



PERNAMBUCANAS

LANÇA CLUBE DE VANTAGENS



TRENDS
POT

HOUSECRICKET

INFORMAÇÃO PONTO A PONTO.

EDIÇÃO 12/2018



TRE
NDSPOT

HOUSECRICKET

O **TrendSpot** é um informativo periódico da **HouseCricket** que reúne as principais **tendências** e **destaques** sobre como as marcas estão utilizando a **comunicação dirigida** para se relacionarem com seus clientes. Aqui você vai conhecer cases de sucesso, mecânicas diferenciadas, novidades do mercado e muito mais.

Clique no "+" para entender melhor cada seção. E clique no título das matérias para vê-las por completo.

PERNAMBUCANAS

LANÇA
CLUBE DE
VANTAGENS



NOVIDADES

ESPECIAL

RADAR

TECNOLOGIA

COMUNICAÇÃO

DE OLHO NA FIDELIZAÇÃO,
PERNAMBUCANAS LANÇA
CLUBE DE VANTAGENS

PERNAMBUCANAS

Para comemorar seus 110 anos, a **Pernambucanas lançou seu Clube de Vantagens Prime.**

Os participantes têm benefícios nas 332 lojas físicas da marca e nas plataformas digitais.



MECÂNICA

- **O programa está disponível para clientes que já têm o Cartão Pernambucanas.** Para se associar o cliente paga uma anuidade de R\$ 60. A inscrição é feita no aplicativo da marca ou nos tablets disponíveis nas lojas físicas. O cliente passa a contar com benefícios que não estão atrelados à mecânica de pontuação.



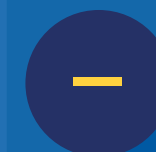
BENEFÍCIOS

- Frete grátis para compras feitas pelos canais digitais.
- Fila exclusiva nas lojas físicas.
- Maior prazo para pagamento.
- Desconto progressivo aplicado em compras feitas nas plataformas digitais.
- Cupons de desconto para o e-commerce.
- Descontos exclusivos em parceiros.
- Sorteios mensais de R\$ 10 mil.



PONTOS POSITIVOS

- Vários benefícios atrelados às compras on-line.



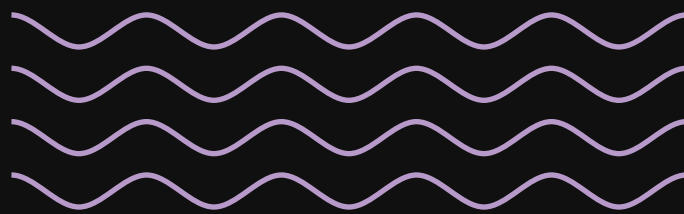
PONTOS NEGATIVOS

- Disponível apenas para quem já tem cartão da loja.
- Cobra anuidade.
- Todos os participantes contam com os mesmos benefícios.



O lançamento do programa tem como objetivo estreitar o relacionamento com o cliente, como explica o CEO da empresa, Sérgio Borriello: **“A Pernambucanas mantém uma relação muito próxima com os clientes. Há 110 anos, a rede se dedica a atender às necessidades das famílias e evoluir junto com elas. Como resultado dessa trajetória, criamos o Clube de Vantagens para estarmos ainda mais próximos e oferecer vantagens que realmente façam a diferença”.**

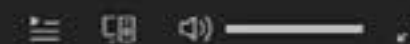
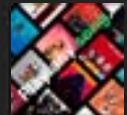
SPOTIFY ESTÁ TESTANDO TIMELINE
NO ESTILO REDE SOCIAL



SPOTIFY ESTÁ TESTANDO TIMELINE NO ESTILO REDE SOCIAL

O Spotify está testando com alguns usuários uma atualização que mostra um **feed com as últimas novidades referentes aos artistas** seguidos por eles. **O objetivo é trazer um novo meio de conectar os artistas aos seus fãs,** além de tornar os anúncios menos incisivos (já que eles são atualmente feitos por meio de notificações aos usuários).

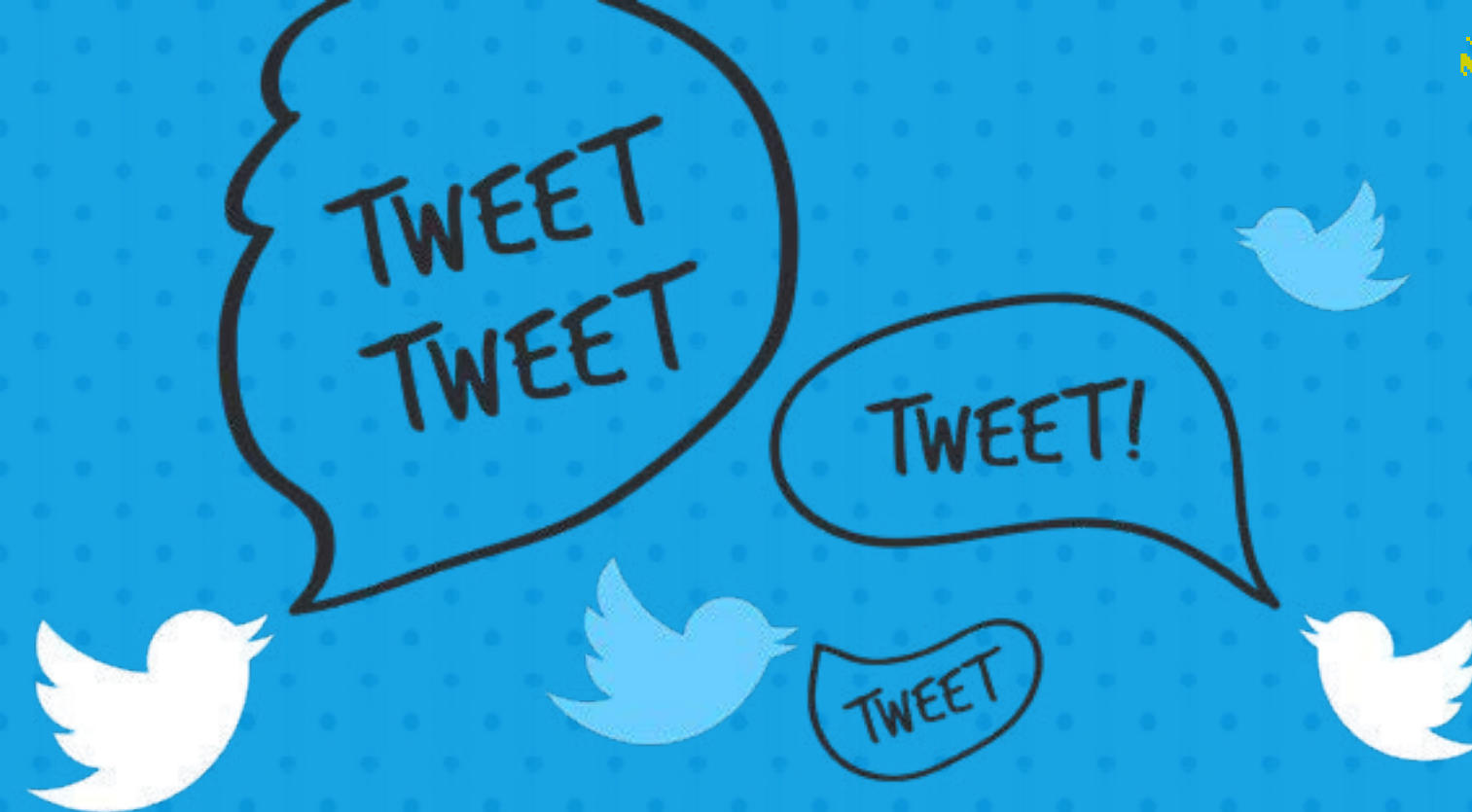
Dessa maneira, o Spotify está, cada vez mais, **transformando-se em uma plataforma interativa,** e não só um simples serviço de streaming. Ao se adaptar às novas necessidades do usuário, a plataforma se mantém relevante e **umenta as chances de melhorar o relacionamento com os usuários.**



TWITTER TERÁ PÁGINAS TEMPORÁRIAS
PARA DEBATER PROGRAMAS DE TV

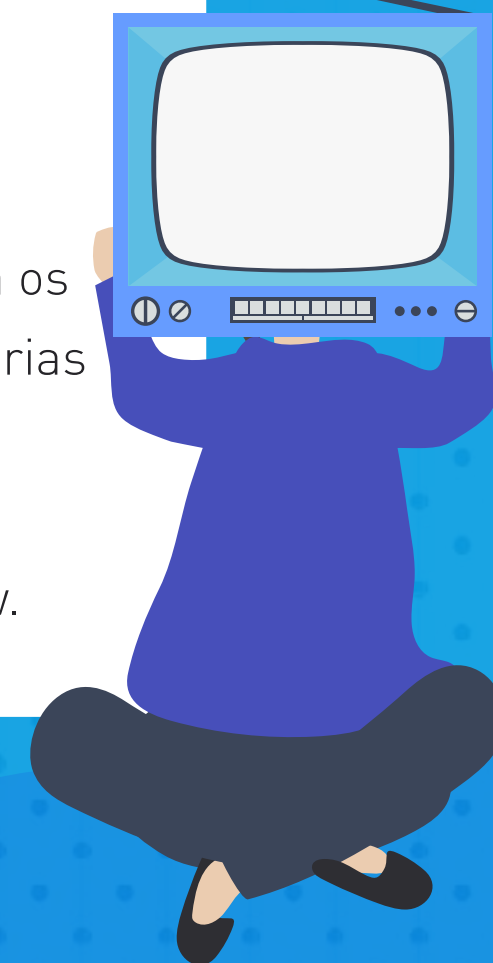


Atualmente, o Twitter já é usado por muitos para comentar em tempo real grandes eventos, como a Copa do Mundo ou as Olimpíadas. Para os heavy users, principalmente, já é tradição **usar a plataforma como segunda tela para publicar opiniões e se envolver em debates sobre programas de TV, novelas etc.** Observando esse comportamento, o site lançou uma novidade para otimizar essa experiência.



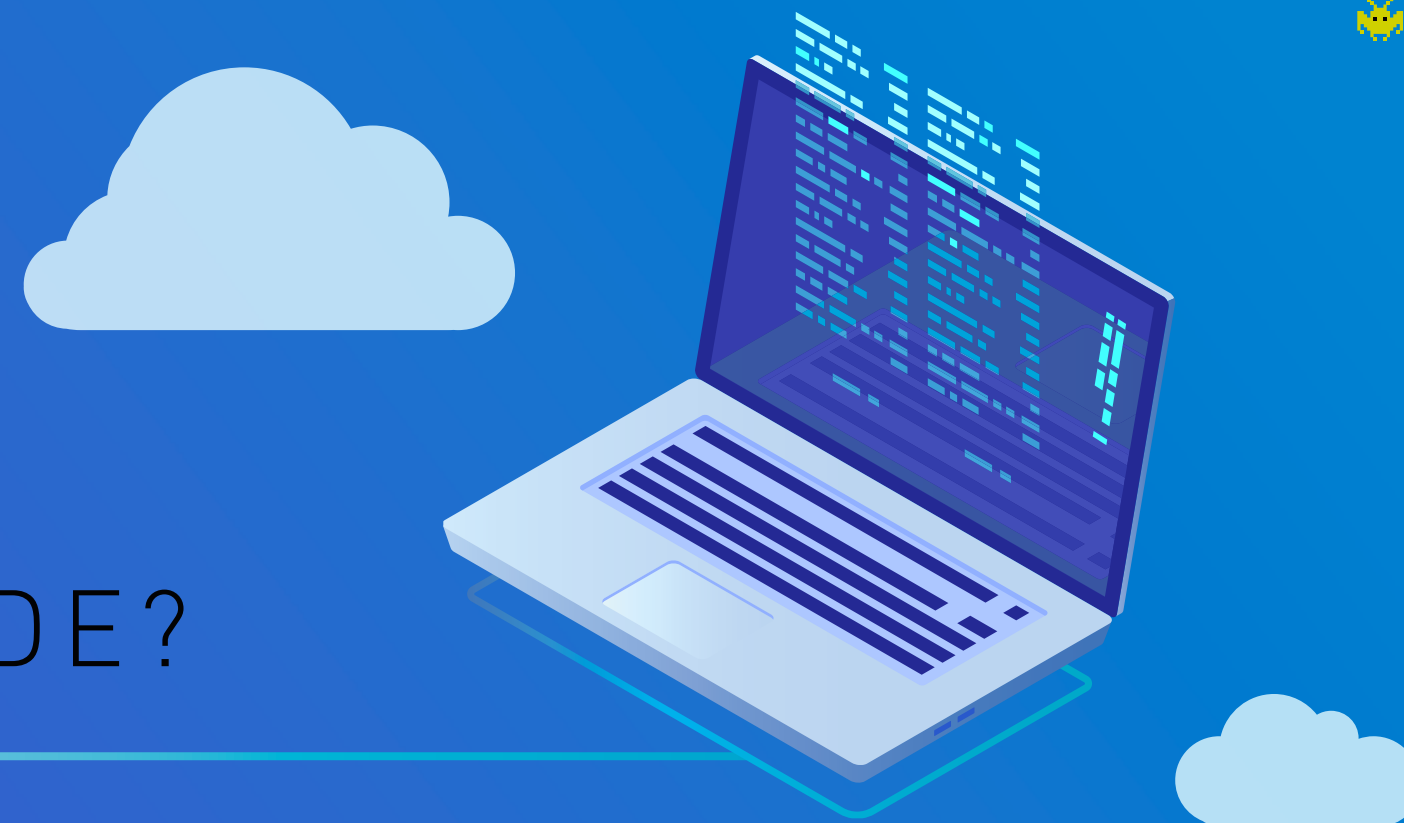
A ideia é que, **meia hora antes do início de certo programa, surja na aba “Explorar” uma página própria para os comentários dos usuários,** que ficará no ar até meia hora após o término do programa.

A ferramenta já está em funcionamento para os programas A Fazenda, Dancing Brasil, De Férias Com o Ex, Domingão do Faustão, Fantástico, Globo Esporte, Jornal Nacional, Masterchef: profissionais, Segundo Sol, TVZ e Vídeo Show.



COLETA DE DADOS: PERSONALIZAÇÃO
OU INVASÃO DE PRIVACIDADE?

COLETA DE DADOS: PERSONALIZAÇÃO OU INVASÃO DE PRIVACIDADE?



Apesar de a coleta de dados não ser mais algo feito em sigilo, **as plataformas continuam testando novas formas de saber mais sobre seus usuários**. Por um lado, a Apple começou a permitir que alguns usuários baixem os dados coletados sobre eles, podendo alterá-los, excluí-los ou desativá-los permanentemente. Indo na direção contrária, o Facebook começou a testar um recurso que dá acesso à localização do usuário por meio de dados coletados no Instagram, mesmo se você não estiver usando ativamente o aplicativo. **O objetivo seria veicular**

anúncios mais personalizados de acordo com a localização de cada um. Tim Cook, presidente-executivo da Apple, criticou o uso de dados do Facebook quando a empresa foi investigada por uso indevido, alegando que a Apple “não estaria nessa situação”, já que mantém dados criptografados apenas para melhorar as sugestões de produto para seus usuários. O presidente-executivo do Facebook, Mark Zuckerberg, por sua vez, chamou os comentários de Cook de “extremamente simplórios”.

COLETA DE DADOS: PERSONALIZAÇÃO
OU INVASÃO DE PRIVACIDADE?

COLETA DE DADOS: PERSONALIZAÇÃO OU INVASÃO DE PRIVACIDADE?

A gigante de e-commerce Alibaba segue o mesmo caminho do Facebook, compartilhando com companhias interessadas os dados de seus usuários, que podem ajudar a mostrar o perfil do consumidor que a marca deseja atingir e até criar novos produtos que atendam às suas demandas. A empresa já foi criticada por marcas que alegaram que ela tornou a busca por seus produtos mais difícil depois que se recusaram a assinar parcerias exclusivas. Por outro lado, há casos de sucesso, como o da Unilever: **depois que os pesquisadores de dados da Alibaba perceberam uma demanda crescente por produtos de higiene pessoal que combatem os efeitos da poluição e a falta de opções de produtos de preço mediano, a Unilever lançou uma linha de preço acessível, testando os produtos na própria plataforma.**

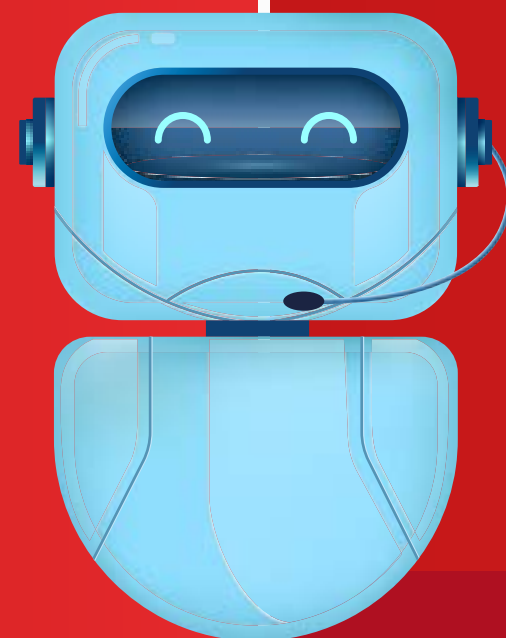
É preciso, acima de tudo, manter a honestidade.

O mesmo usuário que preza pela sua privacidade também demanda cada vez mais anúncios e produtos que se relacionam à sua personalidade e gostos pessoais.

O caminho é manter a transparência no uso de dados para que essas informações sejam exploradas, acima de tudo, com o objetivo de encantar o público-alvo. Assim, algo atualmente visto como negativo pode ser usado para gerar uma inteligência que vai, no fim das contas, melhorar a vida do consumidor.

JOHNSON & JOHNSON LANÇA
O PRIMEIRO CONSULTOR ARTIFICIAL
PARA CUIDADOS COM A PELE

Johnson & Johnson
LANÇA
**O PRIMEIRO
CONSULTOR
ARTIFICIAL**
PARA CUIDADOS
COM A PELE



O BEAUTY CARE INDICA OS PRODUTOS MAIS ADEQUADOS PARA CADA TIPO DE PELE POR MEIO DE UM QUIZ EM TEMPO REAL.

Neutrogena e Neostrata, marcas de cuidados com a pele da Johnson & Johnson, inovaram mais uma vez com **o lançamento de um móvel inteligente que tem a tecnologia “Lift and Learn”**, um

sistema que identifica os produtos que o consumidor tem em mãos e o informa sobre sua composição, benefícios e modos de uso. Além disso, um **cronograma de cuidados faciais personalizado é sugerido, identificando as**

necessidades específicas de cada comprador por meio de um quiz que traz perguntas simples como: “Qual é o seu tipo de pele?”, “Você usa maquiagem?”, “Tem acne?” e “Tem marcas de expressão?”

OLÁ!

QUER SABER
O QUE SUA PELE
PRECISA?

A novidade foi desenvolvida para minimizar as dúvidas dos consumidores no momento da compra, trazendo soluções tecnológicas, inovadoras e personalizadas, além de fortalecer os pontos de vendas das marcas de beleza da Johnson & Johnson.

JOHNSON & JOHNSON LANÇA
O PRIMEIRO CONSULTOR ARTIFICIAL
PARA CUIDADOS COM A PELE

Johnson & Johnson



*“Para gerar uma percepção diferenciada na hora da compra, mais de 180 móveis foram trocados no período de um ano, o que gerou um crescimento de 22% nas vendas. Até o final de 2018, **mais de 500 lojas serão impactadas por essas mudanças.**”*

SANDRINO VEJAR, grouper de Marketing de Beauty da Johnson & Johnson Consumo.

Por que investir
em tecnologia
no PDV?

Uma pesquisa desenvolvida pelo Google Reports (2018) relatou que **57% das consumidoras buscam marcas que ofereçam soluções que atendem às suas necessidades** e 50% consideram as marcas que demonstram experiências reais e diversificadas. Dessa forma, **ações que buscam fortalecer a relação de confiança com os consumidores** vêm ganhando mais espaço nas prateleiras dos pontos de venda.

COMO ENCANTAR
OS CONSUMIDORES
ALÉM DAS GÔNDOLAS?

COMO ENCANTAR OS CONSUMIDORES ALÉM DAS GÔNDOLAS?

Investimentos em Omnichannel podem fazer com que relação com ponto de venda seja extraordinária.

Com a viabilização de realidade virtual e outras ferramentas de inteligência artificial em diversos segmentos da comunicação, **hoje é possível que as marcas se relacionem com seus clientes de forma interativa**, estendendo a experiência de compra para além das prateleiras. Foi assim que o ponto de venda ganhou proporções nunca antes vistas na história do consumo, **proporcionando momentos únicos e personalizados para cada segmento** e nicho desejados.

O termo PDV também ficou mais abrangente. Isso porque, com amplas possibilidades de impactar os consumidores, é impossível limitar a venda para um único lugar. Seja no shopping, na rua, na internet ou em um festival, **a comunicação integrada pode agregar ainda mais valor na decisão de compra do público-alvo**. A novidade vem sendo foco de investimentos de grandes empresas, como Facebook, Google e Samsung.



COMO ENCANTAR
OS CONSUMIDORES
ALÉM DAS GÔNDOLAS?

COMO O PDV PODE MUDAR A EXPERIÊNCIA DE COMPRA?

As lojas deixaram de ser apenas pontos de venda de produtos para se tornar um ambiente de experiência, em que o cliente pode tocar virtualmente os produtos, movimentá-los, obter informações, checar a opinião de outras pessoas e ainda realizar a compra. Toda essa dinâmica envolve ainda outras tendências, como gôndola infinita, marketing de proximidade e consultores treinados para estimular a experimentação em um atendimento personalizado e interativo.



O BOTICÁRIO LANÇARÁ A PRIMEIRA FRAGRÂNCIA DESENVOLVIDA COM INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

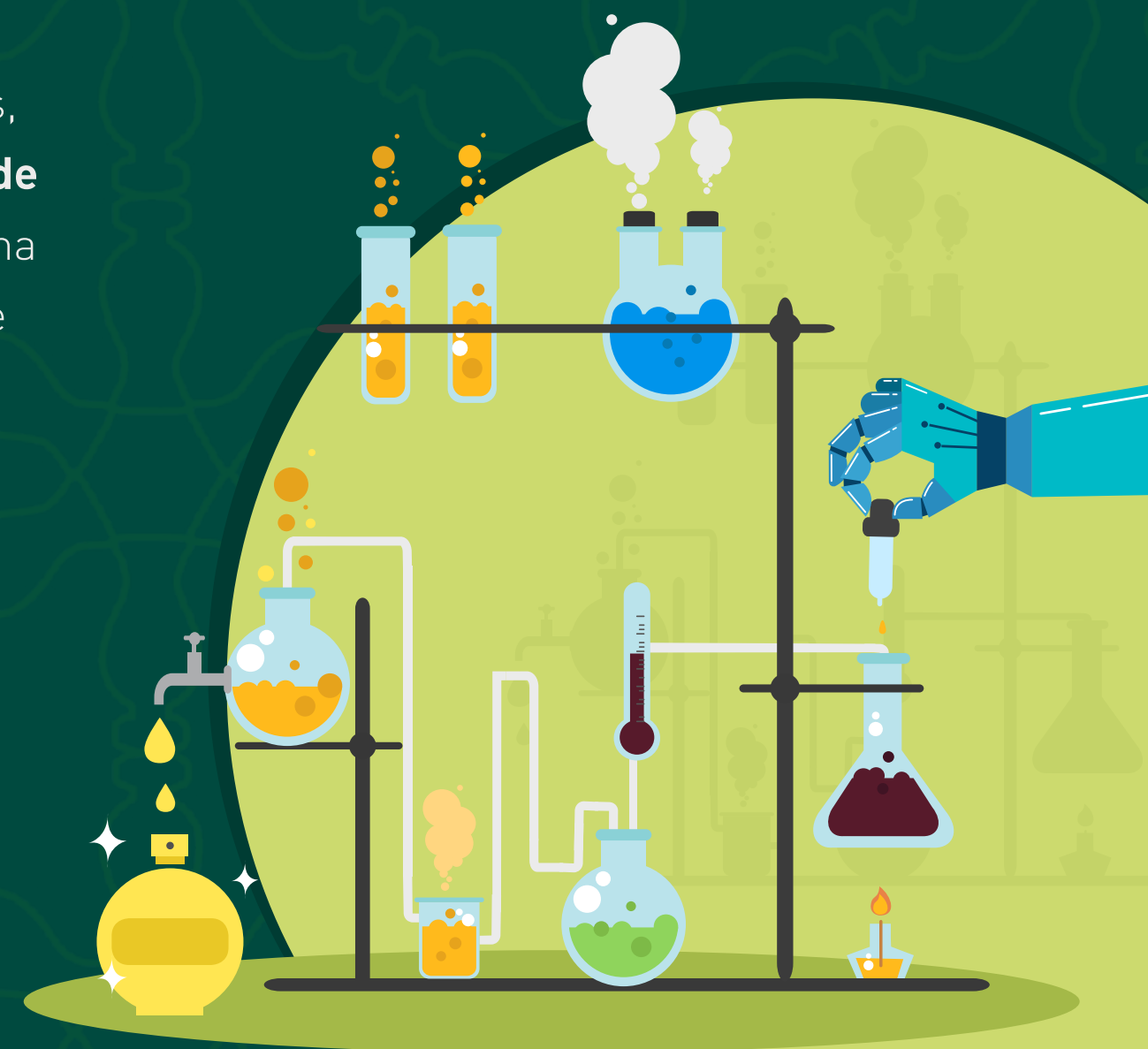
O Boticário lançará a **PRIMEIRA FRAGRÂNCIA** desenvolvida com **INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL**

Nome, embalagem e outras **características** do produto **serão revelados em 2019**.

Serão duas novas fragrâncias com componentes de frutas, flores, doces, especiarias, madeiras e até pepino. **Elas foram especialmente desenvolvidas com IA pelo time de Pesquisa e Desenvolvimento do Grupo Boticário, que teve o auxílio da Symrise**, uma das mais renomadas casas de fragrância do mundo, e da IBM Research, empresa de análise automatizada para identificação de padrões e novas combinações.

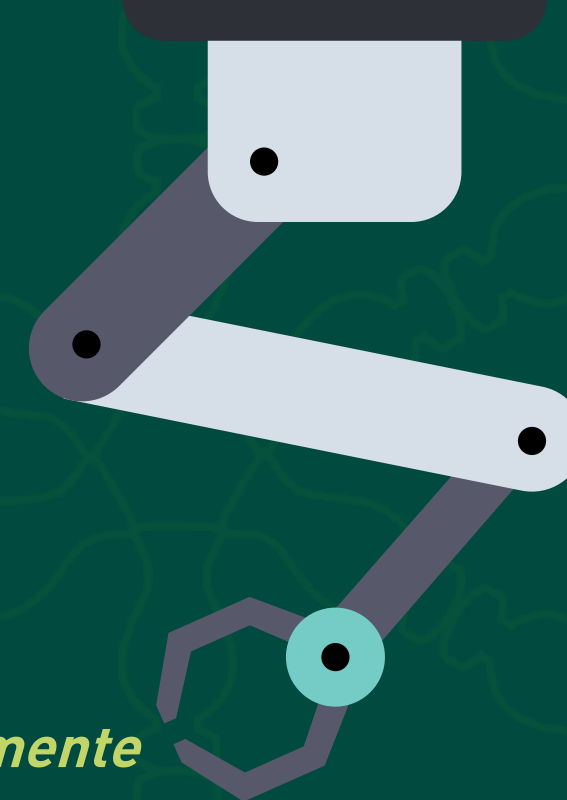
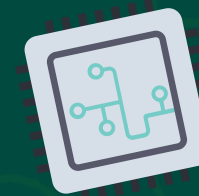
“O que parecia uma combinação totalmente improvável resultou em fragrâncias que surpreenderam até mesmo a nossa equipe e que só precisaram do nosso toque final no Boticário para ficarem totalmente prontas. É a alquimia perfeita entre homem e máquina, traduzida em perfumaria.”

Jean Bueno, gerente de perfumaria da companhia paranaense.



O BOTICÁRIO LANÇARÁ A PRIMEIRA FRAGRÂNCIA DESENVOLVIDA COM INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Como a
**INTELIGÊNCIA
ARTIFICIAL**
vai mudar
o **FUTURO**
das indústrias?



*“A inteligência artificial certamente vai otimizar muito o desenvolvimento e permitir que o time de marketing e de P&D na indústria se dediquem muito mais às **combinações finais**, concluindo a fragrância que chegará ao consumidor.”* afirma Tiago Martinello, gerente de Pesquisas e Desenvolvimento do Grupo Boticário.



DEZ TENDÊNCIAS TECNOLÓGICAS
PARA SEREM EXPLORADAS EM 2019

10 TENDÊNCIAS TECNOLÓGICAS PARA SEREM EXPLORADAS EM 2019

Tecnologia autônoma,
como robôs e drones,
estão entre as principais.

Segundo o vice-presidente do Gartner, David Cearley, o efeito combinatório de **múltiplas tendências que se unem para produzir novas oportunidades e gerar novas rupturas é uma marca registrada das dez principais tendências tecnológicas estratégicas do Gartner para 2019.**

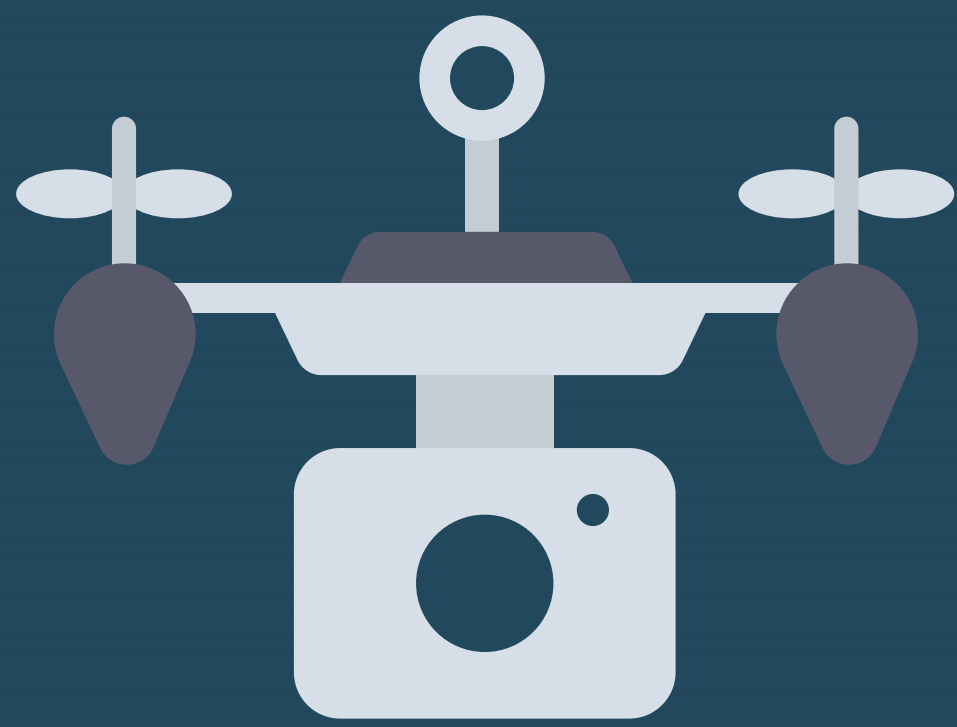
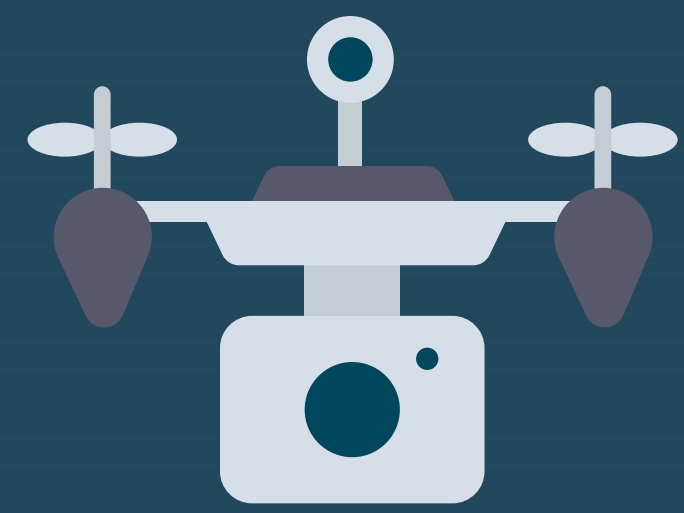
A consultoria define o que está começando a sair de um estado emergente para um impacto e uso mais amplo, garantindo o estado contínuo de inovação. Confira, a seguir, as principais tendências que vão fazer a diferença no mercado em 2019.

DEZ TENDÊNCIAS TECNOLÓGICAS
PARA SEREM EXPLORADAS EM 2019

TECNOLOGIA AUTÔNOMA

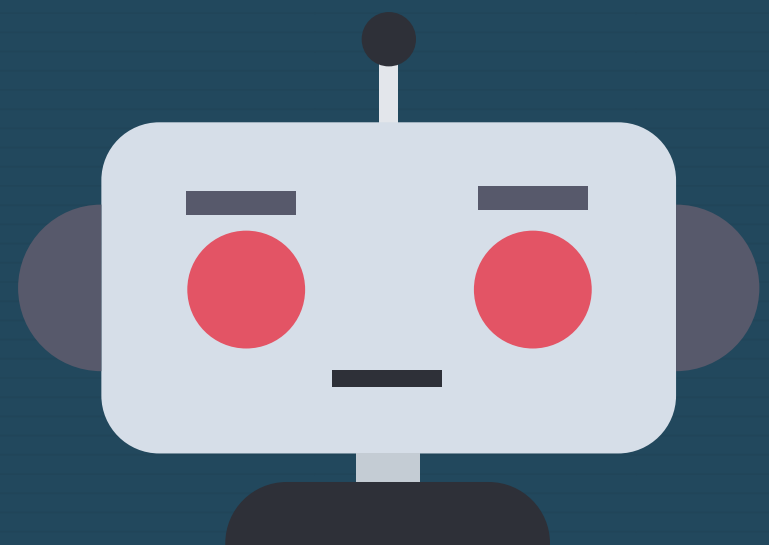
1

Robôs, drones e veículos autônomos, que usam a Inteligência Artificial para automatizar funções previamente executadas por humanos, conquistam o primeiro lugar na lista.



“Esperamos uma mudança das coisas inteligentes autônomas para um enxame de coisas inteligentes colaborativas, com **múltiplos dispositivos trabalhando juntos, independentemente das pessoas ou com a contribuição humana**. Por exemplo, se um drone examinasse um campo grande e descobrisse que estava pronto para a colheita, ele poderia despachar uma ‘colheita autônoma’. Ou **no mercado de entregas, a solução mais eficaz seria usar um veículo autônomo para mapear a área-alvo**. Robôs e drones a bordo do veículo poderiam garantir a entrega final do pacote.”

David Cearley, vice-presidente do Gartner.



DEZ TENDÊNCIAS TECNOLÓGICAS
PARA SEREM EXPLORADAS EM 2019

2

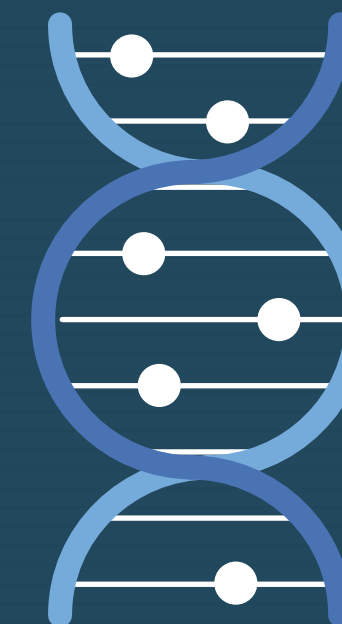
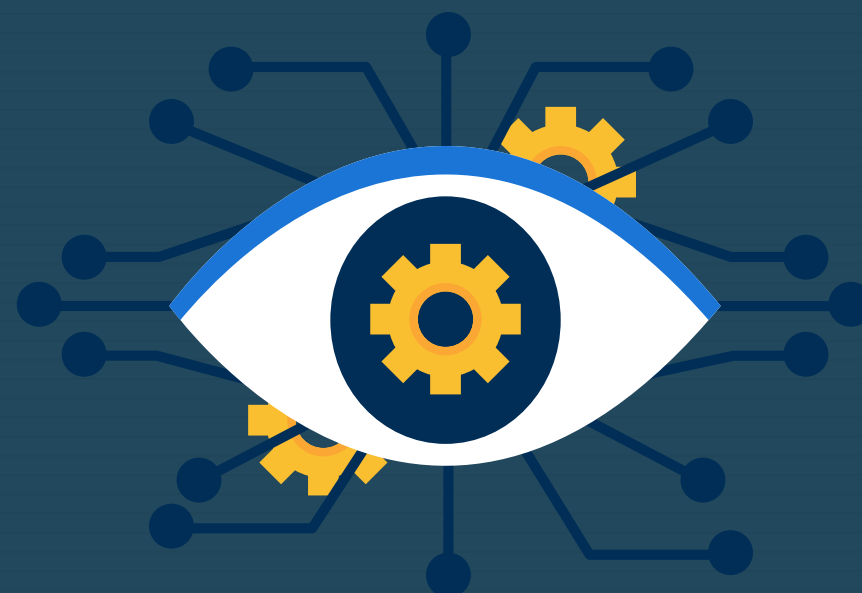
AUGMENTED ANALYTICS



A tecnologia aborda uma área específica da Inteligência

Aumentada, que utiliza o machine learning para analisar como o conteúdo analítico é desenvolvido, consumido e compartilhado.

A análise aumentada automatiza o processo de preparação de dados, geração e visualização de insights, eliminando a necessidade de cientistas de dados profissionais em muitas situações.



“Isso levará à ciência de dados de cidadãos, um conjunto emergente de recursos e práticas que permite aos usuários cuja tarefa principal está fora do campo de estatística e análise extrair insights preditivos e prescritivos dos dados. Até 2020, o número de cientistas de dados de cidadãos crescerá cinco vezes mais rápido que o número de cientistas especialistas em dados.”

David Cearley, vice-presidente do Gartner.

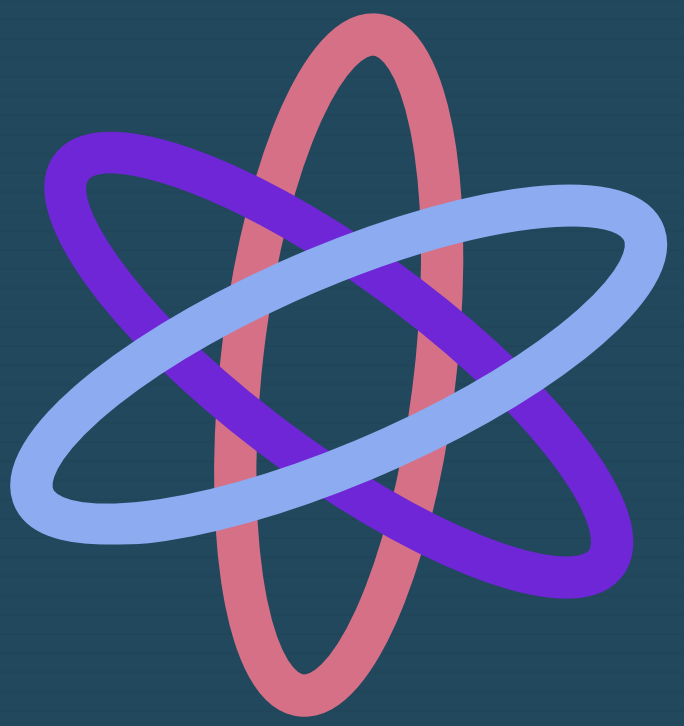
DEZ TENDÊNCIAS TECNOLÓGICAS
PARA SEREM EXPLORADAS EM 2019

3

DESENVOLVIMENTO ORIENTADO POR IA



Até 2022, pelo menos 40% dos novos projetos de desenvolvimento de aplicativos terão **codesenvolvedores de Inteligência Artificial** em suas equipes.



+

○

+

“Ambientes de desenvolvimento altamente avançados baseados em IA, automatizando aspectos funcionais e não funcionais de aplicativos, darão origem a uma nova era do **‘desenvolvedor de aplicativos cidadão’**, em que **não profissionais poderão usar ferramentas orientadas por IA para gerar novas soluções automaticamente**. Ferramentas que permitem que profissionais não especializados possam gerar aplicativos sem codificação não são novidade, mas esperamos que sistemas com tecnologia IA ofereçam um novo nível de flexibilidade.”

David Cearley, vice-presidente do Gartner.



DEZ TENDÊNCIAS TECNOLÓGICAS
PARA SEREM EXPLORADAS EM 2019

4

GÊMEOS DIGITAIS



+



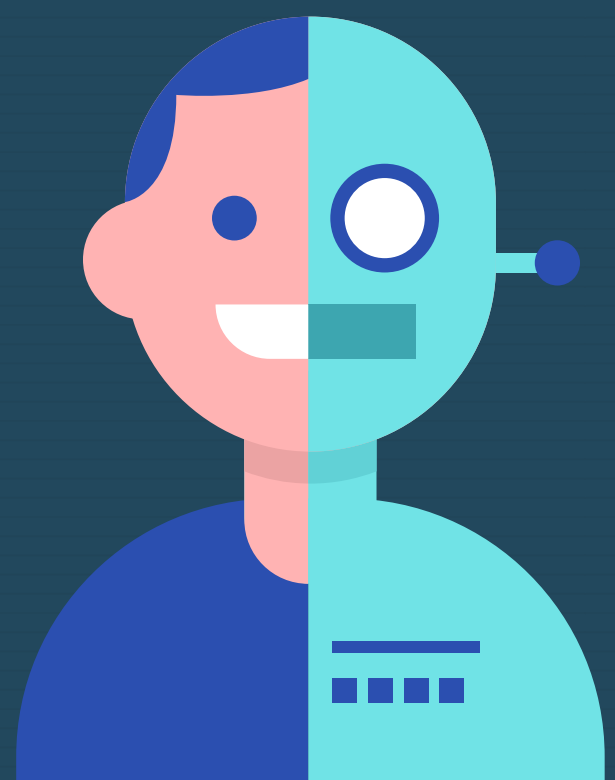
+



“Um aspecto da evolução dos gêmeos digitais que vai além da IoT será empreendimentos implementando gêmeos digitais de suas organizações (DTOs).

- **Um DTO é um modelo de software dinâmico que se baseia em dados operacionais ou outros para entender como uma organização operacionaliza seu modelo de negócios, conecta-se com seu estado atual, implementa recursos e responde a mudanças para entregar o valor esperado ao cliente. Os DTOs ajudam a impulsionar a eficiência nos processos de negócios, além de criar processos mais flexíveis, dinâmicos e responsivos, que podem reagir às mudanças de condições automaticamente.**

David Cearley, vice-presidente do Gartner.



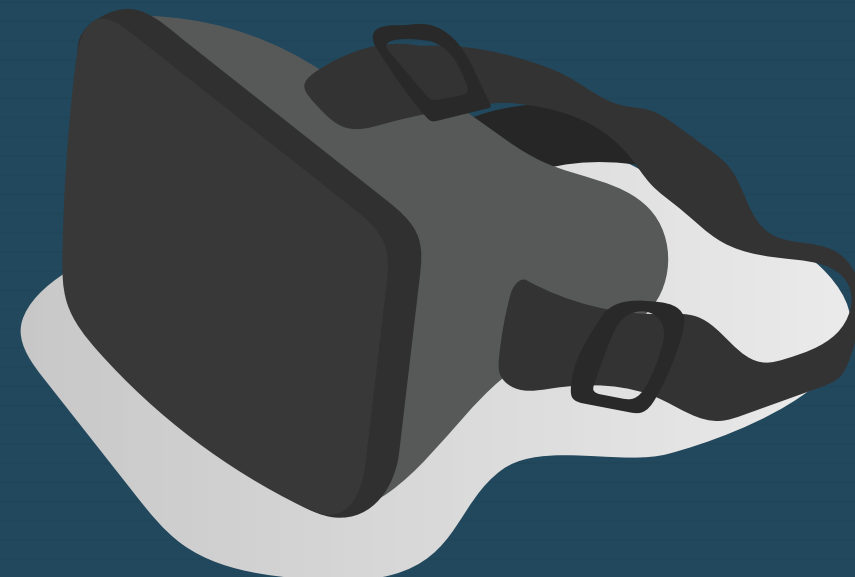
DEZ TENDÊNCIAS TECNOLÓGICAS
PARA SEREM EXPLORADAS EM 2019

5

EXPERIÊNCIA IMERSIVA



A realidade virtual (VR), a realidade aumentada (AR) e a realidade mista (MR) estão mudando a maneira pela qual as pessoas percebem o mundo digital. Essa mudança combinada nos modelos de percepção e interação leva à experiência imersiva do usuário no futuro.



“Com o tempo, passaremos do pensamento sobre dispositivos individuais e tecnologias de interface de usuário fragmentada (UI) para uma experiência multicanal e multimodal.

A experiência multimodal conectará pessoas com o mundo digital em centenas de dispositivos periféricos que os cercam, incluindo dispositivos de computação tradicionais, wearables, automóveis, sensores ambientais e aparelhos de consumo”, disse Cearley. “A experiência multicanal usará todos os sentidos humanos, bem como os sentidos avançados do computador (como calor, umidade e radar) nesses dispositivos multimodais. Esse ambiente multiexperiência criará um ambiente no qual os espaços que nos cercam definem ‘computador’ em vez dos dispositivos individuais. Com efeito, o ambiente é o computador.”

David Cearley, vice-presidente do Gartner.



DEZ TENDÊNCIAS TECNOLÓGICAS
PARA SEREM EXPLORADAS EM 2019

BLOCKCHAIN



Tecnologia que sustenta as bitcoins, a blockchain (corrente de blocos, em tradução literal), é uma espécie de “livro contábil” que registra vários tipos de transações e tem seus registros espalhados por vários computadores.

No caso das moedas criptografadas, como a bitcoin, esse livro registra o envio e recebimento de valores.

No entanto, essa tecnologia ainda é imatura e não comprovada em operações de negócios em escala de missão crítica.



“Apesar dos desafios, o significativo potencial de interrupção significa que CEOs e líderes de TI devem começar a avaliar blockchain, mesmo que não adotem as tecnologias agressivamente nos próximos anos.”

David Cearley, vice-presidente do Gartner.

DEZ TENDÊNCIAS TECNOLÓGICAS
PARA SEREM EXPLORADAS EM 2019

ESPAÇOS INTELIGENTES



São ambientes físicos ou digitais abertos, conectados coordenados e inteligentes. Múltiplos elementos que podem incluir pessoas, processos, serviços e coisas para criar uma experiência mais imersiva, interativa e automatizada para um conjunto-alvo de pessoas e cenários do setor.



“Essa tendência vem se aglutinando há algum tempo em torno de elementos como cidades inteligentes, locais de trabalho digitais, residências inteligentes e fábricas conectadas. Acreditamos que o mercado está entrando em um período de entrega acelerada de espaços inteligentes robustos, com a tecnologia se tornando parte integral de nossas vidas diárias, seja como funcionários, clientes, consumidores, membros da comunidade ou cidadãos.”

David Cearley, vice-presidente do Gartner.



DEZ TENDÊNCIAS TECNOLÓGICAS
PARA SEREM EXPLORADAS EM 2019

8

ÉTICA E PRIVACIDADE DIGITAL

Uma das principais preocupações das pessoas em 2019 será em relação à ética e privacidade digital. De acordo com Cearley, estaremos cada vez mais preocupados sobre como nossas informações pessoais serão usadas por organizações nos setores público e privado.



“Qualquer discussão sobre privacidade deve ser fundamentada no tópico mais amplo da ética digital e na confiança de seus clientes, constituintes e funcionários. Embora a privacidade e a segurança sejam componentes fundamentais na construção da confiança, a confiança é, na verdade, mais do que apenas esses componentes. Confiança é a aceitação da verdade de uma declaração sem evidência ou investigação.”

David Cearley, vice-presidente do Gartner.

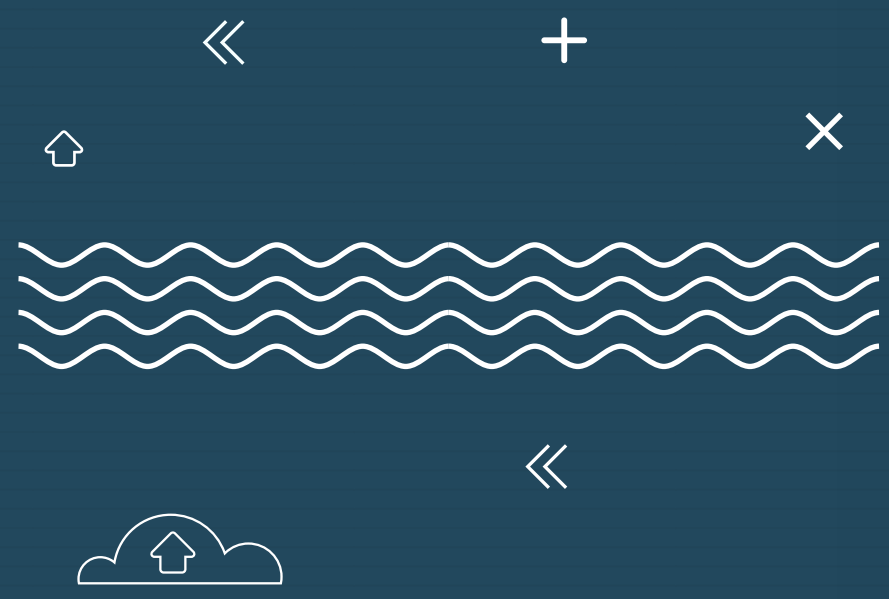
DEZ TENDÊNCIAS TECNOLÓGICAS
PARA SEREM EXPLORADAS EM 2019

COMPUTAÇÃO QUÂNTICA



Muito em breve, os computadores quânticos poderão resolver problemas muito complexos para uma máquina com abordagem tradicional. Isso porque eles operam no estado quântico de partículas subatômicas (elétrons e íons) que representam informações como elementos denotados como bits quânticos (qubits).

Essa tecnologia pode ser muito bem empregada pelas indústrias farmacêuticas, por exemplo, nas quais a tecnologia poderia ser usada para modelar interações moleculares em níveis atômicos para acelerar o tempo de comercialização de novos medicamentos para tratamento de câncer.



DEZ TENDÊNCIAS TECNOLÓGICAS
PARA SEREM EXPLORADAS EM 2019

INOVAÇÃO E FOCO DEVEM ANDAR JUNTOS



Esta é a fase do ano em que começamos a colocar todo o planejamento do próximo ano em prática, não é? **E o maior desafio dos empreendedores está em como entregar soluções inovadoras** para o mercado e ter sucesso em seu investimento. Sempre vão existir muitas ideias e tendências, **mas a melhor solução é priorizar quais serão feitas pela sua relevância para o negócio.**



BAUDUCCO LANÇA NOVAS EMBALAGENS QUE CONTÊM REALIDADE AUMENTADA

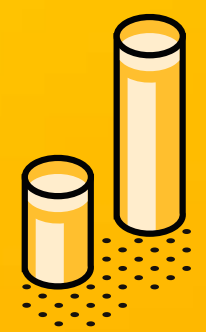
BAUDUCCO LANÇA NOVAS EMBALAGENS QUE CONTÊM REALIDADE AUMENTADA

A **tecnologia** foi implementada nos produtos da linha infantil.



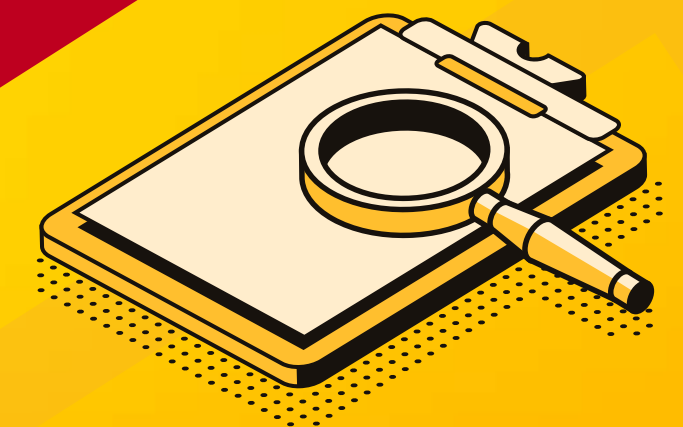
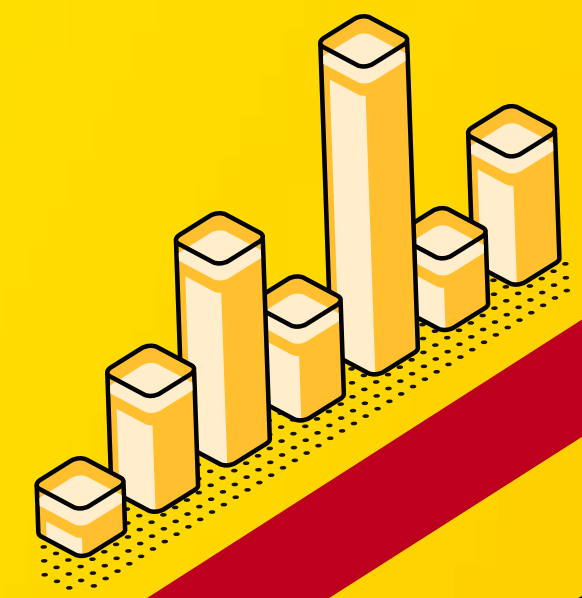
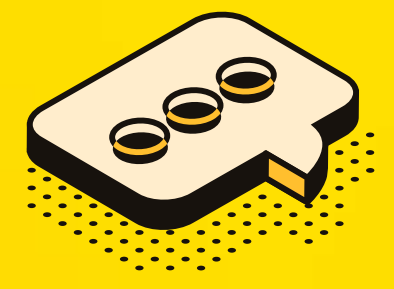
A Bauducco encontrou uma forma ainda mais próxima de se conectar com as famílias: **transformar as histórias dos personagens que compõem a marca em ambientes com conteúdos educativos e, principalmente, interativos para as crianças.** Foi assim que surgiu a ideia de redesenhar as embalagens infantis agregando a tecnologia da realidade aumentada.

Após desvincular a sua imagem de personagens universais já conhecidos pelas crianças, como o Papai Noel, por exemplo, **a Bauducco resolveu investir em personagens próprios que pudessem representar sua personalidade com o novo conceito "Fazenda Bauducco".** Assim, para anunciar a nova fase e se manter próxima do dia a dia das crianças, **a marca desenvolveu um aplicativo exclusivo com jogos educativos e experiências de realidade aumentada,** que funciona com a interação com os personagens e desenhos estampados nas embalagens dos biscoitos.



BAUDUCCO LANÇA NOVAS EMBALAGENS
QUE CONTÊM REALIDADE AUMENTADA

COMO A REALIDADE AUMENTADA PODE SE TORNAR UM CASE DE SUCESSO?



O uso de aplicações de RA, **Realidade Aumentada,** **é uma forte tendência no mercado, pois promove a inovação e a interatividade,** dando visibilidade às marcas e encantando consumidores. Em um momento em que a tecnologia se torna cada vez mais relevante no dia a dia das pessoas, **as marcas precisam pensar em maneiras criativas e interativas de se comunicar e agregar mais valor aos seus produtos/serviços,** auxiliando no dia a dia do consumidor e, até mesmo, tornando-se um canal de entretenimento. É dessa forma que as ações de RA vêm ganhando cada vez mais o mercado e conquistando espaço no coração do público.





Curtiu? Então aguarde. Em breve, traremos mais novidades do mundo dos programas de relacionamento para você.

[Ou leia agora as outras edições](#)

Obrigado pela leitura!

