02 e 17/02, novas rodadas de testes de admissão, com avaliação de quociente de inteligência (QI), em um total de 11 cidades, de dez estados: Campinas, Fortaleza, Recife, Aracaju, João Pessoa, Ribeirão Preto), Rio de Janeiro, Natal, Curitiba, Jundiaí e Goiânia. As avaliações são destinadas às pessoas com 17 anos ou mais e que estejam cursando ou que tenham cursado o ensino superior.

O local e horário do teste são informados de maneira individual e privada aos inscritos. Os testes são feitos de forma presencial, com o acompanhamento de um profissional de psicologia, conforme diretrizes

do Conselho Federal de Psicologia (CFP). Segundo Carlos Eduardo Fonseca, presidente da Associação Mensa Brasil, o tema das altas capacidades cognitivas é de suma importância para o desenvolvimento do país.

“Portanto, identificar pessoas com inteligência alta é ferramenta fundamental para ajudar o Brasil a desenvolver políticas públicas de superdotação e altas habilidades, que hoje não alcançam a população a ser atendida. Se, de 3 a 5% da população é superdotada e menos de 27 mil têm atendimento na educação escolar, por exemplo, significa que o Brasil falha em identificá-los”.

A Mensa Brasil recomenda aos governos brasileiros a adoção de sistema nacional estruturado de avaliação da inteligência de crianças matriculadas nos ensinos infantil e fundamental, tanto nas instituições de ensino públicas quanto nas privadas. Esta medida já é aplicada em diversos países, com resultados importantes e positivos. - Para inscrições, acesse (<http://www.mensa.org.br/>).