empresário digital

221

Edição Especial



NÜRNBERGMESSE

NOVAS PLATAFORMAS DE NEGÓCIOS

A PROMOTORA DE EVENTOS INOVA COM FRENTES DE ATUAÇÃO INÉDITAS. TUDO PARA AJUDAR NA GERAÇÃO DE NEGÓCIOS ENTRE EXPOSITORES E VISITANTES, E NO ACESSO DESSAS EMPRESAS A MAIS ESPAÇOS E MERCADOS.

SERINEWS.CO

I AM LIGHT

"O SER HUMANO É
LUZ E É DE DENTRO
DELE QUE PARTE UM
UNIVERSO INFINITO
DE POSSIBILIDADES."



GABRIEL
WICKBOLD
GALLERY



Baixar na App Store DISPONÍVEL NO Google Play

DESCUBRA NOVAS CONEXÕES

QRCODE E LINKS DIGITAIS

Nova proposta editorial pensada para ser lida em multiplataformas e conectar novas oportunidades de negócios. Um novo estilo editorial desenhado para aproximar conteúdos específicos de públicos relevantes.

empresário digital

04 .....Smart Data
08 .....Economia
10 .....Capa (NürnbergMesse Brasil)
22.....Investidor
26..... ..Transformação Digital
30.....Comunicação
34.....Bora Vender
36.....Desobediência Produtiva

www.empresariodigital.com.br/edicoes

SERINEWS Marketing Intelligence

A revista Empresário Digital é uma publicação mensal de propriedade da Serinews.co

Av. Paulista, 1079, 8º andar – Bela Vista
São Paulo (SP) – CEP: 01310-200
Fone/Fax: (11) 2787-6386

Publisher: Marco Marcelino (MTB 44.446)
mmarcelino@serinews.com.br

Editores: Jorge Luiz Mussolin (MTB 15.978)
jmussolin@serinews.com.br

Alexandre Carvalho do Santos (MTB 44.252)
alecarvalho@serinews.com.br

Conteúdo: Mércia Araujo, Samia Laços e Andréa Pinheiro

Designer: Patricia Barboni e Tatiana Vettorazzo

Web Designer: Marina Deotti
mdeotti@serinews.com.br

Sucesso do Cliente (CS): Fabio Peres
fperes@serinews.com.br

Fotografia: Wyss Brasil e Yuri Mine

As matérias assinadas são de responsabilidade dos autores, não refletindo necessariamente a opinião da Serinews.co. As fotos publicadas tem caráter de informação e ilustração das matérias. Os direitos das marcas são reservados aos seus titulares. As matérias aqui apresentadas pode ser reproduzidas e compartilhadas com devida citação da fonte Serinews.co.



MARCO MARCELINO

SMART DATA

INTELIGÊNCIA DE MERCADO na palma da mão

Aprimorar o talento por meio de funções analíticas significa, antes de mais nada, estudar muito e participar, na prática, de projetos que demandam um novo jeito de pensar e agir. Meus últimos anos têm sido uma imersão em muitos dados, escuta ativa e transformação digital. Passei por vivências como Gestão 4.0, Disney Experience, livros como Storytelling com Dados e serviços de inteligência em empresas como a promotora de eventos NürnbergMesse Brasil, na qual usamos dados para construir um novo conceito de acesso ao mercado.

Tão ou mais importante do que a tecnologia, organizar o conteúdo de forma sistêmica tem sido um grande desafio. É pensar em cada uma das empresas que participam de um evento e entender o que faz sentido para elas, individualmente, no processo de acessar potenciais compradores. E do outro lado, entender o que deixaria uma empresa mais competitiva se ela tivesse acesso a fornecedores qualificados.

Quando não estamos estudando novas práticas e testando dezenas de funções, estamos filosofando sobre meios para tornar essa experiência mais intuitiva e orientada para resultados. E acho (acho não, tenho certeza) de que chegamos ao que estávamos procurando. Por que digo "nós"? É o que você vai descobrir agora.

Com o objetivo de colocar em prática, com simplicidade, uma das mais cobiçadas ciências do presente, que é o uso de dados, a Serinews aliou-se à NürnbergMesse Brasil para lançar o aplicativo Ni_lab Smartdata – uma plataforma disponível por assinatura, que estará na palma da mão de vendedores como ferramenta de ativação.

Será um jeito prático de entender o universo de empresas, potenciais clientes, e a classificação de market share do que já se conhece. Por meio de estímulos com conteúdos relevantes, vamos entregar ideias, de forma muito específica, para motivar os vendedores em direção às oportunidades. E, para isso, usaremos muita gamificação e um serviço de concierge, de modo a alinhar o interesse entre as empresas.

Quanto vale ter o universo de empresas do seu interesse na palma da sua mão? Quanto vale o tempo para achar uma agulha num palheiro? Que tal otimizar anos em segundos? Chegou a hora. Eu estou muito feliz com esse lançamento. Seja bem-vindo, Ni_lab Smartdata, meu filho! Passo a liderar esse projeto como sócio da NürnbergMesse. Juntos, vamos colocar de pé um laboratório de inteligência pensado nas empresas que participam de feiras e eventos de negócios. Um serviço exclusivo e para poucos. Uma entrega pensada na exclusividade.

E por essa jornada preciso fazer muitos agradecimentos especiais aqui.

Começando por João Paulo Picolo que preside a NürnbergMesse Brasil. Juntos, vislumbramos um modelo de negócio vertical, pegamos as minhas ideias sobre o projeto de inteligência e aplicamos no negócio de eventos.

O desafio era transferir, para dentro desse ambiente inegavelmente bem-sucedido, um laboratório de inteligência capaz de expandir e acompanhar os clientes o ano inteiro. E não foi na base do susto: começamos isso muito antes da



pandemia, durante um almoço em Orlando, Flórida, quando participamos, juntos, de um evento internacional.

Outra figura que eu preciso destacar, de igual importância, é o vice-presidente da NürnbergMesse, Diego de Carvalho. Com ele estou colocando em prática a construção de uma plataforma incrível para novos negócios. Para você ter uma ideia, tivemos a oportunidade de apresentar essa novidade no FMI, em Washington DC, para a então vice-presidente do Fundo Monetário Internacional, Carla Grasso. Confesso que foi uma das experiências mais marcantes da minha vida.

Por fim, e não menos importante, agradeço aos times de profissionais da Serinews, da NürnbergMesse Brasil e aos nossos parceiros de negócios, como Opah, Cial e Samsung. São todos companheiros de milhares de horas, planejamento e imersões em assuntos para lá de complexos. Foram muitos papos densos e discussões enriquecedoras para validar conceitos e hipóteses. Contamos ainda com uma dezena de profissionais altamente qualificados, selecionados com muito critério por meio de empresas

Será um jeito prático de entender o universo de empresas, potenciais clientes, e a classificação de market share do que já se conhece

fornecedoras. Ah, vale lembrar que, além de toda essa inteligência humana, contamos com o melhor que a inteligência artificial tem a oferecer.

Caro leitor, quanta honra estar aqui, ao lado dessas feras, para desbravar esse grande e importante desafio de empreendedorismo – e de vida.
Que privilégio poder compartilhar essa felicidade, em primeira mão, com você, que sempre prestigiou nosso trabalho na revista.

Muito obrigado.



Marco **Marcelino** | Publisher



Therefore™

PEOPLE PROCESS INFORMATION

Mantenha-se produtivo e conectado mesmo em um ambiente híbrido.

Informação é essencial para a conclusão de atividades, entrega de produtos ou serviços. Muitas vezes estão divididas em diversas plataformas como e-mails, pastas locais e outros sistemas, dificultando a gestão e o trabalho diário ou até mesmo perdendo datas e processos importantes.

Para resolver esse problema e facilitar processos, a Canon traz o software Therefore™, que mantém os usuários e informações conectados mesmo durante o trabalho remoto.

Conheça todas as vantagens e benefícios do Canon Therefore™

Canon



RICARDO AMORIM

ECONOMIA

Como perpetuar a corrupção em

8 PASSOS

Imagine que você fosse um político corrupto e alguém o pegasse com a boca na botija. Imagine também que você soubesse que seus colegas de partido e seus adversários políticos fossem tão corruptos quanto você. O que você faria para se safar?

Talvez, uma boa estratégia envolvesse os seguintes passos:

1

Convença seus apoiadores que denúncias de propinas de empreiteiras ou rachadinhas, se forem contra você, são perseguições políticas, não questões de Justiça e combate à corrupção;

2

Argumente que qualquer um que o investigar e julgar só pode o estar perseguindo;

3

Fomente, ao máximo, a polarização política e a demonização de seus adversários. Eles, obviamente, só podem contra você por suas infindáveis virtudes ao defender seus apoiadores, que sem sua liderança iluminada, seriam massacrados por estas forças do mal. Assim, não importam as evidências seus aguerridos apoiadores estarão sempre a seu lado;

4

Denuncie e reverbere a corrupção de seus adversários políticos. Esta, talvez, seja a parte mais fácil. Eles estão tão enlameados quanto você. Encurralados, eles adotarão a mesma estratégia que você. Resultado? Mais polarização e um objetivo comum: impedir que investigações, julgamentos e punições avancem. Mais cedo ou mais tarde, novos ministros para as cortes superiores e lideranças para o Ministério Público terão de ser indicadas;

5

Aí, é só esperar a máquina a funcionar a seu favor. Com a classe política unida em uníssono contra o combate à corrupção, é só questão de tempo e você retornará redimido e, como a Fênix, com a plumagem mais exuberante do que nunca;

6

Em algum ponto, as investigações perderão sua independência política;

7

Em outro, a Suprema Corte – toda indicada por políticos - vai querer eliminar "excessos" – das investigações, é claro; não da corrupção. Daí a anular eventuais condenações será só um pulinho;

8

Gran finale: inverta os papeis. Transforme em bandido quem o investigou e julgou. Com apoio maciço de políticos da esquerda à direita, isso não será difícil. Com você e outros corruptos mais livres do que nunca e juízes e procuradores como réus, quem ousará investigar e punir corrupção neste país?



Mike Bonfim

NürnbergMesse Brasil

NOVAS PLATAFORMAS DE NEGÓCIOS

A insuperável forma de fazer negócios por meio de grandes eventos já venceu, através dos tempos, todos os tipos de crise. Agora não seria diferente. Diante da pandemia de Covid-19, a NürnbergMesse Brasil surpreende inovando em estratégias e opções de espaços virtuais para seus clientes. Entenda como a empresa, que atua em 18 setores da economia, reconfigurou suas frentes de atuação para potencializar conexões e gerar mais encontros.

POR ALEXANDRE CARVALHO

A ciência já provou o quanto as relações presenciais são importantes para se fechar negócios. Um estudo clássico da Universidade da Califórnia revelou que, para gerar sentimentos de empatia em nossos interlocutores (e você pode trocar essa última palavra por "clientes"), o padrão de comunicação que mais funciona consiste em 55% de linguagem corporal, 38% de tom de voz e só 7% de comunicação verbal. "Os toques físicos, as posições (distância, inclinação, etc.), posturas, gestos, assim como expressões faciais e vocais, superam as palavras e determinam os sentimentos transmitidos por uma mensagem", apontam os autores do estudo americano "Mensagens Silenciosas".

Isso que os cientistas identificaram em seus experimentos a gente conhece na prática. Tanto que a impossibilidade de reunir milhares de pessoas em grandes eventos, por causa do avanço do coronavírus (especialmente impactante no nosso país), está criando uma lacuna monumental no universo de transações comerciais. Falta interação cara a cara; falta caminhar pelos corredores de uma feira e, de repente, ter a sua atenção atraída por uma apresentação original, atrelada a um produto inovador; falta a conversa de um expositor que, de tão boa, acaba evoluindo para uma nova parceria; falta networking.

E, sobretudo, falta aquele ambiente em que tudo se mostra propício à geração de negócios.

A boa notícia é que, por tudo o que está sendo noticiado, o segundo semestre deve trazer uma variedade e uma quantidade maior de vacinas ao Brasil, acelerando uma situação de relativa normalidade que volte a permitir encontros presenciais de grande porte. A outra boa notícia (não vamos falar aqui em "más notícias"; basta abrir os jornais ou a internet para encontrá-las em abundância nestes tempos) é que temos, sim, alternativas para promover encontros entre empresas, clientes potenciais e gente que procura conteúdo de qualidade. E o que vai determinar como sairemos dessa crise sanitária, é justamente a nossa capacidade de buscar novas soluções neste momento desafiador

É exatamente isso o que a NürnbergMesse Brasil (NMB) está fazendo. E o que não lhe falta é expertise, domínio de tecnologia, capacidade de inovação e, principalmente, atenção às necessidades de seus clientes. Uma das principais promotoras de eventos e congressos do mundo, presente no país desde 2009, a NMB tem se destacado internacionalmente por unir ideias, experiências e negócios, sempre de modo a promover oportunidades



JOÃO PAULO PICOLO
CEO - NMB

para os mercados em que atua – especialmente no setor de feiras. Agora, reforçando a sua tradição de apoio incondicional a milhões de profissionais – sejam de empresas, sejam clientes dessas empresas –, desta vez num dos períodos mais difíceis da história, a NMB está se reinventando, ampliando o seu alcance e abrangência, lançando novos recursos e espaços digitais, sem nunca perder a sua essência.

Munida de ferramentas de inteligência de dados, a NürnbergMesse fez um amplo e profundo estudo de mercado. E o que emergiu desse mergulho foram novas frentes de atuação, baseadas no ambiente digital – novidades que trarão novo oxigênio a milhares de negócios e, sem dúvida, vão ditar novas tendências para quando todo esse pesadelo terminar. “Se antes os eventos presenciais pediam experiência, quando retornarem, eles exigirão muito mais”, explica João Paulo Picolo, CEO da empresa. “O digital veio como uma evolução do negócio, e trará muito mais benefício para o mercado e para os visitantes, que vão interagir ao longo de todo o ano, e não mais somente no encontro presencial, que acontece em uma única ocasião.”

O LADO CHEIO DO COPO

Sim, se o face to face tem um valor inestimável – ainda mais para nós, brasileiros, um povo tradicionalmente gregário –, o ambiente digital tem outras vantagens que o tornam uma solução que vai além de um remédio temporário para as circunstâncias atuais – ele vai permanecer como reforço imprescindível, complemento que potencializará alianças,

trará agilidade às nossas transações e, o mais importante, fará (muito) dinheiro circular. Entre essas vantagens, destacam-se quatro: acesso de qualquer lugar (um benefício celebrado por clientes do exterior ou mesmo de outros estados do Brasil), flexibilidade de horário (não conseguiu ver uma conferência na hora marcada? Tudo bem, ela fica gravada no site); interações em tempo real (via chat, whatsapp, redes sociais das empresas, etc.); custos infinitamente mais baixos.

Foi pensando principalmente nas necessidades de seus stakeholders q a NMB incorporou o digital em suas novas frentes e, agora em abril, está lançando o Projeto Reload, repleto de oportunidades para que as empresas possam intensificar a interação com seus clientes de uma forma ágil, produtiva e, sobretudo, rentável. "Estamos aportando inteligência, serviços prontos, abordagem consultiva – e intimista às vezes, em eventos especiais", destaca Leandro Lara, diretor de Portfolio & New Business da NürnbergMesse Brasil. "É toda uma nova dinâmica oferecida ao mercado, e que nos coloca numa posição de pioneirismo muito grande. Tudo isso foi construído após ouvir nossos clientes e sempre com foco nas necessidades deles."

Já Alexandre Brown, Head of Sales da NürnbergMesse Brasil, enfatiza o quanto o projeto é uma ampliação do



ALEXANDRE BROWN
HEAD OF SALES - NMB

escopo da promotora de eventos. "A NMB se transformou em uma 'one stop shop' do setor de trade show, extrapolando as paredes do pavilhão e sendo um parceiro estratégico para nossos clientes ao longo do ano", explica. "Eventos presenciais ganharão ainda mais relevância, após o fim da pandemia. Mas o digital veio como complemento, aumentando ainda mais o alcance de nossos eventos. Para isso, contamos com a Hiria NMB, uma divisão especializada no desenvolvimento de conteúdo estratégico e customizado, além de toda a promoção necessária."

CONFIRA A SEGUIR OS QUATRO PILARES QUE REPRESENTAM AS GRANDES NOVIDADES QUE A NMB PASSA A OFERECER AO MERCADO

NMB insights

Responsável por cuidar de toda a parte de conteúdo de eventos corporativos, como congressos, seminários, treinamentos empresariais, road shows e rodadas de negócios.

O serviço também estará disponível tanto para os eventos do próprio portfólio da NMB quanto para o de seus clientes, seja de forma digital ou presencial, assim que a pandemia permitir. Em pouco tempo de atuação, a Insights já atuou na realização do Fórum Superagro, apresentado em conjunto com a Exame, além do Fórum Saneamento Básico e do Fórum de Iluminação Pública, que trazem como parceiros, respectivamente, a Bolsa de Valores do Brasil e a FGV Projetos.

NMB prime

Traz toda a bagagem da empresa em hospitalidade e gestão de encontros para requisitados líderes do mercado. Mesclando negócios com experiência, o projeto promove networking em alto nível e proporciona encontros exclusivos por conta de seus mais de dez anos de relacionamento na indústria. “Todo momento de dificuldade apresenta uma lição, e aqui isso ficou muito claro. Unimos a força e a experiência de cada um dos funcionários e criamos mais uma oportunidade de negócio. Isso me deixa muito orgulhoso, foi um trabalho difícil, que poucas empresas conseguiram desenvolver, mas que mostra que estamos ainda mais fortes para o que vem pela frente”, analisa João Paulo Picolo, CEO da empresa.

Todo momento de dificuldade apresenta uma lição, e aqui isso ficou muito claro. Unimos a força e a experiência de cada um dos funcionários e criamos mais uma oportunidade de negócio













Liderança Transformadora

Na sequência: Diego de Carvalho, VP of Growth & Customer Experience; Taiguara Gonçalves, Financial Director; Gustavo Cardoso, Head of Services & NMB Services; Patricia Oliveira, Head of Pet events; Leandro Lara, Portfolio & New Business Director; Nadja Bento, Head of Science events; Paulo Vasconcelos, NMB Insights; João Paulo Picolo, CEO; Daniel Fiuza, Head of Creative & Brand Experience; Alexandre Brown, Head of Sales; Marco Marcelino, NMB Smartdata; Cíntia Miguel, Head of Growth & NMB Prime; Vinnicius Vieira, NMB Insights.






NMB smartdata

Nesse período de turbulências e mudanças na economia, a NürnbergMesse Brasil percebeu a necessidade de contribuir para que os expositores tenham uma melhor compreensão do setor em que atuam. Então investiu em uma parceria com a Serinews – a mesma empresa que edita a Empresário Digital – para oferecer essa plataforma de inteligência artificial, que ajudará as empresas a entender melhor cada mercado por meio de dados e pesquisas. Serão apresentados dados fiscais e econômicos de potenciais clientes e até mesmo da concorrência. Um verdadeiro raio X para colaborar no planejamento dos próximos passos, além de mostrar onde estão as melhores oportunidades de negócios. Tudo feito por meio de inteligência artificial e cruzamento de informações, mas respeitando todos os requisitos da Lei Geral de Proteção de Dados.

Transferimos nosso conhecimento para o universo digital enquanto o presencial aguarda a desaceleração da pandemia

NMB services

É o departamento que cuidará de toda a parte operacional dos encontros, sejam eles digitais ou presenciais. “Para ter um evento online de sucesso, não basta contratar uma empresa de tecnologia”, explica Picolo. “É preciso saber divulgar e fazer a gestão conjunta de todo o processo, coisa que não é simples, mas nós já temos experiência. Transferimos nosso conhecimento para o universo digital enquanto o presencial aguarda a desaceleração da pandemia.”





Mais que eventos, *encontros.*

Uma interrupção nos grandes eventos em 2020, levou a NürnbergMesse Brasil a um período de reflexão. Com 12 anos de experiência é hora de sermos resilientes e rever os nossos propósitos, objetivos e missão.

Estamos mais leves, mais adaptáveis e on demand! Conhecimento global com aplicação local. Pode chamar de NMB.

OPERAÇÕES & SERVIÇOS

NMBSERVICES

METODOLOGIA & CONHECIMENTO

NMBINSIGHTS
POWERED BY HIRIA

NMBSMARTDATA
POWERED BY Ni*Lab

VENDAS 5.0 & BIG DATA

NMBPRIME

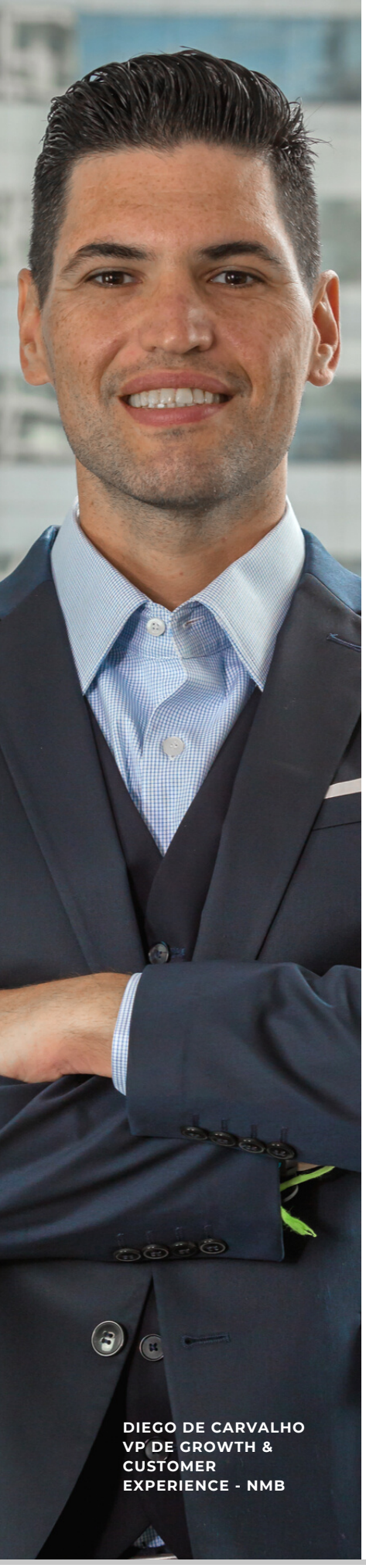
HOSPITALIDADE & EXPERIÊNCIA

Uma nova plataforma de negócios e serviços que apresenta soluções on-demand e customizadas para os nossos clientes potencializarem geração de insights, vendas e novas conexões.

Sucesso é *compartilhar!*

Saiba mais em:
nuernbergmesse-brasil.com.br/nmb

NÜRNBERG MESSE



DIEGO DE CARVALHO
VP DE GROWTH &
CUSTOMER
EXPERIENCE - NMB

RETORNO TERÁ PADRÃO EINSTEIN

Mesmo com todas essas novas frentes de atuação, a NürnbergMesse Brasil está 100% do tempo se preparando para uma volta segura quando os eventos presenciais forem novamente possíveis. Tudo para que o celebrado retorno ao face to face seja da forma como as empresas e os visitantes tanto estão sonhando. Exemplo disso é que a NMB investiu pesado numa parceria com um dos mais reconhecidos hospitais da América Latina, o Albert Einstein, que terá a função de desenhar todos os protocolos de segurança, de acordo com as fases determinadas pelas autoridades responsáveis. “As relações pessoais são muito importantes para a geração de negócios, mas a saúde está em primeiro lugar”, lembra Picolo.

LUTANDO JUNTO COM OS CLIENTES

Todo esse trabalho de transformação e inovação que a NürnbergMesse Brasil está atravessando passa sempre por um ponto de partida fundamental: o apoio a seus clientes. Afinal, o sucesso de expositores e visitantes de seus eventos é a própria razão de ser da empresa. Ao longo desse ano inteiro de crise do coronavírus, a promotora de feiras e congressos comprovou algo que já estava no seu DNA: a importância de estar cada vez mais próxima a seus clientes, e entender se o que ela está oferecendo faz sentido para cada momento da jornada dessas empresas. Nesse processo de investigação – que também foi de autoconhecimento – a NMB reforçou valores e práticas que já estavam impregnados em sua essência. “Sempre fomos uma empresa ambidestra”, reflete Diego de Carvalho, vice-presidente de Growth & Customer Experience da NMB. “Ao mesmo tempo em que nos preocupamos com nosso core, que é o business de feira, sempre estivemos abertos a testar e trazer modelos e processos inovadores. Agora estamos num período de transformação,

Desde o começo dos novos desafios, nosso foco foi em como nos manter conectando empresas e fomentando as indústrias que sempre estiveram ao nosso lado, em mais de 10 anos.

Adaptamos nossos eventos, redesenhamos experiências e junto das indústrias fomos atrás de soluções inovadoras para que sua empresa continue obtendo resultados, pois somos apaixonados pelo nosso negócios.

Acreditamos que nosso negócio é fundamental na retomada da economia e não vamos nos render em mais esta batalha, pois vamos vencer.

NÜRNBERG MESSE

HIRIA
A NÜRNBERGMESSE BUSINESS

Acredite, isso também vai passar.
nuernbergmesse-brasil.com.br





LEANDRO LARA
DIRETOR DE
PORTFÓLIO & NEW
BUSINESS - NMB

e isso inclui a necessidade de as pessoas estarem abertas e aptas a discutir novos caminhos. Quando falamos de empatia, isso inclui a preocupação de educar o mercado para aquilo que a gente quer oferecer. Nem todo mundo tem a maturidade de entender esse período, que é de adaptação, como sendo também de oportunidade. A maioria das pessoas só vê esse momento como de desafio."

Leandro Lara, diretor de portfólio & New Business, vê esta transição de forma semelhante: "Quem se preparar para participar efetivamente desse ambiente online, das rodadas de negócios, para absorver conteúdo, vai se beneficiar muito. Acredito que, assim que as condições da saúde pública permitirem, voltaremos muito fortes com os eventos presenciais, mas de uma forma ainda mais inteligente. Todo mundo está aprendendo a se organizar melhor".

Mas Diego de Carvalho ressalta ainda que as estratégias das empresas precisam ser adaptadas para se moldar às novas necessidades que cada mercado tem, e que isso passa por soluções diversificadas, como as que a NMB passa a oferecer com suas novas frentes de atuação. "Não existe uma bala de prata. Mas toda essa transição, todos esses novos aspectos de insight, análise de dados, conteúdo, pesquisa... tudo é focado nas direções para onde os mercados querem ir. É mostrar que hoje é necessário ter um misto do presencial com o digital. É não esquecer que precisa haver uma mentalidade de equipe e uma disposição para inovar e entender os fatores críticos de sucesso. Diante dessas circunstâncias, precisamos ter pragmatismo, flexibilidade e mudança de espírito."

Como Nizan Guanaes disse recentemente em uma entrevista, acerca desse contexto de pandemia, as empresas que serão lembradas, quando uma normalidade se restabelecer, não serão necessariamente as que estão trazendo soluções agora, mas principalmente as que vêm sabendo, com empatia, se colocar no lugar de seus clientes.

Conheça a Fera

NOVA
Jeti Tauro H3300 UHS LED

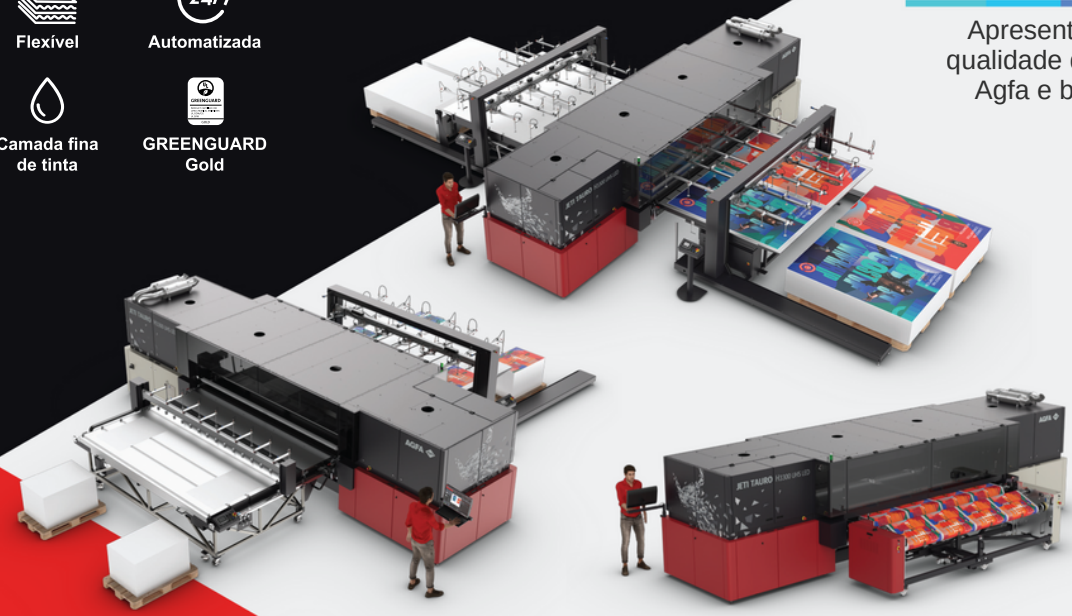
A impressora jato de tinta mais rápida do mercado!

Robusta. Rápida. Imparável.

- Veloz
- Flexível
- Automatizada
- Premiada
- Camada fina de tinta
- GREENGUARD Gold

Ideal para impressão de papelão ondulado.

Apresenta a renomada qualidade de imagem da Agfa e baixo consumo de tinta.



Equipamento híbrido e com automação avançada para produção de Sign&Display 24 horas por dia, 7 dias por semana.

Conta com o software de fluxo de trabalho Asanti da Agfa, que controla e automatiza todo o processo de impressão.

#CountOnUs

AGFA



JULIAN TONIOLI

INVESTIDOR

Definir corretamente as partes que cabem a cada sócio é

FUNDAMENTAL PARA O DESLANCHE DAS STARTUPS

É muito comum o conceito de que "todos devem fazer de tudo", no começo de uma startup. A afirmação é correta em sua essência, porque espera-se que em uma empresa deste tipo, todos estejam dispostos a sair de suas áreas e atividades específicas e possam colaborar com o negócio no que for necessário. Entretanto, isso não significa que não deve existir, desde o início, uma divisão clara das responsabilidades de cada um dos sócios fundadores para com o negócio, preferencialmente alinhada com as suas habilidades e competências. Até porque, é esse conjunto que norteou a participação do sócio na sociedade.

Aliás, problemas decorrentes da não divisão de responsabilidades claras entre sócios, são temas comuns em empresas de quaisquer tamanhos e, nas empresas maiores, muitas vezes são a fonte de desentendimentos entre sócios, términos de sociedade ou mesmo de má performance da organização como um todo.

Tendo esse conjunto de coisas em mente: (i) que os sócios de uma startup têm habilidades e competências específicas, que são os ativos que eles aportam na sociedade e (ii) que a falta de divisão de responsabilidades é um problema estrutural a ser resolvido para evitar problemas no futuro, imaginamos um modelo de distribuição de Equity (participação acionária) em uma startup que leva em conta essas duas questões e pode ser empregado de forma objetiva na definição do papel de cada sócio, seu impacto para a sociedade e, ao mesmo tempo, o benefício e o prêmio econômico gerado para o sócio.

Para os efeitos deste artigo, entenderemos Equity como o conceito relacionado ao meio empresarial e a participação dos shareholders de uma empresa. Nesse sentido, Equity é entendido como a parcela que corresponde a cada um dos sócios de uma companhia.
A distribuição de Equity pode ser uma boa estratégia para impulsionar o crescimento das organizações, motivando seus sócios a buscarem resultados cada vez melhores.

Em uma das mais importantes pesquisas sobre o assunto, realizada pelo Instituto Rutgers, da Universidade de Nova Jersey, nos EUA, foi possível identificar que as empresas que compartilharam Equity com seus colaboradores têm 25% mais chances de permanecer no mercado, além de obter uma melhora da produtividade de cerca de 5% ao ano, e aumento das vendas em até 2,4% anuais. .

Entretanto, como frequentemente acontece, o desgaste gerado no processo de divisão do Equity pode gerar conflitos entre os sócios e acabar minando as possibilidades de sucesso do empreendimento. Nas empresas já consolidadas, por exemplo, a distribuição do Equity entre os seus sócios já está consolidada e a inclusão, ou não, de outras pessoas, tipicamente envolve operações de compra e venda entre os sócios ou investimentos de terceiros (não vamos abordar aqui os planos de stock option e partnership, que visam incluir colaboradores no quadro acionário da companhia como uma forma de retenção, recompensa e incentivo de longo prazo; deixaremos isso para um artigo futuro).

Porém, nos casos das empresas que estão iniciando as suas atividades, a distribuição do Equity pode ser um pouco mais complexa, pelas diferentes participações dos seus sócios e, sobretudo, pelo seu potencial de crescimento no mercado onde elas (as empresas) estão atuando. Portanto, é fundamental realizar a distribuição do Equity através de uma metodologia que possibilite a todos os associados participarem e entenderem a avaliação das respectivas partes, de

forma clara e justa. Dessa forma, propomos um modelo de atribuição bastante simples e muito útil nestes casos. Vejamos como funciona:

1. **Separe a contribuição para o Equity em duas grandes variáveis: dinheiro (50%) e contribuição na forma de trabalho (50%);**

2. **No caso monetário, a participação é binária - dos 50%, cada sócio recebe Equity proporcional ao valor investido no negócio. Se nenhum entrou com capital, então a divisão aqui é proporcional;**

3. **Agora, vamos à segunda variável: força de trabalho.**

A primeira coisa é listar todas as áreas de negócio (funções) da empresa e pedir que cada um dos sócios dê notas relativas da maior importância para a menor importância para cada uma dessas áreas. A ideia é que, se forem 5 áreas, temos notas de 1 a 5, sendo 5 a de maior importância e 1 a de menor importância na visão daquele sócio. Uma vez que todos os sócios repitam o processo, você terá um conjunto total de notas e terá uma soma de notas para cada função da empresa. Isso definirá a importância relativa daquela função para o negócio, na visão coletiva dos sócios.

Por exemplo, supondo que foram elencadas três áreas principais da empresa, de notas de 1 a 3; cinco áreas, notas de 1 a 5, e assim sucessivamente. Após isso, some as notas relativas a cada área e divida pelo total de notas atribuídas somadas. No caso, se a área de vendas totalizar sete de um total de 15, então você divide sete por 15 e obterá o peso relativo de importância daquela área, no caso, 0,4667 = 46,67%. Agora, com essa definição cabe aos sócios definirem qual o papel de cada um na sociedade e, ao fazê-lo, aquele sócio recebe a participação que foi definida de acordo com esse método de distribuição.

Longe de ser perfeito, esse modelo tende a objetivar as discussões relativas às participações dos sócios com base no valor gerado por eles para a sociedade e evita uma discussão "igual" de participações. Por mais que possa parecer justa, divisões iguais dificilmente capturam a realidade pois, nos médios e longos prazos, as contribuições dos sócios não são iguais e as importâncias das áreas tampouco são idênticas, no que se refere ao sucesso do negócio.

Assim, no final do dia, o que é "aparentemente simples e justo", vira uma armadilha de desalinhamento entre a percepção de valor das pessoas e o valor efetivamente percebido por elas, o que é uma das principais causas e raiz dos conflitos societários.

Conheça todas
as vantagens
e benefícios
da iR 1643iF

Canon iR 1643iF

Garanta mais agilidade de impressão, software de ponta e serviço inteligente.

A impressora Canon iR 1643iF tem ganhado mercado atendendo as necessidades de empresas que possuem pouco espaço, mas que precisam de uma solução completa e com um preço atrativo.

Entre os benefícios Canon iR 1643iF destacamos a agilidade, o sistema workflow, a alta memória, o scanner colorido com leitura do documento frente e verso de forma simultânea, entre outras funções extremamente intuitivas em sua tela touch screen.



Canon



ANDREA DIETRICH

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

Como vai ficará o marketing depois da PANDEMIA

Um resumo do artigo para a Harvard Business Review

Se tem uma coisa que podemos afirmar, em um cenário pós pandemia, é que a forma de fazer marketing definitivamente mudou. Concorda?

Não temos mais espaço para aqueles discursos egocentrados, para promessas e propósitos bonitos mas sem sustentação e para um olhar puramente de vendas.

A pandemia nos empurrou ainda mais para marcas de geração de valor, de pensamento coletivo, de relacionamentos verdadeiros e transparentes. E trouxe mais desafios para uma atuação ainda mais segmentada, personalizada e antecipada com os clientes, e uma nova forma de trabalhar. Foi-se o tempo dos mega planejamentos orçamentários anuais e entrega de jobs, e entra o novo formato de entrega de valor e constante.

1

ANTES: O MARKETING COMEÇA COM O CONHECIMENTO DO CLIENTE.

AGORA: O MARKETING COMEÇA COM O CONHECIMENTO DO SEU SEGMENTO DE CLIENTES.

A criação de uma conexão pessoal e humana, em qualquer mensagem comercial, requer a definição de segmentos de consumidores que descrevam as pessoas de acordo com várias dimensões que influenciam o seu comportamento de compra, desde a sua psicografia, até características de atitude.

Dica: use ferramentas poderosas como segmentação de clientes, personas e jornada do cliente.

2

ANTES: VOCÊ ESTÁ COMPETINDO COM SEUS CONCORRENTES.

AGORA: VOCÊ ESTÁ COMPETINDO COM A ÚLTIMA MELHOR EXPERIÊNCIA QUE O SEU CLIENTE TEVE.

O cliente espera muito mais do que apenas uma transação digital perfeita. Agora que as empresas têm seus dados pessoais, elas desejam experiências antecipatórias e personalizadas em toda a jornada do cliente.

Dica: inclua um KPI de experiência do cliente para toda a organização, crie a base certa de dados e integre metas de áreas como marketing, vendas e atendimento ao cliente.

3

ANTES: OS CLIENTES ESPERAM QUE VOCÊ TENHA O QUE DESEJAM.

AGORA: OS CLIENTES ESPERAM QUE VOCÊ TENHA EXATAMENTE O QUE DESEJAM.

A criação dessas experiências hiper personalizadas, exige que as empresas coloquem dados e tecnologia no centro de sua organização. Porque os dados nos permitem criar experiências mais relevantes em uma ou mais dimensões dos quatro Cs: Conteúdo, Comércio, Comunidade e Conveniência.

4

ANTES: RELACIONAMENTOS SÃO IMPORTANTES.

AGORA: RELACIONAMENTOS SÃO TUDO.

A Covid-19 colocou uma nova ênfase nos relacionamentos, especialmente

nas vendas B2B. Diante de um ambiente de vendas virtual, as equipes capitalizaram a força de seus vínculos anteriores e a prospecção de novos clientes exigiu habilidades focadas na venda de soluções, não de produtos.

A confiança será construida por aqueles que ouvirem as necessidades dos clientes e, em seguida, criarem soluções para atender a essas necessidades.

5

ANTES: AGILIDADE É UM PROCESSO DE TECNOLOGIA.

AGORA: AGILIDADE É UMA ABORDAGEM DE MARKETING MODERNA.

O resultado feliz da crise, foi criar uma mentalidade de agilidade de marketing que, provavelmente, será permanente. Isso inclui a escuta contínua do consumidores e a detecção da demanda, não apenas para o benefício do marketing, mas para que toda a empresa capture o espírito do consumidor. Enquanto isso, operacionalmente, também significa ciclos de decisão mais rápidos e mais flexibilidade em áreas-chave como criação, orçamento e mídia.

6

ANTES: SUA MARCA DEVE ESTAR POR TRÁS DE ÓTIMOS PRODUTOS.

AGORA: SUA MARCA DEVE APOIAR GRANDES VALORES.

Embora a qualidade, a conveniência e o preço ainda sejam muito importantes para a escolha do consumidor, fatores como sustentabilidade, confiança, fornecimento ético e responsabilidade social são cada vez mais importantes para a forma como os consumidores selecionam seus produtos e serviços.

E você? O que acha desses pontos?



Kornit Digital
bonding matters

“GO WITH DIGITAL, GROW WITH DIGITAL”.



Kornit
Presto

ENTENDA O CONCEITO "MICROFACTORY" E REVOLUCIONE A PRODUÇÃO, SOB DEMANDA.

Kornit Presto é a solução industrial ideal para impressão digital sob demanda, com tecnologia de tintas pigmentadas diretamente em tecidos dos mais variados tipos. Um passo único de produção sem a necessidade de pré-tratar ou lavar os tecidos. Gaste menos tempo imprimindo e mais tempo criando designs personalizados. Junte-se às principais empresas do mundo na revolução têxtil. Novas práticas e consciência ecológica com Kornit Presto!



Learn more at Kornit.com/AM/Presto



SHANA WAJNTRAUB

COMUNICAÇÃO

8 estratégias de uma COMUNICAÇÃO DE IMPACTO

Uma comunicação online bem feita decide o rumo dos negócios. Em tempos corridos, de estresse e tanta informação, o nosso nível atencional está baixo, portanto precisamos ser atrativos e assertivos em nossa fala.

Seja em reuniões, apresentações, webinars, live, Clubhouse ou Instagram. Não importa o canal e a rede, o online foi potencializado. Mas, será que nos preparamos para isso? Certamente que não, apenas nos adaptamos. E, como sempre podemos melhorar a nossa comunicação, preparamos aqui

1. Roteiro: como podemos elaborá-lo?

Antes de elaborar o roteiro, lembre-se de ser assertivo e realizar um bom diagnóstico. Sendo assim, responda a estas perguntas-chave: Quem são as pessoas? Qual é o nível de informação que elas possuem? O que esperam? Qual é o objetivo principal? Qual é o contexto? Quanto tempo eu tenho?

Na sequência, você elabora o roteiro: como será sua saudação? Como você introduzirá o conteúdo para a sua audiência? É importante, aqui, colocar uma isca, que chamamos de Linha Mestra. Quais "gatilhos" você usará, nos momentos certos, para interagir com o público? As mensagens que você, definitivamente, não pode esquecer de passar? E como você concluirá, bem como a Call To Action?

2. Organização do ambiente

Preste atenção no fundo e no enquadramento da transmissão. Procure organizar o ambiente onde vai apresentar o evento e garantir que todos os elementos necessários estejam em mãos. Deixe o fundo mais amplo, se possível, com a sensação de profundidade.

3. Iluminação

Utilize uma fonte de luz em direção ao seu rosto, mas evite o excesso.

4. Sua imagem

Coloque uma roupa apropriada ao público. Opte por roupas mais discretas e com contraste com o seu fundo. Evite usar brilho.

5. Som e áudio

Opte por fones de ouvido ou headsets para entrada e saída do áudio. Sabe por quê? O áudio do computador como microfone pode captar interferências externas, além de sons vindos do próprio computador.

6. Na hora marcada, inicie

Olhe para a câmera como se estivesse conversando diretamente com os espectadores. Esse é um ponto crucial, pois aqui criamos conexão com o outro. Quando for pensar no que falar, evite olhar para cima. Continue olhando para a câmera. E, se você tiver dificuldades de fixar na câmera, uma estratégia possível é colar um Post-it próximo à câmera, para lembrar que as pessoas estão do outro lado.

7. Você conhece os elementos da comunicação de alto impacto?

Uma comunicação de impacto é até mais importante nos eventos digitais, pois são recursos para manter a conexão com o público. A linguagem corporal é observada e pode ser capaz de comunicar mais do que a voz. Por isso, esteja com o corpo ereto, de cabeça erguida. É importante que a

câmera esteja na mesma altura dos seus olhos. O modo de gesticulação é muito importante. Acenar com a cabeça positivamente é um dos gestos de reforço mais eficazes que existem. Ter amplitude e velocidade nos movimentos com os braços é vital no momento de se expressar.

O uso das mãos deve ser treinado, pois, na maior parte dos casos, não estamos habituados a usá-las na frente do computador. Você pode utilizá-las tanto para mostrar momentos de quantificação (na vertical) quanto de sequência de ideias (na horizontal). Outro ponto é a expressão facial: treine as suas expressões faciais no espelho, utilize as sobrancelhas, transmita pelo olhar o "gosto" ou a "paixão" pelo que está falando.

Quanto ao volume da sua voz, pense em um rádio! Se ficar alto, é desagradável; se ficar baixo, também. O ideal, portanto, é alternar o volume sem perder a energia e dando ênfase aos pontos mais importantes.

O próximo recurso é a pausa de dois a três segundos entre argumentos. A pausa é tão sagrada quanto os intervalos entre as notas musicais que compõem uma melodia. Proporciona harmonia, clareza e movimento no discurso e, principalmente, ela ajuda a evitar os vícios de linguagem. Lembre-se de criar sintonia com o seu público!

Demonstre vulnerabilidade, alguma dificuldade real superada. Utilize o storytelling, que é a capacidade de contar histórias de maneira relevante, conforme o seu objetivo e os interesses do público.

8. E, por último, mantenha a calma



Você é um canal de comunicação. Sim, parece simples, mas é fundamental manter a calma e seguir o que foi programado. Apresente com clareza e naturalidade. Não deixe que nada interfira na sua capacidade de comunicação nem modifique a sua postura, fala e tom de voz.



GRANDES NOMES DA PROPAGANDA

100% DIGITAL

Nosso conteúdo está disponível 24 horas em:

grandesnomesdapropaganda.com.br

/portalgnp @ProgramaGNP

P&D Comunicação

CONTATO

APOIO:

futurelab bureau de tecnologia

SQUAD360

adstream



ALFREDO SOARES

#BORAVENDER

Como a **NETFLIX** mantêm você pagando?

Você já parou pra pensar que mesmo com diversas opções de serviços de streaming no mercado, você nunca cogitou parar de pagar a Netflix?

Isso acontece porque a empresa virou a chave para sair do mercado de streaming para se tornar uma produtora de conteúdo. Dessa forma ela cria um catálogo de produções próprias, que mesmo demandando orçamentos absurdos, permite ofertar um plano de assinatura acessível que atrai e mantém a retenção dos assinantes, e essa retenção é que gera os lucros bizarros que estamos acostumados.

Essa estratégia, de fazer mais conteúdos próprios no nosso país, tem como intenção manter o usuário por mais tempo na plataforma, porque ele vai esperar a temporada nova da série que ele curte pra p*rra e dali 2 meses vai lançar a nova temporada de outra série f*da, dessa forma o cliente nunca sai da base, porque se não, ele perde esse conteúdo.

Isso faz com que o usuário permaneça no plano de assinatura e dificilmente cancele, como outros exemplos que temos por aí, onde o plano é cancelado após o usuário ver especificamente aquilo que quer, porque não tem mais nada que interesse ou não tem outro lançamento interessante a curto prazo.

O diretor de conteúdo da Netflix Brasil, Adrien Muselet, fala que essa estratégia de operação funciona mundialmente, pois eles analisam, através de dados de audiência, o que mais funciona em cada país, e no perfil de cada usuário, conforme as suas buscas. O cara fala que a sacada de produções originais e locais geram lucros decisivos pra fazer com que a empresa continue operando dessa forma, e que o desafio maior é manter uma diversidade de produções pra encaixar no perfil de cada usuário.

Aí que entram duas coisas que venho falando por aqui: primeiro que toda a empresa deve ser uma empresa de conteúdo, porque é isso que engaja o público e, segundo de se conectar com o cliente de forma personalizada. É essa conexão que permite você entender o que o seu cliente busca e espera, criando um vínculo mais profundo dele com a sua marca.



toda a empresa deve ser uma empresa de conteúdo, porque é isso que engaja o público



Moda e empreendedorismo, o business digital do #GAROTASESTÚPIDAS

É inegável a importância da internet para o mercado da Moda. No Brasil, há 15 anos atrás Camila Coutinho lançava o Garotas Estúpidas e, junto com ele, todo um conceito do que viria a ser a profissão blogueira no futuro. Poucas pessoas poderiam explicar melhor o que é um business digital do que ela. Neste artigo Camila conta a sua experiência, desde quando ela começou com isso, aos 18 anos, até o lançamento de sua marca de beleza agora, aos 33.

As redes sociais têm o benefício incrível de pulverizar narrativas, o que pode ser tanto uma bênção quanto uma maldição. É uma bênção pois todos têm voz, mas é uma maldição porque nem todos deveriam falar sobre tudo. O mundo mudou drasticamente nos últimos 15 anos, Camila é um ótimo exemplo de conceitos que foram construídos nesse período e precisam ser desconstruídos agora, como uso de Photoshop, vergonha do próprio corpo, etc.

Nos últimos anos o preconceito com o termo “blogueira” diminuiu bastante, Camila relata que, esteve tão focada em seu próprio negócio, que acabou passando, não percebendo todos os momentos de preconceito que vivenciou, embora tenha presenciado alguns, tanto por ser uma empreendedora da internet, quanto por ser nordestina.

Camila conta que começou o blog aos 18 como uma brincadeira, e foi o seu pai que a incentivou a levar isso a sério. Esse mercado de influenciadores, de comunicação e moda mudou muito na última década, então, Camila ressalta o quanto precisou se adaptar muito rápido. Ela conta, por exemplo, que a primeira vez que foi na Fashion Week de Paris, notou que precisava mudar o estilo e se preocupar com looks, porque as influenciadoras estão na primeira fila, tiram fotos, não poderia mais ir de jeans e camiseta.

A dica principal para quem está começando agora em digital busin ess é ser o mais original possível, pode ser que a sua esquisitice seja o seu grande trunfo.

A perfeição é muito cansativa, mantenha em mente que ninguém sabe tudo e todos temos conhecimento em comum.

As redes sociais precisam ser consumidas com muita clareza, ele é feito para viciar, é preciso entender como elas funcionam. É muito importante reconhecer os seus feitos e se afastar um pouco das mídias sociais ou do celular.

Não é mentalmente saudável que seu primeiro e último estímulo do dia seja o celular. As pessoas precisam se blindar e raciocinar os seus sentimentos. Não controlamos o que sentimos, mas controlamos o que pensamos e os nossos sentimentos vêm no nosso pensamento. Lembre-se de não comparar o seu bastidor com o palco dos outros, para qual caminho você vai.

NETWORKING

Camila sempre teve uma boa inteligência social, que foi uma habilidade desenvolvida ao longo dos anos. O principal conselho que Camila



dá para aqueles que precisam desenvolver essa skill e aumentar networking é, respeite a hierarquia, mas lembre-se que somos todos humanos, sempre há caminho para a conexão. Ela relata que está sempre disponível, atenta, e pede para que você seja sempre verdadeiro para que as pessoas confiem em você. O networking tem um timing, você não pode gastar o tempo dos outros porque elas cansarão de você.

Qualquer empreendedor precisa de uma organização mínima, mas a maioria das pessoas que trabalham com criatividade acabam sendo um pouco desorganizadas, Camila aprendeu a usar isso ao seu favor: ela mantem a decisão final do seu negócio, mas delega e confia bastante na equipe.

Na internet, o relacionamento é muito importante, é muito difícil chegar em algum lugar sem Collab. Então, confiar nas pessoas que atuam no seu nicho, principalmente, nas pessoas que trabalham com você, é muito importante. Sempre haverá pessoas de quem você não gosta, mas é preciso compartimentar, saber que algumas pessoas são amigas e outras são pessoas com quem você tem que conviver.

relacionamento é muito importante

A CULTURA DO CANCELAMENTO

A cultura do cancelamento existe, mas as pessoas não perdem a carreira por conta disso, então a cultura existe, mas não é efetiva. Trump é um grande exemplo disso, mesmo que ele tenha sido cancelado ainda tem muito apoio daqueles que gostam dele. Temos alguns exemplos de pessoas que cometeram alguns erros e conseguiram voltar bem, como Gabriela Pugliesi, que foi a exemplificação de um comportamento que, naquela época, era muito reprovado, e conseguiu lidar com isso muito bem.

As pessoas que estão nas redes sociais usam as fofocas para se inserirem na sociedade, acreditam que consumir esse tipo de conteúdo as transforma em pessoas cultas, o que não é necessariamente verdade. As vidas são tão sobrecarregadas, que quando sobra algum tempo, elas querem estar anestesiadas e inseridas em um grupo, o que potencializa essa cultura de cancelamento, muitas vezes com informação incompleta ou falsa.

Para quebrar esse ciclo, é importantíssimo romper a própria bolha, conhecer e interagir com pessoas de outras áreas, que gostem de outros filmes, músicas, séries, livros, etc. Quando você se permite expandir a sua visão de referências, a sua chance de cair nessa cilada reduz bastante.

#artfixcomvoce

27 ANOS ANOS DE EXPERIÊNCIA



Investimos em processos e tecnologias para que você tenha mais tempo.

Com você, Comunicação Visual.

www.artfix.com.br
Central de Atendimento: 11 5098 3434

ARTFIX®

Construir experiências únicas é a missão de quem trabalha com sonhos.

A história da Agaxtur viagens é também o início da história do turismo no Brasil. E hoje, ao longo de **mais de 67 anos de tradição**, a Agaxtur preserva sua história com excelência e oferece, com modernidade e qualidade inigualável, o prazer de viajar aos seus passageiros. Consulte-nos, aponte seu celular para o QR Code abaixo e escolha como quer ser atendido!



AGAXTUR VIAGENS

www.agaxturviagens.com.br