

Cinco estratégias para aplicar no marketing de final do ano

As vendas de final de ano movimentam os caixas dos varejistas brasileiros e empresários de diversos setores se preparam para a data com a expectativa de faturar mais

De acordo com o Índice Antecedente de Vendas do Instituto para Desenvolvimento do Varejo (IAV-IDV), a previsão é de um aumento de 7% em dezembro, em comparação com o mesmo mês do ano de 2023.

Para contribuir com a nova perspectiva, Fabiano Cruz, CEO da agência Alot, mar-tech especializada na construção e gestão de marcas com estratégias alinhadas à IA, elencou cinco principais condutas transformadoras no marketing para conquistar mais a atenção dos clientes e vender mais durante o final do ano.

"É um momento muito oportuno para calibrar as campanhas, de maneira direcionada e alinhada com o público-alvo. Por isso, tudo deve iniciar com uma boa segmentação", aponta o CEO, ao detalhar cada passo para obter êxito. Confira:

1) Segmentação avançada de clientes - É necessário entender os diferentes perfis de compradores dentro da base dos clientes para oferecer produtos e serviços mais assertivos. Uma técnica eficaz é a análise RFM (Recência, Frequência, Valor Monetário). A recência refere-se à última compra do cliente, a frequência é quando ele realiza compras e o valor monetário, o quanto gasta em média.



2) Estar atento às tendências de compras futuras - Antecipar quais produtos serão mais pesquisados é crucial para bons resultados e isso conseguimos ao analisar os dados históricos das vendas passadas para prever as demandas futuras.

Por exemplo, um varejista percebe uma busca maior por equipamentos de ginástica para uso doméstico. Ao inteirar-se disso, a empresa aumenta o estoque desses produtos e cria campanhas promocionais específicas, atendendo à procura crescente e maximizando as vendas.

3) Otimização de preços dinâmicos - A precificação dinâmica é importante e colabora com o aumento das compras. Ao ajustar os preços em tempo real a partir do comportamento de consumo, estoque e concorrência, a empresa tem mais vendas e lucros.

Entender essa elasticidade de preço e como as mudanças afetam a quantidade vendida permite definir preços atrativos para diferentes produtos.

Para exemplificar, uma plataforma de hospedagem modifica os preços dos quartos de hotel conforme a consulta. Durante os meses de dezembro e janeiro o site pode oferecer descontos maiores em quartos com baixa ocupação, incentivando reservas e aumentando a receita.

4) Gestão de estoque inteligente - Gerenciar o estoque de forma eficiente é fundamental para não ter custos excessivos e a previsão de demanda apresenta dados e análises para antecipar quais produtos terão maior pesquisa. É interessante fazer uma classificação ABC para categorizar artigos em:

A (mais importantes) - itens que representam

a maior parte do valor de vendas, B (importância intermediária) - produtos com impacto moderado nas vendas e a C (menos importantes) - menor influência no faturamento. Assim temos um parâmetro de quando aumentar o estoque, garantindo disponibilidade e evitando a falta deles. Isso melhora a satisfação do cliente e interfere diretamente no caixa.

5) Análise das suas redes sociais - Ver o que seus clientes estão dizendo sobre sua marca é um excelente termômetro e te dá insights valiosos. Esse monitoramento de mídias sociais e a avaliação se os comentários são positivos, negativos ou neutros ajudam a compreender a percepção deles. Se uma empresa de eletrônicos vê elogios a um novo recurso de seu smartphone nas redes sociais, pode destacar esse diferencial em suas campanhas.

Mas se houver reclamações sobre a bateria, pode oferecer descontos em acessórios como carregadores portáteis. Além disso, interagir proativamente com os clientes, respondendo a comentários e feedbacks, melhora a imagem da marca e permite ajustar estratégias conforme necessário. - Fonte e mais informações: (<https://alot.ag/>).

A corrida contra a escassez do mercado de cibersegurança

Julio Cesar Fort (*)

A escassez de profissionais qualificados em cibersegurança se tornou uma verdadeira corrida contra o tempo em um mundo cada vez mais digital e vulnerável

Com o avanço tecnológico e a crescente sofisticação dos ataques, o setor corporativo está sedento por especialistas cada vez mais raros e capazes de proteger instituições contra ameaças.

Segundo dados da Fortinet, a lacuna global já soma 4 milhões de vagas, sendo que 750 mil delas estão presentes no Brasil. Já de acordo com um relatório da Gartner, 63% dos líderes de TI indicam que a falta de profissionais em cibersegurança é um dos maiores obstáculos para a adoção de novas tecnologias.

Isso demonstra que o problema vai além da segurança cibernética, afetando diretamente a capacidade das instituições de inovar e se adaptar às novas demandas digitais, ampliando os impactos negativos da escassez. Mas o que está realmente por trás desse déficit, e como podemos resolver esse problema antes que ele se torne uma ameaça intransponível?

Um dos principais fatores que contribuem para o cenário é a própria complexidade da área. A formação de profissionais qualificados exige uma base sólida em diversas frentes da tecnologia, como redes, criptografia, gestão de riscos e sistemas operacionais. O desafio, então, se torna ainda maior para iniciantes que, mesmo com boa formação acadêmica, encontram dificuldades em obter as experiências e habilidades práticas que o mercado exige.

O resultado é um preenchimento complicado das vagas, pois as empresas buscam profissionais com experiência consolidada, algo que leva anos para ser construído. Além disso, há de se destacar que a cibersegurança exige uma atualização constante. As ameaças cibernéticas evoluem de forma rápida, exigindo que os profissionais estejam sempre em treinamento para lidar com novas vulnerabilidades e ataques.

Isso acaba criando uma barreira de entrada maior para novos talentos, pois o processo de formação é contínuo e dinâmico, dificultando a qualificação de mão de obra de forma rápida e eficiente. A competitividade no mercado, com empresas disputando muitas vezes os mesmos talentos, também contribui para tornar os profissionais ainda mais escassos e cobijados.

Trabalho conjunto - No Brasil, algumas iniciativas já tentam mitigar essa carência. Programas como o Hackers do Bem, uma parceria entre a Rede Nacional de Ensino e Pesquisa (RNP) e o SENAI, têm oferecido cursos gratuitos com foco em democratizar e expandir a formação em cibersegurança.

Ações como essa são essenciais para democratizar o acesso à carreira, permitindo que milhares de novos talentos se qualifiquem para o mercado, além de promover uma maior diversidade no setor. São passos importantes, porém ainda insuficientes diante da demanda crescente.

A participação mais ativa do governo e do próprio mercado corporativo será fundamental para reduzir o déficit de profissionais. Nos Estados Unidos, por exemplo, a Casa Branca implementou uma iniciativa para preencher 500.000 vagas de cibersegurança, com foco em treinamentos baseados em habilidades práticas, substituindo as exigências acadêmicas tradicionais.

Esse tipo de abordagem pode e deve ser replicado no Brasil, com o desenvolvimento de programas mais flexíveis que valorizem a experiência prática e o aprendizado contínuo na área. A solução para a escassez de profissionais em cibersegurança exige, portanto, um esforço conjunto entre todos os players.

Apenas com uma abordagem colaborativa e estratégica será possível atender à crescente demanda por cibersegurança e garantir que o desenvolvimento tecnológico siga avançando de forma segura e sustentável. O futuro digital está em jogo, e vencer essa corrida pode ser uma questão de proteção e sobrevivência.

(*) - É diretor da Blaze Information Security (<https://www.blazeinfosec.com/>).

Organização Fiscal: como deixar sua empresa pronta para 2025

Com o final do ano se aproximando, é o momento ideal para os empreendedores, especialmente de micro e pequenas empresas, pensarem em deixar a casa em ordem para o início de 2025. A organização fiscal é essencial para evitar surpresas indesejadas e garantir que todas as obrigações sejam cumpridas sem percalços, como o pagamento de impostos e a preparação para a declaração do Imposto de Renda.

Patrícia Bastazini, contadora e fundadora da Bastazini Contabilidade, destaca a importância de começar esse planejamento agora. "Muitos empreendedores deixam a organização fiscal para última hora, o que pode trazer transtornos e até mesmo prejuízos financeiros. O ideal é aproveitar o fim do ano para revisar toda a documentação, garantir que todas as guias de pagamento estejam em dia e projetar o que está por vir em 2025", afirma.

• Dicas práticas para uma boa organização fiscal:

1) Revisão dos Pagamentos de Impostos - É fundamental verificar se todos os impostos devidos em 2024 foram quitados. Isso evita multas e juros acumulados. Certificar-se de que todas as guias foram pagas é o primeiro passo para começar o ano com tranquilidade.



2) Antecipar a Preparação do IR - Para empresas e para os sócios, é essencial organizar desde já toda a documentação necessária para a declaração do Imposto de Renda. Isso inclui reunir comprovantes de despesas, receitas, investimentos e documentos que possam ser utilizados como deduções.

3) Análise de Fluxo de Caixa - Aproveite para revisar o fluxo de caixa e planejar os primeiros meses de 2025. Os primeiros meses do ano costumam ser mais desafiadores financeiramente, especialmente para pequenas empresas. Um fluxo de caixa bem estruturado ajuda a enfrentar essas dificuldades.

4) Simples Nacional: Regularização e Opção - Empresas que pretendem optar ou se manter no Simples Nacional devem estar com

todas as suas pendências fiscais e tributárias regularizadas. Isso evita problemas e garante que possam usufruir dos benefícios desse regime tributário.

De acordo com a Receita Federal, aproximadamente 20% das microempresas perdem prazos de pagamento de impostos ou enviam declarações incorretas, gerando multas e custos adicionais que poderiam ser evitados com planejamento. "Planejar agora significa não apenas evitar custos extras, mas também garantir que a empresa esteja pronta para crescer em 2025", conclui Patrícia.

Patrícia também sugere que os empresários utilizem esse período para conversar com seu contador e traçar estratégias que podem otimizar a carga tributária. Ainda é possível se organizar. Uma conversa honesta e detalhada com o contador pode trazer insights valiosos para reduzir custos e melhorar a saúde financeira da empresa.

Este é o momento de planejar o futuro e não deixar nada para a última hora. Portanto, aproveite o fim de ano para organizar sua empresa e começar 2025 com o pé direito. A preparação antecipada evita problemas e garante um início de ano mais tranquilo e produtivo. - Fonte: (<https://contabilidadebastazini.com.br/>).