

EBOOK

Revolução Digital



A imersão digital no mundo pós-pandemia já começou

Novos hábitos, valores e objetivos já estão fazendo parte do cotidiano das pessoas, empresas e poder público. A atitude de compreender rapidamente essa realidade será primordial para os atuais e futuros negócios.

Em um artigo para o jornal britânico Financial Times denominado “O mundo depois do coronavírus”, Yuval Noah Harari, doutor em história pela Universidade de Oxford e autor de Sapiens, uma breve história da humanidade, afirma que “as decisões tomadas pelas pessoas e pelos governos na atual crise global provavelmente moldarão o mundo nos próximos anos.”

Segundo Harari, hoje as pessoas entram em contato umas com as outras por meio de seus smartphones, seus computadores e um número crescen-

te de decisões sobre nossas vidas são tomadas por esses instrumentos. “Mas em vinte ou trinta anos, a tecnologia contida em um smartphone poderá ser inserida diretamente em nossos cérebros por meio de eletrodos e sensores biométricos, monitorando o que está acontecendo dentro do corpo e do cérebro em todos os momentos. Podendo confiar no poder desses computadores e algoritmos, nos deixaremos guiar cada vez mais por eles, que assim se tornarão partes integrantes de nós mesmos”.

Enquanto isso ainda não acontece, entender que a crise pandêmica, por mais dura que pareça, é também uma oportunidade de crescimento pessoal e profissional é questão de sobrevivência. Quem se planejou desde o início desse momento conturbado faz parte de um seleto grupo que deseja ser capacidade de oferecer respostas rápidas às transformações.



Um caminho repleto de desafios

Há pouco mais de um ano após a declaração de pandemia de coronavírus pela [OMS \(Organização Mundial da Saúde\)](#), os números de contaminações e óbitos bateram recordes, comprovando que não podemos ignorar que o mundo realmente está em plena transformação e que a importância da ciência, tecnologia e inovação é vital para nossa sobrevivência e desenvolvimento.

Nesse período, enquanto algumas empresas pareceram abraçar às mudanças trazidas pela pandemia, outras relutaram para manter suas atividades parecidas com as que tinham antes, na tentativa de encaixá-las ao “novo normal”.

Quem optou por acompanhar essa transformação, entendeu que não há outra alternativa senão aceitar que essas mudanças poderão perdurar no tempo, mesmo pós-pandemia. O cenário atual tem como pano de fundo a tecnologia e a imersão digital.

Revolução digital

Hoje, se humanidade está no ápice de mais um processo evolutivo, justamente quem o abraçou, ou está tentando abraçar as mudanças que essa evolução nos apresenta, tem muito mais chances de conseguir superar as dificuldades do cenário atual. Empresas, que a cada dia se tornam mais arrojadas frente ao cliente, entenderam que a revolução digital não é algo pontual, mas que seguirá nos proporcionando oportunidades de negócio incríveis.

Grandes crises globais acabam impactando todas as áreas. No cenário atual estão surgindo oportunidades para as pessoas se reinventarem de uma forma que nunca existiu antes, graças à internet. No passado não tínhamos todos esses recursos tecnológicos e nem tanta informação disponível e acessível para grande parte da população. Vamos entender isso mais a fundo.



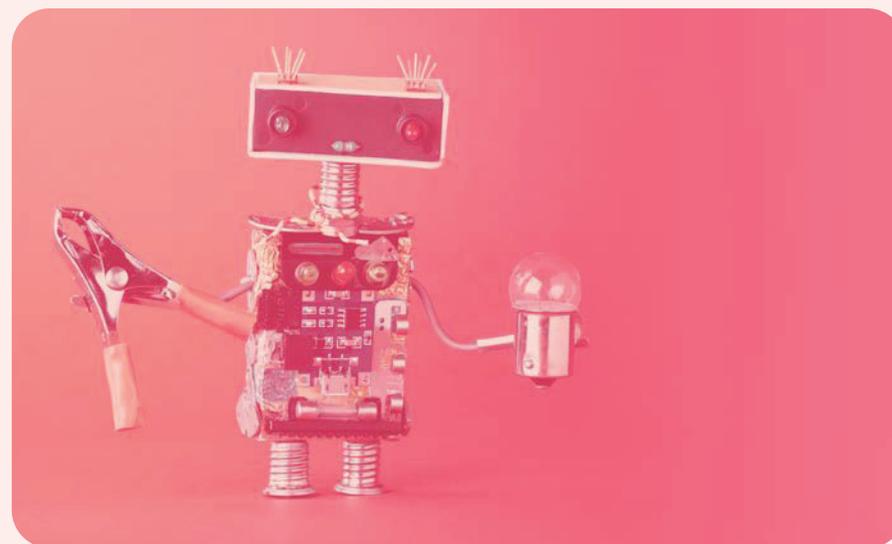
Bem-vindo(a) à Era da Digitalização

Atualmente estamos passando pela Revolução Digital, que teve o seu início no Brasil lá pela década de 60, com a expansão dos computadores digitais, mais acelerada, obrigando muitas **empresas a se digitalizarem** e buscarem a internet, do dia para a noite, para poderem sobreviver.

O WhatsApp, o **YouTube** e as **mídias sociais** que antes eram vistas como **aplicativos** de entretenimento, hoje são ferramentas indispensáveis para o **mundo dos negócios**, impactando tanto as estratégias de marketing, como a comunicação com clientes e a negociação de produtos e serviços por meio dos chats online nas mais variadas plataformas.

Existe uma tendência muito forte daqui para frente de que todas as **empresas sejam digitais** ou, no mínimo, que dependam fortemente do **digital** para existir. As empresas já não sobreviverão mais com os modelos tradicionais, que funcionam apenas na base da **prospecção ativa** e da **propaganda boca a boca**.

Hoje, o que tem funcionado bem em termos de **marketing digital** é o marketing de atração e a velha propaganda boca a boca, que também é muito forte em ambiente totalmente **online**.



O mercado de trabalho e o futuro das profissões

Apesar do mercado ainda estar tentando entender o futuro do trabalho, é inevitável que automação seja a grande vilã da geração global de mão de obra e renda. Posições de trabalho em indústrias, supermercados e estacionamentos já foram bastante reduzidas na última década e com a situação atual o número pode crescer drasticamente nos próximos anos.

O especialista em **Futuro do Trabalho e economista**, Gabriel Pinto, em entrevista ao Jornal da Manhã, afirmou que a pandemia está acelerando ainda mais as mudanças que já vinham acontecendo no perfil da mão de obra de trabalho.

Cerca de 60% das profissões estão em risco devido à transformação digital, segundo um estudo do **Laboratório do Futuro**.

“Essas mudanças rumo a uma economia cada vez mais digital vão desde intensificação do uso de aplicativos de entregas de comidas, até o home office e o teletrabalho.”

Gabriel Pinto



Gabriel Pinto falou também sobre o agravante da IA (Inteligência Artificial), que vem ocupando cada vez mais os empregos dos trabalhadores, o que coloca ainda mais em risco o futuro das profissões. Um dos setores que já está sendo bastante impactado pela é o de telemarketing, que tem **chance de 98%** de ser extinto dentro dos próximos anos. Isso deverá impactar **cerca de 500 mil profissionais no Brasil**. As ligações telefônicas de bancos e de empresas de telefonias já têm sido realizadas em grande parte por robôs de inteligência artificial. Quem nunca recebeu uma?

Portanto, agora mais do que nunca “é a hora da população buscar a requalificação da mão de obra para poder encarar o mercado de trabalho cada vez mais digital”, é o que afirma Gabriel Pinto.

Confira a entrevista completa com o especialista:

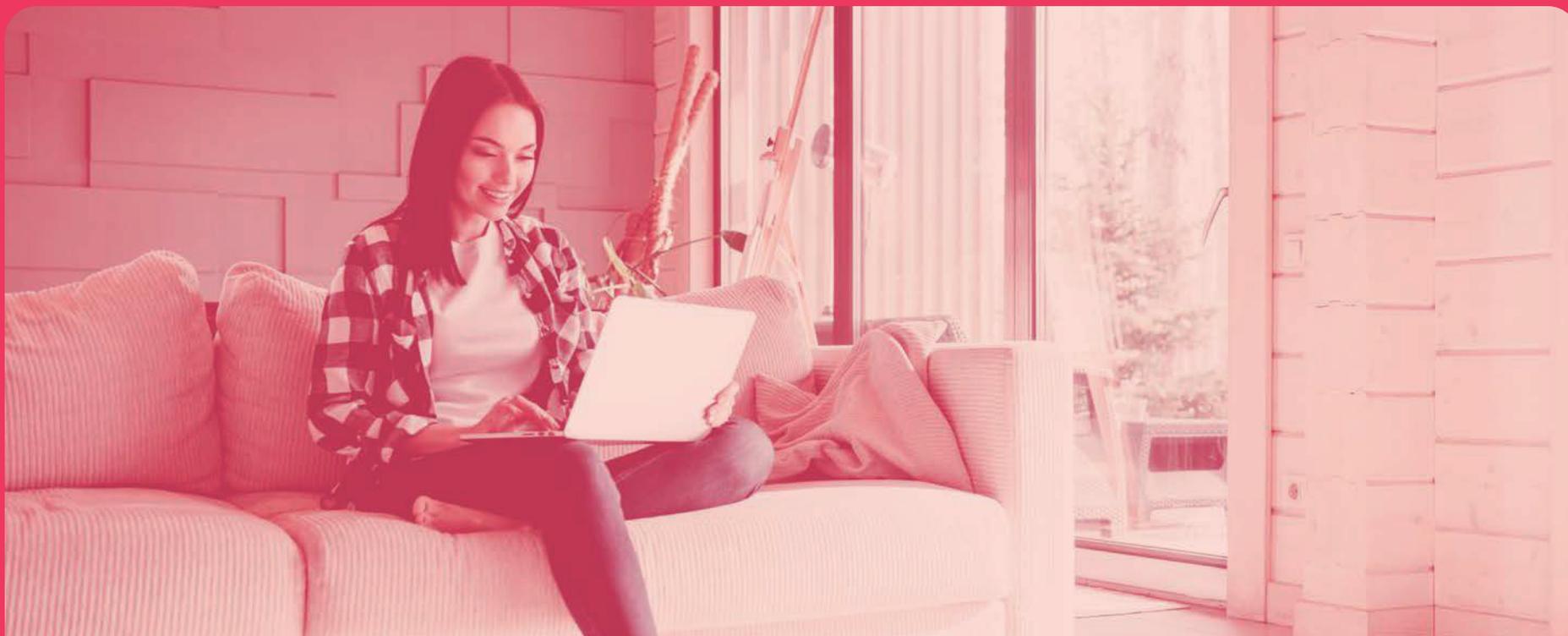


Medidas emergenciais ou tendências?



O que estamos vivendo hoje está trazendo uma série de medidas para nos adaptarmos a uma nova realidade. Estamos aprendendo a nos comunicar melhor por vídeos, realizar reuniões, **assistir a aulas, cursos, praticar exercícios**, fazer yoga e muito dessa cultura gerada durante a quarentena vem para ficar.

O **home office** inicialmente foi uma medida emergencial, mas muitas pessoas estão pegando gosto pelo novo **estilo de vida**. As empresas estão se dando conta de que podem **reduzir custos** desta forma e muitos profissionais estão percebendo que podem trabalhar de qualquer lugar e muitas vezes serem até mais produtivos.



Há também muitas pessoas se adaptando para **treinar em casa** e talvez não voltem mais para as academias. Para os psicólogos e nutricionistas que antes era um tabu **atender online**, agora já é uma realidade possível.

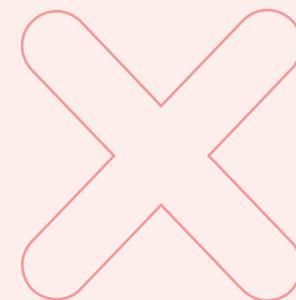
E é aí que surgem as **oportunidades de empreender** ou de **reinventar o seu negócio**. Não se deve olhar apenas para o momento presente, mas sim para o futuro, para prever como será **o mundo após a pandemia** e entender quais dessas mudanças estão vindo para ficar.

Isso serve tanto para **donos de empresas, profissionais autônomos**, para quem **está desempregado** ou qualquer pessoa que esteja pensando em **empreender por meio da internet**.

O velho ditado já diz que, durante as **crises**, o dinheiro não deixa de existir, ele apenas troca de mãos. E se você não parou para olhar as oportunidades que estão surgindo, talvez agora seja a hora de começar a se adaptar a esta nova realidade, rein-

ventar o seu negócio, ou, até mesmo, colocar um novo projeto em prática.

Quer exemplos práticos? Vamos lá.



Grandes empresas e profissionais autônomos já estão se digitalizando. Chegou a sua hora!

Iniciativas privadas

A Magazine Luíza antecipou o lançamento da plataforma Magalu para pequenos comerciantes venderem seus produtos e para profissionais autônomos ganharem comissões. O projeto estava previsto para ser lançado em cinco meses, mas foi concluído em apenas cinco dias no final de março, para apoiar a economia durante o período da pandemia.

E isso é só o começo do que está por vir, mas já é um grande passo na evolução do nosso sistema burocrático.

Iniciativas públicas

Um exemplo que merece destaque, é o do Instituto Nacional do Seguro Social (INSS), que já passou a exercer alguns serviços de forma remota por causa do Covid-19. O governo federal e os bancos públicos disponibilizaram um aplicativo para a solicitação do auxílio emergencial à população mais prejudicada pela quarentena.

Como se reinventar

Não importa se você vende **produtos** ou oferece **serviços**. Na maioria das vezes, há sempre uma forma de se adaptar para o mundo digital:



1. Para quem está pensando em empreender neste momento

Se você está **desempregado** ou está buscando uma forma de **ganhar dinheiro** através da **internet**, uma tendência que vale a pena ficar de olho são os **infoprodutos**. A ideia é **transformar o seu conhecimento em produto** — e melhor de tudo, com **bai-xíssimo investimento**. Um levantamento do Google mostra que a procura por cursos à distância na plataforma teve um **aumento de 130%** nas últimas semanas.



A **Hotmart** possui o **'Desafio 30 dias'**, que ensina gratuitamente, por meio de videoaulas, como planejar, estruturar, roteirizar, gravar, lançar e vender um curso em apenas um mês. Hoje existem cursos **EAD** nos mais variados segmentos e preços. Mesmo que você decida vender o seu conhecimento por um valor simbólico, o alcance e o retorno que pode ter a longo prazo são bastante escaláveis. Principalmente, se você se dedicar em estudar estratégias de **marketing digital** para vender mais e fazer o negócio acontecer.





Vamos supor que você saiba fazer bolo, adestrar cães, surfar, jogar xadrez, tocar algum instrumento, por que não ensinar isso online? E se você não souber o que ensinar, com certeza conhece alguém que saiba algo e você pode criar uma **sociedade** e **vender** esse conhecimento por meio de **cursos EAD**.



Caso ainda assim você não encontre algum conhecimento que possa ser transformado em **produto**, ainda há a possibilidade de **trabalhar** com **programas de afiliados**, no qual você revende produtos digitais de outras pessoas e ainda ganha **comissões bastante generosas**.

Infoproduto é apenas um exemplo. O que é importante destacar, é que existem possibilidades de empreender digitalmente nos mais diversos segmentos e para públicos variados.





Um Case **interessante**

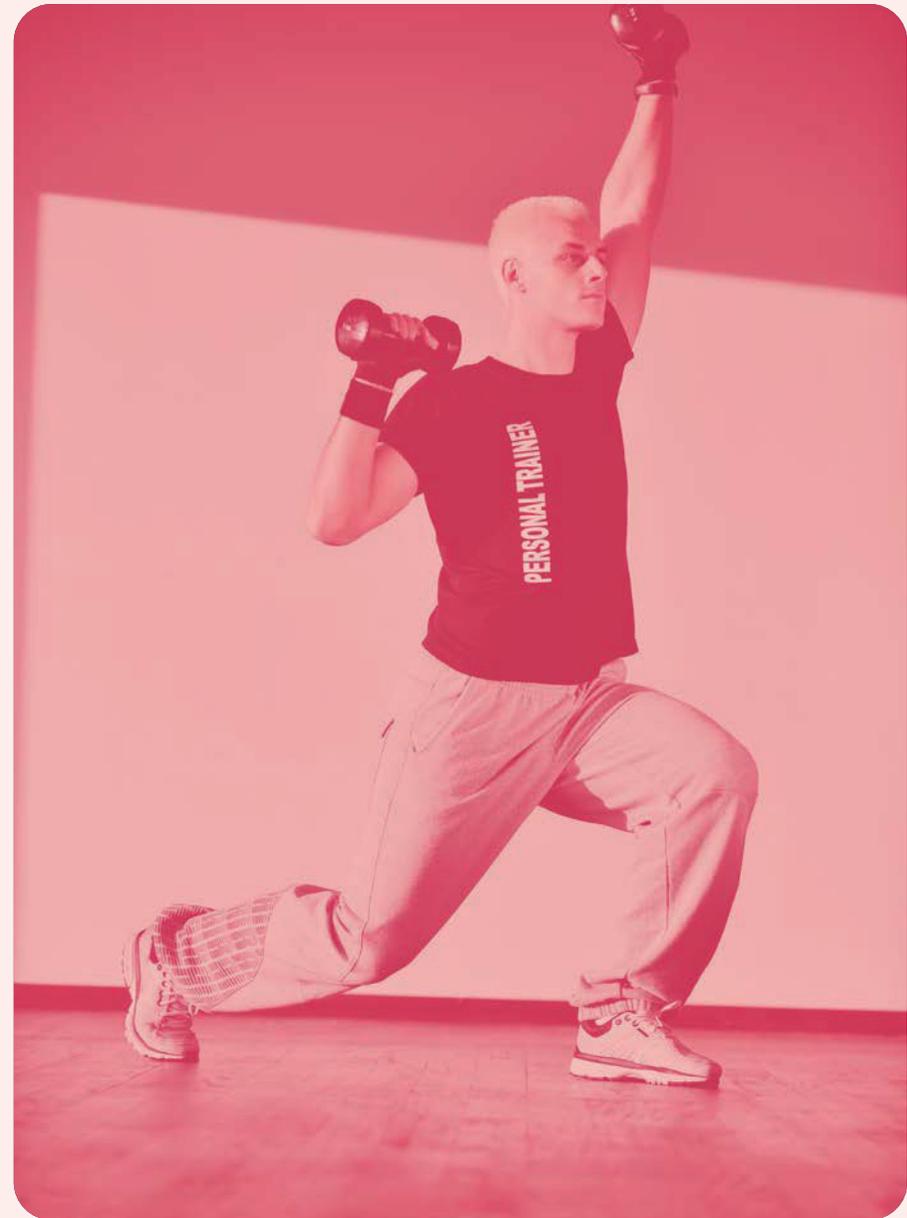
Um case interessante, pensando nas oportunidades citadas acima é de uma diarista que foi dispensada dos serviços. Para manter a renda, montou grupos no **WhatsApp** com a intenção de orientar as donas de casa sobre como organizar e manter a casa limpa. Muitas delas antes tinham empregadas e agora estão se obrigando a se virar. Desta forma, a diarista conseguiu manter os seus ganhos mensais cobrando **R\$ 29,90** de cada pessoa.



2. Para profissionais autônomos

A maioria dos **profissionais autônomos** foi bastante afetada pela **quarentena**. E, por isso, é hora de repensar totalmente a forma de **ganhar dinheiro**. Se você é **personal trainer**, por exemplo, que tal vender **treinos online**?

Para quem trabalhava com **eventos**, é hora de olhar para os **eventos online**. A maioria dos que não foram adiados ou cancelados estão acontecendo em **ambiente digital** e da mesma forma que no **mundo offline**, precisam de alguém para planejar, organizar, divulgar e principalmente dar suporte durante o acontecimento.



3. Para quem já tem empresa

Agora é o momento de fortalecer o **relacionamento com o seu público**, seja por meio de **emails, WhatsApp** ou nas **redes sociais**. É importante comunicar como você está trabalhando, dizer quais cuidados está tomando na produção e na entrega dos produtos, ou que está **atendendo online** no caso de serviços.

No caso de **produtos**, vale a pena olhar para os **grandes marketplaces** e, até mesmo, considerar desenvolver a própria **loja virtual**. No caso de ramos alimentícios, os aplicativos de entregas têm sido uma excelente alternativa.

Além disso, o que mais posso fazer?

Para quem já tem um negócio, é fundamental **reduzir os custos** desnecessários e, caso precise, aproveitar as **taxas baixíssimas de empréstimos** que os **bancos** estão oferecendo. Vale a pena também aproveitar os **benefícios do governo** para evitar o máximo possível **demitir colaboradores**.

Uma sacada interessantíssima para o ramo de **serviços** é tentar **antecipar vendas** para o final do ano ou até para o ano que vem com **preços atrativos**. O objetivo é **continuar faturando**, mesmo que a **margem de lucro seja menor**. Neste momento, o mais importante é fazer o seu negócio se manter ativo mesmo durante o período de quarentena.



E o Marketing Digital neste momento?

É muito comum em momentos como estes as empresas cortarem o **marketing**, quando o que se deve fazer é justamente ao contrário.

É importante reduzir gastos supérfluos sim, mas o investimento em mídia na Era da Digitalização se mostra indispensável, já que o **marketing e as vendas** andam cada vez mais juntas.



Mantenha a geração de oportunidades de vendas

A geração de uma base de contatos de potenciais clientes é fundamental na era da digitalização. Observamos que as empresas que já tinham uma presença digital bem consolidada nas mídias sociais, um mailing de clientes significativo, tanto de contatos de e-mails, como WhatsApps, foram as que tiveram mais facilidade para se adaptar no início da quarentena, pois puderam comunicar aos seus clientes o seu novo modelo de atendimento e vendas.

Quem fechou as portas do dia para a noite sem ter o contato de quem já atendia, sem nenhuma presença em mídias sociais ou ranqueamento nos resultados do Google, ficou de mãos atadas. Por isso, é muito importante manter a lista de contatos de clientes atualizada e continuar fomentando novos potenciais, seja através de seu site, ou anúncio patrocinado para que você crie um processo de vendas recorrentes a médio e longo prazo.

Leia também:

Estratégias para capturar leads e construir um bom mailing



Quem está investindo em marketing agora, após a **crise**, terá maiores chances de sair ainda mais fortalecido. É muito importante manter a geração das **oportunidades de negócios**, mesmo que você não **venda** para esses ***leads** ou potenciais **clientes** hoje. Está é uma forma de criar ou aumentar o seu **mailing**, de se relacionar com eles e garantir **vendas futuras**.

**Leads: são potenciais clientes que se cadastram em seu site ou anúncios patrocinados e deixam seus e-mails em troca de alguma informação de valor.*



Invista no Marketing de Atração

Quando falamos em **Marketing de Atração**, Marketing de Conteúdo ou Inbound Marketing, entendemos que se alguém passa a conhecer a sua empresa hoje, é bem provável que ela ainda não esteja pronta para comprar o seu **produto ou serviço**.

É preciso **agregar valor ao seu negócio**, nutri-la de informações pelos mais diversos **canais online**, mostrar benefícios, cases ou resultados, até que ela sinta confiança no seu **negócio** e esteja realmente pronta para **comprar** o que você oferece

Leia também:

[Como divulgar uma empresa na internet: dicas para 2020](#)



Uma vantagem de **anunciar em momentos de crise** é que, dependendo do segmento, há menos empresas anunciando e isso favorece a **otimização da estratégia**. Dessa forma, é possível **gerar mais resultados** com menos investimento. Além disso, com a quarentena, o uso da internet apresentou um crescimento de 40% nas últimas semanas, o que aumenta ainda mais as chances de visibilidade para o seu negócio no meio digital.

O comportamento do consumidor já mudou e está mudando a cada dia. A procura por opções online vai muito além do delivery. As graduações EAD, serviços financeiros digitais, cursos livres, e-commerce, entre outros foram extremamente impulsionados no ano que passou. Algumas mudanças que já estavam previstas para acontecer nos próximos anos foram adiantadas. Nova soluções deverão surgir todos os dias para sanar dúvidas da sua persona e de seu público-alvo.

Leia também:

*Persona e público-alvo:
entenda a diferença*



Você não está sozinho!

O momento é o de incertezas, mas o recado que quero deixar é que mesmo com uma **crise mundial** acontecendo, existem oportunidades para se **reinventar**, principalmente por meio da internet. É fundamental observar as mudanças de comportamento que estão acontecendo e entender que **mundo dos negócios nunca mais será o mesmo após esta pandemia**. Nosso desafio agora é ficar de olho nas **oportunidades de negócios** que estão surgindo e agir logo, mas com bastante cautela.

Por isso, busque ser **otimista**, **estudar o mercado** para entender como o seu **público** e o seu segmento estão se comportando durante a **pandemia**. É importante se manter cercado de boas informações, **assistir lives** e **webinars** sobre **empreendedorismo** para ajudar a fomentar **boas ideias**.

Não se esqueça de fortalecer a sua **rede de networking**, participar de **grupos de WhatsApp** para trocar experiências com **outros empreendedores** para encontrar alternativas para o seu **negócio**. Quando tudo isso passar, aqueles que se manterem dedicados saíram ainda mais fortes.

Quer fazer parte da revolução digital? Clique no link abaixo e se cadastre para solicitar a participação em nosso grupo do WhatsApp:

QUERO SOLICITAR

Leia também: [Os 5 passos fundamentais para atrair prosperidade no empreendedorismo](#)



Quem sou eu:

Formada em Comunicação Social, trabalha com Marketing Digital há mais de 10 anos e é sócia na Agência Envoy desde 2017. Tem como principal objetivo ajudar as empresas a crescerem por meio da internet e ajudar pessoas a empreenderem no meio digital.

Quero bater um papo de 30 minutos com você sobre o futuro do SEU NEGÓCIO. Clique no link abaixo e reserve um espaço na minha agenda:

QUERO RESERVAR

Aguardo o seu contato!



Talita Bridum

Sócia e Especialista em Estratégias
e Operações na Agência Envoy

