

OPINIÃO

Cinco dicas estratégicas para criar anúncios de sucesso no e-commerce

Juliana Vital (*)

No primeiro semestre de 2023, o crescimento expressivo da publicidade digital no Brasil, impulsionado, principalmente, pelos pequenos e médios anunciantes, foi destaque em uma pesquisa conduzida pelo IAB Brasil.

Essa análise revelou que esses segmentos aumentaram seus investimentos em 13%, contribuindo com 75% do crescimento total dos gastos em publicidade digital. Além disso, a pesquisa revelou que 83% da população brasileira foi exposta a algum tipo de anúncio de determinado produto, seja de forma online ou offline.

Diante desse cenário e com o crescimento do e-commerce, os vendedores estão em busca constante de estratégias inovadoras para impulsionar seu negócio online e alcançar o maior número de consumidores a partir delas. Por isso, com a expertise em mercado digital, destaco cinco dicas essenciais para atrair clientes nos marketplaces e turbinar o faturamento dos negócios.

1 - Seleção estratégica de produtos

Orientações sobre a escolha inteligente de produtos para maximizar relevância e demanda no cenário e-commerce em expansão é crucial. Saber o que e onde vender é o primeiro passo para criar anúncios mais potentes e garantir o alcance do consumidor ideal.

2 - Navegação nas categorias

Além de estar atento ao produto escolhido, se tem demanda crescente ou se é uma oportunidade de demanda desassistida, é necessário escolher a categoria certa, considerando dinâmicas e participantes específicos do mercado online em crescimento. Os dados podem ajudar e muito nesse detalhe tão importante. Saber quantos concorrentes você tem para um determinado artigo e qual estratégia eles estão aplicando faz toda a diferença para a tomada de decisão final.

3 - Títulos claros

Sabendo o que e onde vender, o próximo passo é criar títulos envolventes que capturem a atenção e incorporem palavras-chave relevantes. Todo esse trabalho é essencial para conseguir um bom posicionamento para a sua publicação na página de resultados. Entenda que é esse o primeiro elemento que seu cliente verá: o título. É por meio dele que o consumidor decide se abrirá o anúncio para ampliar os detalhes. Seja direto e atrativo.

4 - Ficha técnica e detalhes do produto

Chamar a atenção do seu cliente pelo título é uma parte do processo, ou seja, você atraiu a visita para sua publicação. Porém, se não houver uma descrição, se as especificações dos produtos não estiverem claras, todo o trabalho poderá ir por água abaixo. Garanta que as orientações e fotos estejam no anúncio, e que elas sejam de qualidade. Outro ponto importante é garantir o estoque e variações deste artigo. Esse check-list ajudará que você tenha maior conversão ou seja converta essa visita em uma venda.

5 - Estratégia no preço do produto

Saiba determinar preços competitivos com base em análises de mercado. Para isso, você vai precisar ter uma visão maximizada sobre a rentabilidade no comércio eletrônico, bem como da categoria que está inserido. Esse é outro fator determinante que só os dados vão te ajudar.

Essas orientações são um guia básico e abrangente para vendedores de e-commerce navegarem pelo cenário dinâmico do mercado online brasileiro. Ao adotar uma abordagem cuidadosa na seleção de produtos, navegação nas categorias e implementação de técnicas eficazes de anúncios, os sellers podem não apenas se destacar na competição acirrada, mas também capitalizar o crescimento expressivo do e-commerce no país. Sendo um momento crucial para os profissionais do setor inovarem e maximizarem seu potencial de sucesso de negócios online.

(*) É Global Chief Revenue Officer da Nubimetrics.

Argentina volta ao escambo

Há rumores de que a Huawei, grande fabricante chinesa de eletrônicos, se tornou a maior importadora de carne bovina do país, por estar recebendo esse produto de clientes argentinos, em pagamento de vendas efetuadas ao país vizinho.

Vivaldo José Breternitz (*)

A Huawei é mais do que apenas uma empresa de tecnologia. Já em 2019, a Reuters dizia que a gigante da área de eletrônicos "ainda possui elementos de uma empresa familiar, com membros da família de Ren Zhengfei, seu fundador e CEO, desempenhando papéis-chave em uma rede de negócios paralelos, muitos dos quais não têm nada a ver com telecomunicações".

Entre esses negócios paralelos, está sua subsidiária Shanghai Mossel Trade, que vende alimentos importados e sua própria marca de vinho. Na época, a Reuters disse que o presidente da Mossel era Ren Ping, filho de Ren Zhengfei. A CFO da Huawei, Meng Wanzhou, também era funcionária da Mossel.

A Huawei teria lançado a marca Mossel depois de receber carne e vinho de clientes argentinos como pagamento por peças e equipamentos de telefonia celular. Os clientes não conseguiram obter os fundos necessários em dólares americanos ou yuans chineses e pagaram com produtos de seu país.



Bru-nO_de_Pixabay_CANVA

As empresas de telecomunicações argentinas dispõem de pesos. A Huawei poderia aceitar essa moeda, mas a inflação extremamente alta impede que pesos sejam convertidos em outra moeda, tendo então optado por receber carne e vinho ao invés de abrir mão de seus negócios com a Argentina.

A carne pode não ter uma vida útil

longa, mas aparentemente ainda é mais estável do que o peso argentino...

Quanto ao Brasil, é preciso cuidar para que não sigamos o mesmo caminho que vem sendo trilhado por nossos vizinhos.

(*) Doutor em Ciências pela Universidade de São Paulo, é professor da FATEC SP, consultor e diretor do Fórum Brasileiro de Internet das Coisas.

A ascensão dos bancos digitais e os desafios da segurança cibernética

À medida que a digitalização dos serviços financeiros no Brasil acelera, os bancos digitais estão se tornando cada vez mais populares entre os consumidores que buscam conveniência e acessibilidade. No entanto, essa tendência de crescimento vem acompanhada de uma escalada preocupante em atividades fraudulentas, conforme indicado em recentes pesquisas do setor.

O estudo mais recente do Ranking idwall de Experiência Digital, realizado em parceria com a consultoria Cadarn. Em 2023, o país ultrapassou a impressionante marca de 1,2 bilhão de contas bancárias ativas, um aumento de 14,2% em relação ao ano anterior. Este avanço significativo indica que aproximadamente 90% dos brasileiros possuem algum tipo de vínculo bancário.

Outro estudo recente, realizado pela empresa AllowMe, destacou que cerca de 20% das novas contas digitais no Brasil são potencialmente fraudulentas, colocando em risco a segurança financeira de milhares de usuários. Esses dados alarmantes sugerem que as medidas de segurança atuais podem ser insuficientes para o volume e a sofisticação crescentes dos ataques cibernéticos.

Dennis Nakamura - sócio do iVip Bank e iVip Coin, fintechs brasileiras que oferecem soluções financeiras digitais disruptivas e inclusivas, aponta que os fraudadores estão explorando as vulnerabilidades dos sistemas de segurança dos bancos digitais, muitas vezes por meio de técnicas avançadas como phishing, engenharia social e ataques de software malicioso.

"Essas táticas não apenas causam perdas financeiras imediatas, mas também minam a confiança no sistema bancário digital como um todo", afirma Nakamura. "Para isso, o consumidor deve sempre avaliar o banco digital que ele vai abrir conta, bancos como o iVip Bank que se utilizam de tecnologias como blockchain, tendem a oferecer vantagens em segurança", explica.

Para combater esses desafios, autoridades e instituições financeiras estão sendo



pressionadas a implementar regulamentações mais rigorosas e a investir em tecnologia de ponta. Isso inclui a adoção de autenticação multifatorial, sistemas de monitoramento de transações em tempo real e a utilização de inteligência artificial para detectar padrões de comportamento suspeito.

De acordo com Felipe Penido, sócio e especialista em Projetos de Market Insight, Data Management e CX Research da Cadarn Consultoria, os Bancos Digitais hoje estão expostos a riscos parecidos com o que as agências bancárias estavam em um passado próximo. O mercado financeiro sempre foi um grande alvo de criminosos e o principal efeito da digitalização talvez seja a mudança do perfil desses indivíduos e dos tipos de crime que podem ser executados, dadas as novas tecnologias e nova estrutura financeira. "Acredito que com a digitalização, todos os bancos (sejam eles nascidos digitalmente ou não), estão suscetíveis aos riscos associados aos avanços tecnológicos, que

muitas vezes pela própria falta de maturidade geram oportunidades para fraudes e ataques cibernéticos" explica Penido.

Além disso, há um crescente consenso sobre a necessidade de educar os consumidores sobre práticas seguras de internet. Iniciativas de conscientização podem desempenhar um papel crucial em prevenir fraudes, ensinando aos usuários como identificar e evitar golpes.

Penido ressalta que os processos biométricos tendem a se tornar não só de uso mais frequente (dada a preferência dos usuários) mas também mais adequados no futuro, uma vez que senhas são suscetíveis a perda e são cada vez mais requisitadas, e portanto ou repetidas e simples o que reduz drasticamente a segurança (as senhas mais utilizadas no mundo são 123456 e 12345678), ou divergentes e aumentam a dificuldade do usuário de lembrar.

A inteligência artificial está desempenhando um papel transformador na segurança dos bancos digitais, principalmente por meio da sua capacidade de aprender e adaptar-se a novas ameaças de forma contínua. Sistemas de IA podem analisar grandes volumes de transações em tempo real, identificando padrões suspeitos e comportamentos anômalos que indicam possíveis fraudes.

"A inteligência artificial vai conseguir dar um passo além e não só melhorar a identificação de possíveis fraudes com base em dados históricos, mas num futuro, tentar antever e conseguir gerar apontamentos mais precisos sobre onde são os pontos de risco e ajudar a identificar pontos de melhoria que as instituições possam tomar. Mesmo que seja um processo que já está em andamento há alguns anos, se espera que estes processos ainda devam ter um tempo de "incubação" para que a inteligência artificial ganhe maturidade e repertório sobre estes assuntos", aponta Penido.

À medida que o cenário dos bancos digitais continua a evoluir, a colaboração entre reguladores, bancos e consumidores será essencial para garantir que o futuro das finanças digitais seja seguro e confiável para todos os usuários.

News @TI

Pindamonhangaba: Líder em Tecnologia e Inovação como Smart City

A cidade de Pindamonhangaba se destaca nacionalmente como uma das pioneiras no conceito de "Smart City" ou cidade inteligente, incorporando tecnologia e inovação para criar um ambiente urbano sustentável, eficiente e resiliente a desastres naturais. Com a liderança da Secretaria de Tecnologia, Inovação e Projetos, a cidade tem implementado uma série de iniciativas que exemplificam seu compromisso com a inovação e a sustentabilidade. O Programa Cidade Inteligente de Pindamonhangaba engloba diversos projetos estratégicos como a melhoria da infraestrutura de dados com fibra óptica de alta velocidade, Wi-Fi público expansivo, sistemas avançados de monitoramento por câmeras e a digitalização de serviços públicos. A integração de tecnologia no cotidiano dos moradores é um fator crucial para a eficiência urbana.

Editorias

Economia/Política: J. L. Lobato (lobato@netjen.com.br); *Ciência/Tecnologia:* Ricardo Souza (ricardosouza@netjen.com.br); *Livros:* Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioph.com.br);

Comercial: comercial@netjen.com.br

Publicidade Legal: lilian@netjen.com.br

Webmaster/TI: Fabio Nader; *Edição Eletrônica:* Ricardo Souza.

Revisão: Maria Cecília Camargo; *Serviço informativo:* Agências Brasil, Senado, Câmara, EBC, ANSA.

Artigos e colunas são de inteira responsabilidade de seus autores, que não recebem remuneração direta do jornal.

Jornal Empresas & Negócios Ltda

Administração, Publicidade e Redação: Rua Joel Jorge de Melo, 468, cj. 71 - Vila Mariana - São Paulo - SP - CEP: 04128-080

Telefone: (11) 3106-4171 - E-mail: (netjen@netjen.com.br)

Site: (www.netjen.com.br). CNPJ: 05.687.343/0001-90

JUCESP, Nire 35218211731 (6/6/2003)

Matriculado no 3º Registro Civil de Pessoa Jurídica sob nº 103.