

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NA COBRANÇA: SEIS DICAS PARA IMPLEMENTAR COM ASSERTIVIDADE

▶▶▶ [Leia na página 8](#)

Cinco dicas para o sucesso das empresas varejistas

Alcançar o sucesso no mercado varejista está cada vez mais complexo.

Por isso, é sempre fundamental estar por dentro das melhores práticas do segmento para entendermos para onde caminha o varejo e como atrair atenção e o desejo do consumidor. Essa complexidade passa por redes sociais, influenciadores, comércio eletrônico, aplicativos de mensagens instantâneas etc.

É nítido que as empresas do setor não podem mais ignorar a tecnologia e a inovação. Só assim vão conseguir acompanhar e responder rapidamente às mudanças do mercado e aumentar a satisfação dos consumidores. Separei cinco pontos essenciais que devem ser levados em consideração para a sobrevivência dos varejistas nos próximos anos. Confira:

1) – Investir em Tecnologia – A Inteligência Artificial (IA) foi protagonista em dezenas de discussões que abordaram seus avanços e suas aplicações no varejo, como: otimização de preços, previsão de demanda, atendimento (chatbot e sistemas de recomendação online de produtos, de acordo com o perfil dos clientes), análises de sentimentos de clientes, dentre outras.

O uso estratégico dessa poderosa ferramenta tecnológica é o "caminho para a eficiência". Por outro lado, os varejistas precisam ter dados de qualidade de seus clientes e da operação. Sem isso, a IA não fará milagres.

2) – Ter em mente que o varejo físico não morreu – Pelo contrário! A loja física não deve ser vista apenas como um ponto de venda, mas sim, como um local para oferecer experiências de compra e atendimento que envolvam e surpreendam as pessoas, gerando lembranças positivas, afinal, os consumidores tendem a escolher marcas que conhecem e em que confiam.

Portanto, o varejo físico passa a atuar também como um centro de relacionamento, onde ele tem a função de criar vínculos emocionais da marca com o cliente.



3) – Não ignore o poder do marketing de influência – A presença e o posicionamento das marcas nas mídias sociais continuam sendo imperativos. A influência desses canais, incluindo o papel dos influenciadores de fazer o relacionamento delas com os clientes serem mais interessantes e autênticos, traz impacto significativo nas vendas.

Um exemplo notável é que 45% das vendas das lojas físicas da Nordstrom são atribuídas às marcas da família Kardashian e todos produtos são lançados e divulgados principalmente nas mídias sociais. Outra excelente prática a ser adotada pelos varejistas é a criação de comunidades para gerar relacionamento e intimidade com o consumidor.

Aqui vale destacar o poder da plataforma TikTok que, além de gerar conteúdo, é um canal ótimo para criar comunidades e com alto potencial para gerar o desejo de compra.

4) – Use o canal online e ofereça entregas rápidas – A evolução do comércio eletrônico é inegável. Segundo estudos de mercado, em média, 75% das vendas online globais ocorrerão em marketplaces até 2025. Também em grande ascensão na América Latina, a projeção é que o e-commerce alcance a marca de R\$ 225 bilhões em vendas até o mesmo ano.

5) – Last Mile eficiente como diferencial: diante do cenário e da alta competitividade do setor varejista, a batalha pelo preço e prazo no Last Mile persistirá, sendo crucial observar e aprender com as tendências inovadoras da China onde o D3 (prazo de três dias) para todo mundo já é realidade.

Uma dica é criar um app para os entregadores com capacidade de gerir e direcionar as rotas de coletas e entregas de maneira eficiente e em tempo real. No futuro a IA será a protagonista no gerenciamento autônomo das entregas dos varejistas e outros clientes.

Outra tecnologia que facilita muito a vida dos varejistas no Last Mile é a torre de controle, que analisa e controla a granularidade que os nossos clientes precisam: a entrega do porta a porta, pedido a pedido, desde a coleta até a casa do cliente, e não somente as tarefas que ligam o ponto A ao ponto B.

A partir daí, uma infinidade de dados são gerados e as oportunidades de melhorias operacionais dos varejistas, portanto, são muitas.

(Fonte: Renata Cavalcanti é head de vendas na BBM Logística – <https://www.bbmlogistica.com.br>.)

Negócios em Pauta



Brasileiro está entre compradores de casa por 1 euro na Itália

Pelo menos 24 pessoas, entre elas um brasileiro, compraram casas por 1 euro (R\$ 5,46) no centro histórico de Pratola Peligna, na região de Abruzzo. O município de pouco mais de sete mil habitantes, que iniciou a campanha em meados de 2021, registrou três novos moradores nos últimos dias: um brasileiro com cidadania francesa e dois suecos. O objetivo das autoridades locais em comercializar as residências por esse preço é chamar atenção de estrangeiros para tentar repopular o centro histórico do vilarejo, que estava quase totalmente desabitado. Assim que a pessoa manifesta interesse em uma das casas disponíveis, ela tem dois meses para assinar o contrato e depois mais seis meses para apresentar um projeto de revitalização que deverá ser executado no prazo de quatro anos. Em virtude dos vários incentivos estatais atualmente em vigor, os compradores interessados conseguem remodelar totalmente as residências com alguns milhares de euros. O prefeito da cidade, localizada na província de L'Aquila, afirmou que o projeto "continua despertando interesse e produzindo resultados" (ANSA). ▶▶▶ [Leia a coluna completa na página 3](#)

News@TI



VI Feira de Recrutamento das Empresas Chinesas

▶▶▶ Mais de 300 vagas de trabalho serão oferecidas neste sábado, 13 de abril, na VI Feira de Recrutamento das Empresas Chinesas que acontece nas instalações da ESEG – Faculdade do Grupo Etapa. Gratuita e aberta ao público, a feira é promovida pela Associação Brasileira de Empresas Chinesas (ABEC), o Instituto Confúcio na UNESP e a IEST Group, pioneiros na conexão de talentos brasileiros com empresas chinesas. Os inscritos, além de terem a oportunidade de conhecer representantes de empresas líderes da China e descobrir oportunidades de emprego em diversos setores, poderão participar de quatro palestras promovidas pelas empresas expositoras e ministradas por especialistas do setor, oferecendo insights valiosos sobre tendências de mercado e oportunidades de carreira. Para fazer o cadastro e verificar as vagas de trabalho disponíveis é só acessar: <https://fremc.iestgroup.com/sign-in>. Em caso de dúvidas sobre inscrição, entre em contato com fremc@iestgroup.com. Oriente-se que o candidato traga o seu currículo impresso. ▶▶▶ [Leia a coluna completa na página 2](#)

Cibersegurança nas empresas brasileiras: uma leitura provocativa

De acordo com a pesquisa "TIC Empresas 2021", promovida pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil, apenas 50% das empresas brasileiras têm uma política interna de cibersegurança, com maior proeminência nas mídias e grandes empresas. ▶▶▶

Fidelidade no cenário B2B: como o mercado pode se preparar para retenção de clientes?

Diferente do que alguns pensam, o mercado B2B se preocupa com o seu cliente tanto quanto o vendedor B2C se preocupa com o público, e entender essas necessidades pode ser um diferencial para as empresas. ▶▶▶

O impacto da Inteligência Artificial na transformação do e-commerce e varejo

No coração da era digital, testemunhamos uma revolução que molda profundamente o comércio eletrônico e o varejo: a ascensão e consolidação da Inteligência Artificial (IA). ▶▶▶

TI financeira coloca país na vanguarda da transformação digital mundial

Com um ecossistema em profunda ascensão, empresas de tecnologia financeira têm conduzido a economia brasileira para uma posição de destaque mundial. De acordo com os últimos dados da Distrito Fintech Reports, o Brasil se destaca como um dos principais pólos de investimento em fintechs na América Latina, ocupando a quarta posição no ranking global, atrás apenas de Estados Unidos, China e Reino Unido. ▶▶▶

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular



Ética e Integridade

Desafios da integridade e da transparência nas novas tecnologias

Denise Debiasi

▶▶▶ [Leia na página 5](#)

