

Geração Z: não podemos ser 100% digitais o tempo todo

Thomas Gautier (*)

Certa vez ouvi a máxima de que a tecnologia aproxima quem está distante, e afasta quem vive próximo. Isso lembra uma história olímpica

Ainda na escola, o queniano Julius Yego se interessou por arremesso de dardos. Sem um centro de treinamento da modalidade perto de casa, deu os primeiros passos assistindo a vídeos no Youtube, antes de encontrar um técnico e engatar uma carreira internacional. Yego foi ouro no Mundial de Pequim em 2015 e prata, nas Olimpíadas de 2016, no Rio.

A tecnologia, no entanto, nem sempre gera ganhos. Uma das principais discussões na escola das crianças é o quanto nossos filhos têm se conectado a aplicativos para se desconectar de suas habilidades de relacionamento, como se a rotina se resolvesse no toque da tela. O detalhe é que, há milhares de anos, nossa evolução depende tanto de condições climáticas adequadas quanto da criação de laços coletivos e da confiança em quem está ao nosso lado.

Não à toa o debate sobre sustentabilidade passa por respeito à vida humana, saúde mental e, especialmente, qualidade dos espaços entre as pessoas. Sem isso, fica insustentável. Também passa pelo relacionamento construído pela Geração Z, em que pesa o “fator Whatsapp”, responsável por diminuir a interação ao vivo, a comunicação olho no olho ou até via telefone.

A dinâmica da revolucionária ferramenta nem sempre funciona. Tenho visto profissionais que, diante de uma dúvida sobre algo importante, enviam mensagens e adiam a solução de determinado problema enquanto a resposta não chega. Nossos áudios e textos são encaminhados assim, como se suficientes para nos livrarmos de preocupações. Um envio de mensagens, no entanto, não é fim. É meio para realizar o trabalho.

Exatamente porque as mensagens podem cor-

rer despercebidas ou não chegarem ao destinatário a tempo, vale lembrar que em todas as situações a responsabilidade continua sendo do remetente. Se a resposta que precisou não veio, cabe a ele tentar outro caminho. Ou seja: caso o campeão dos dardos Julius Yego ficasse na dependência de uma resposta no início de sua carreira, talvez estivesse esperando até agora.

No campo das empresas, quem nunca ouviu que, apesar da tarefa ainda não ter sido concluída, “a mensagem já foi enviada ao time”? A questão, contudo, não é se a mensagem foi enviada. E sim se a demanda foi solucionada, ou se a etapa em questão foi vencida. A história de como um dos maiores nomes da propaganda brasileira, Washington Olivetto, conquistou seu primeiro estágio é famosa.

Em uma época em que nem se falava de internet, Olivetto estava indo de carro para a faculdade, quando o pneu furou. Ao sair do veículo, percebeu que tinha parado às portas de uma agência de propaganda. Adiou a troca do pneu e entrou para avisar que estava em busca de um emprego. Aproveitou a coincidência e, pouco depois, estava contratado.

Nossas soluções estão menos nas mensagens enviadas e mais nas ações que escolhemos praticar. Embora a tecnologia impulse o relacionamento humano, não dá para sermos 100% digitais o tempo todo. De um lado, somos servidos por inteligência de dados, plataformas, aplicativos, avatares, softwares. Do outro, por conhecimento, espontaneidade, experiência, emoção, proximidade, aprendizados em equipe, presença.

Precisamos de um perfil “digital raiz”. Uma visão que nos conecte a grandes inovações e, ao mesmo tempo, nos mantenha em contato com os benefícios da base construída e alimentada até agora.

(*) - É Head de Logística do Grupo Edenred (<https://www.edenred.com.br/>).

Franquia cria experiência sensorial para fortalecer relação com o público

No universo das franquias, a inovação é a chave para se destacar em um mercado cada vez mais competitivo

Proporcionar ao cliente uma experiência completa vai muito além de oferecer produtos e serviços de qualidade. Um exemplo notável desse espírito inovador é a Tem jeito, franquias especializada em costura e customização.

A proposta da marca é envolver os clientes em uma experiência sensorial completa, despertando os cinco sentidos de maneiras únicas e memoráveis.

Confira:

• **Visão** - Ao entrar em uma loja da rede, os clientes são imediatamente impactados pela estética cuidadosamente projetada. Com um padrão de design estabelecido pela franquias, as lojas apresentam boa iluminação, limpeza e organização, criando um espaço agradável e acolhedor que convida a explorar.

• **Audição** - A atmosfera da loja é aprimorada por uma playlist oficial, que toca em todas as



unidades. Essa seleção musical cuidadosamente elaborada não só embala o atendimento, mas também cria um ambiente relaxante e acolhedor, permitindo que os clientes se sintam à vontade enquanto aguardam por seus serviços.

• **Olfato** - O aroma personalizado da loja é uma das suas marcas registradas. Criado exclusivamente para a rede, o aroma agradável permeia o ambiente interno e as peças customizadas, proporcionando

uma sensação de conforto e exclusividade. Essa atenção ao detalhe transforma o ato de entrar na loja em uma experiência olfativa única.

• **Paladar** - Enquanto aguardam pelo atendimento, os clientes podem desfrutar de biscoitos personalizados, café e chá, oferecidos pela franquias. Essas pequenas delícias tornam a visita ainda mais agradável, mostrando que a rede se preocupa não apenas com a qualidade dos serviços, mas também

com o bem-estar de seus clientes.

• **Tato** - No momento da entrega das peças, o cuidado continua. As roupas são cuidadosamente enroladas em papel seda, garantindo que cada detalhe da experiência de compra seja especial. Esse toque final reforça a sensação de carinho e atenção aos detalhes que a marca preza.

A combinação desses elementos transforma a experiência do cliente em algo único e envolvente. A marca mostra que, ao trabalhar os sentidos de forma coordenada, é possível criar uma identidade forte e uma relação duradoura com o público, indo além do simples serviço de costura.

Essa abordagem inovadora é uma tendência no mercado de franquias e um diferencial competitivo que pode ser explorado por empreendedores que buscam se destacar. - Fonte e outras informações: (<https://lojas-temjeito.com.br/>).

Atendimento ao cliente pode ser a chave para o sucesso dos negócios

O mundo que vivemos é movido por avaliações. Se vamos a um restaurante por exemplo, vemos como são as redes sociais do mesmo, o que os clientes comentam sobre, se tem muitas críticas positivas ou negativas e isso contribui para sabermos se vale ou não a pena consumir aquele serviço. Por isso, é essencial causar uma boa impressão ao oferecer um serviço independente da sua natureza.

Pensando nisso, a Card - empresa especialista em levar fluxo para os negócios através de maquininhas de cartões -, ensina como prestar um excelente atendimento ao cliente, sem precisar fazer investimentos exorbitantes. Confira:

• **Entenda as necessidades do seu cliente** - Saiba o que o seu público alvo busca e suas dores. Para prestar um bom atendimento ao cliente é preciso conhecer o seu consumidor, o que ele busca, quais são as suas dificuldades e dilemas da área de atuação, isso tudo facilita ainda mais a abordagem principalmente em seus canais de comunicação, analisa Deir Fagundes, Gerente de Relacionamento, do Grupo Card.

• **Seja cordial no atendimento** - Treine seus colaboradores para que sempre sejam gentis e cordiais ao recepcionar os seus clientes. Quando uma pessoa é atendida com atenção e educação ela se sente bem e pode recomendar o local ou serviço para outras pessoas, é algo que deixa marcas positivas no cliente.

• **Dê espaço para o seu cliente conhecer o produto e ou serviço** - Faça o cliente se sentir à vontade ao procurar o seu atendimento e que se sintam ouvidos por você. Esteja atento às necessidades do seu cliente, mas



respeite o espaço dele e o deixe à vontade para escolher o que deseja sem se sentir forçado a levar ou adquirir o serviço. O escute e ajude a entender as suas necessidades.

• **Garanta a qualidade do que está vendendo** - Para evitar frustrações ou reclamações futuras, sempre conheça e entenda o que está oferecendo aos seus clientes conhecendo seus prós e contras. Saiba os principais pontos de melhora do seu produto ou serviço e pontos fortes. Isso ajudará principalmente na resolução de problemas e a ter uma visão linear do que você ainda tem a evoluir.

• **Responda aos seus consumidores em todos os canais de atendimento** - Tire as dúvidas em todas as plataformas de atendimento e esteja disposto a apresentar soluções para os problemas que possam surgir. Faça seu cliente sentir que você realmente se importa com as questões que ele te apresentar e sempre procure soluções que ajudem o cliente e o seu negócio. - Fonte e mais informações: (<https://www.grupocard.com.br/>).

Como saber se meu chefe é abusivo? Entenda seus direitos

João Valença (*)

O ambiente de trabalho pode ser desafiador, e a relação com o chefe, muitas vezes, é motivo de incertezas sobre o que é aceitável. Reconhecer um comportamento abusivo é essencial para garantir um local de trabalho saudável e proteger seus direitos. No Brasil, a legislação trabalhista oferece diretrizes claras para identificar e combater abusos no ambiente profissional.

Chefes abusivos prejudicam tanto o desempenho quanto a saúde mental de seus subordinados. É um chefe que humilha e desrespeita seus funcionários frequentemente

faz críticas públicas, usa sarcasmo ou ridiculariza o trabalho diante dos colegas, criando um ambiente hostil e comprometendo a autoestima dos colaboradores.

Além disso, o uso de ameaças e intimidações, como advertências infundadas ou ameaças de demissão, gera um ambiente de medo e ansiedade, que afeta diretamente o bem-estar do trabalhador.

Outra prática comum de chefes abusivos é a negação de direitos trabalhistas, como o não fornecimento de pausas adequadas, a negação de férias ou outros benefícios previstos em lei, além da recusa em proporci-

onar oportunidades de crescimento dentro da empresa.

Em muitos casos, o abuso se manifesta também pela sobrecarga de trabalho, impondo tarefas excessivas e prazos irreais sem fornecer os recursos necessários para a execução dessas atividades. Isso leva ao estresse e à exaustão dos funcionários, comprometendo sua saúde física e mental.

Um chefe abusivo raramente reconhece o bom desempenho dos colaboradores, oferecendo pouco ou nenhum feedback construtivo. Além disso, ambientes de trabalho abusivos também são caracterizados por alta rotatividade de funcionários.

Manter um registro detalhado dos incidentes abusivos é fundamental para futuras ações, seja para relatar a situação aos recursos humanos da empresa ou para possíveis medidas legais. Além disso, buscar suporte entre colegas que possam ter vivenciado situações semelhantes pode ajudar a enfrentar o problema de forma mais eficaz.

Se a situação persistir, é importante considerar relatar o abuso por meio dos canais adequados da empresa, que muitas vezes possui políticas contra assédio e abuso no ambiente de trabalho. Caso essas medidas internas não resul-

tem em mudanças, o trabalhador deve considerar a possibilidade de buscar orientação jurídica. As leis trabalhistas brasileiras oferecem proteção contra abuso e assédio no ambiente de trabalho.

Todo trabalhador tem o direito de recorrer à Justiça para garantir a reparação dos danos sofridos e a preservação de um ambiente de trabalho saudável e respeitoso. Identificar e lidar com um chefe abusivo é um passo crucial para proteger sua saúde mental, seu bem-estar e sua carreira profissional.

(*) - É advogado e cofundador do VLV Advogados, referência nacional em Direito Trabalhista (<https://vlvadvogados.com/>).