



TRENDS
SPOT

HOUSECRICKET

INFORMAÇÃO PONTO A PONTO

EDIÇÃO 03/2019

03



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.



LUPA

NOTÍCIAS

TECNOLOGIA

COMUNICAÇÃO

ESPECIAL



B
A
BAYER
E
R



Com o acúmulo de pontos, os usuários têm descontos e benefícios em produtos e serviços.



BAYER APOSTA EM PROGRAMA DE RELACIONAMENTO PARA O PÚBLICO DO SEGMENTO AGRÍCOLA

O programa de pontos Bayer permite que os participantes acumulem pontos, a partir da compra de produtos da Bayer Saúde Animal e Agrícolas Bayer, e façam o resgate de descontos e benefícios em compras futuras.

COMO FUNCIONA O PROGRAMA DE PONTOS BAYER?

Para se cadastrar, basta acessar o portal online, preencher o formulário com os dados pessoais ou empresariais e cadastrar as notas fiscais para conquistar os pontos. **A cada um real gasto em produtos agrícolas ou três reais gastos em produtos de saúde animal, o participante acumula um ponto.** Os pontos têm validade

de três anos e permitirão o resgate de descontos e benefícios em diversos produtos e serviços. O relacionamento acontece por meio de quatro canais principais: pelo próprio portal, pela central telefônica, pela rede de distribuição de parceiros (com o apoio de totens eletrônicos) ou pelo aplicativo.

BAYER APOSTA
EM PROGRAMA DE
RELACIONAMENTO PARA
O PÚBLICO DO SEGMENTO
AGRÍCOLA

COMO O MERCADO PODE SE INSPIRAR NESSA AÇÃO?

A iniciativa de uma das maiores empresas do setor agrícola mundial mostra que, com o **incentivo correto**, é possível **envolver todos os públicos** do ciclo de vendas, dos distribuidores aos consumidores finais.

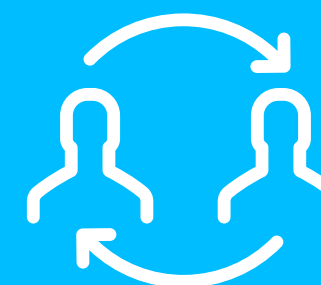
DESTAQUES DO PROGRAMA:



Envolvimento de todos os públicos da cadeia de vendas.



Acompanhamento dos pontos no portal online.

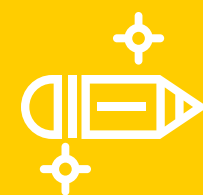


Os pontos podem ser transferidos para outra pessoa sem prejuízos.



“Seu trabalho como pai ou mãe não é impedir que ferramentas desconhecidas interrompam sua imagem nostálgica da infância ideal. Em vez disso, é preparar seus filhos para viverem uma vida ética, significativa e realizada em um mundo em constante mudança. Afinal, a vida é sempre vivida por meio das ferramentas dos tempos. Ferramentas digitais agem como uma ponte entre experiências individuais e comuns.”

Jordan Shapiro, filósofo.



AS CRIANÇAS DEVERIAM USAR MAIS TECNOLOGIA

Segundo o filósofo Jordan Shapiro, os pais deveriam ver a tecnologia como parte essencial da infância.

Jordan Shapiro é professor de filosofia e autor do livro **“The New Childhood: Raising Kids to Thrive in a Connected World”**. Segundo ele, a postura ideal dos pais diante do uso da tecnologia seria a de participar ativamente da rotina digital de seus filhos, juntando-se a eles nas atividades que exerce, já que é assim que as crianças de hoje estão “se encontrando” tal qual as gerações anteriores fizeram à sua maneira.

Ao participar de um jogo online, a criança está entrando em contato com outras realidades, culturas e até mesmo nacionalidades. Há ainda o fato de que as crianças frequentemente usam os dispositivos para fins educacionais ou criativos.

AS CRIANÇAS DEVERIAM USAR MAIS TECNOLOGIA



EI, AINDA É PRECISO FICAR ATENTO!

Mesmo com todos os benefícios da tecnologia, segundo a escritora e repórter do site Quartz, Jenny Anderson, ainda é preciso analisar os malefícios trazidos pelo uso em excesso de dispositivos que podem ocorrer quando chega ao ponto de prejudicar o sono da criança, por exemplo.

Ou seja, é preciso saber usar e dosar todas as facilidades tecnológicas que temos hoje, compartilhando ensinamentos com as pessoas de todas as partes do mundo, mas valorizando os momentos offline também.

INOVAÇÃO

É O GRANDE DESTAQUE DA NRF 2019

Varejistas precisam oferecer experiências mais personalizadas aos consumidores.

O evento trouxe conceitos importantes sobre a aplicação de experiências personalizadas, e a criação de conteúdo é o início da construção de tudo. Em um resumo de todos os painéis da NRF 2019, a mensagem principal é que é necessário desenvolver um storytelling potente e que envolva os clientes de forma completa. E, além do conteúdo, é importante pensar nas plataformas e ferramentas que promoverão essa experiência.



STORYTELLING POTENTE

INOVAÇÃO É O GRANDE
DESTAQUE DA NRF 2019

DE PESSOA PARA PESSOA

Vale lembrar que inovação e fidelidade não devem estar relacionadas somente com os consumidores finais, e sim com quem já está dentro da empresa. Os clientes são fiéis a uma causa, que pode ser representada pelos colaboradores dentro das empresas. **“Empregados felizes fazem clientes felizes”**, enfatiza Rosalind Chevreuil, Sênior VP de Recursos Humanos da Best Buy.

Em um painel liderado pela Indeed, com participação dos líderes de RH da Best Buy, Foot Locker e H-E-B (rede de supermercados do Texas que é referência em experiência nos EUA), os executivos listaram os itens mais importantes para se conseguir colaboradores engajados e que ajudam os consumidores a terem uma experiência completa no varejo.

São eles: >>



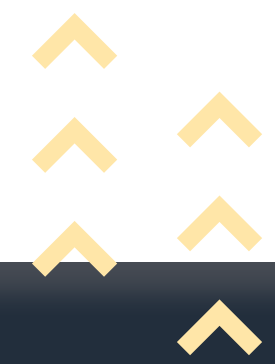
- >> Querer fazer o seu melhor pela empresa.
.....
- >> Acreditar na cultura para poder compartilhá-la.
.....
- >> Gostar daquilo que se está vendendo.
.....
- >> Entender daquilo que se está vendendo.
.....
- >> Entender as possibilidades de crescimento da empresa, além de ter acesso a plataformas de informação, atualização e capacitação constante.
.....
- >> Incentivar as ideias que podem surgir a partir do time da loja com o objetivo de trazer melhoria em experiências e processos.

AMAZON JÁ TEM TECNOLOGIA PARA REALIZAR ENTREGAS COM ROBÔS E DRONES



Há cerca de dois anos, a Amazon já havia realizado alguns testes para fazer entregas via drones. Porém, a grande preocupação nos Estados Unidos era com um espaço aéreo seguro para essas máquinas. Para resolver o problema, pesquisadores da Amazon juntaram forças com a NASA e com o SESAR para desenvolverem um sistema que gerenciasse o tráfego aéreo de drones.

Para fazer o monitoramento, a plataforma se conecta com os drones e permite que eles forneçam informações às autoridades de aviação norte-americanas. Além disso, é possível criar rotas fixas, resolvendo os problemas do tráfego, já que um drone tem inúmeras opções de destino.



AMAZON JÁ TEM TECNOLOGIA PARA
REALIZAR ENTREGAS COM ROBÔS E DRONES



Além dos drones, a Amazon apresenta o Scout, um robô com seis rodas que anda pelas calçadas para entregar as compras dos consumidores. Scout, que é autônomo e 100% elétrico, já começou a fazer entregas em um bairro no estado de Washington. Durante a fase de testes, seis robôs vão rodar no bairro enquanto há luz natural, acompanhados de um funcionário da Amazon. A empresa garante que o equipamento desenvolvido em seu laboratório – que fica em Seattle – é seguro e pode andar ao lado de crianças e animais.

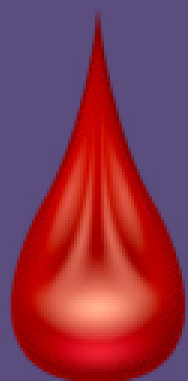


Unicode Consortium lançará novos emojis inclusivos

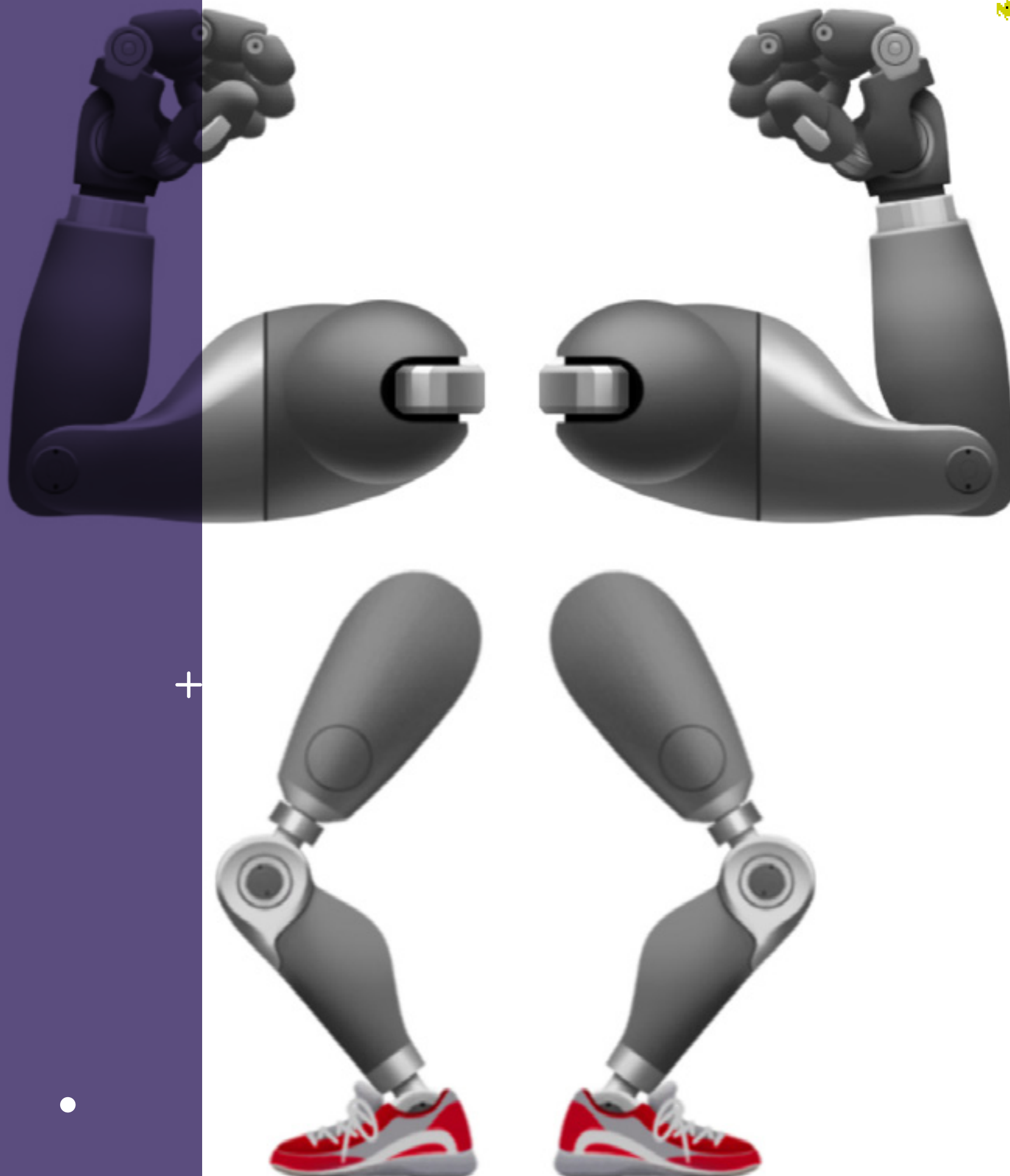
O objetivo é trazer mensagens sociais, comportamentais e de diversidade.

A inclusão de cadeirantes, deficientes auditivos e até mesmo a valorização das regiões do Brasil, com desenhos de cuia de chimarrão, estão entre os 230 novos emojis que foram lançados em fevereiro pela Unicode. A versão 12.0 apresenta 59 novos desenhos inclusivos e 171 que se referem às variações de gêneros e tons de pele.

UNICODE CONSORTIUM
LANÇARÁ NOVOS EMOJIS
INCLUSIVOS



Com a nova versão, a ideia é proporcionar uma comunicação mais inclusiva e de diversidade entre os usuários das redes sociais. Além disso, novos emojis que representam ações rotineiras foram incluídos na lista, como um rosto amarelo com os olhos fechados e boca aberta coberta por uma mão, que representa um bocejo, e uma gota de sangue, que pode simbolizar o ciclo da menstruação ou a doação de sangue. Esse último, especificamente, nasceu da campanha criada pela ONG inglesa Plan International UK, dedicada à defesa dos direitos de crianças e garotas, em parceria com o setor de doação de sangue do sistema de saúde da Inglaterra.



UNICODE CONSORTIUM
LANÇARÁ NOVOS EMOJIS
INCLUSIVOS



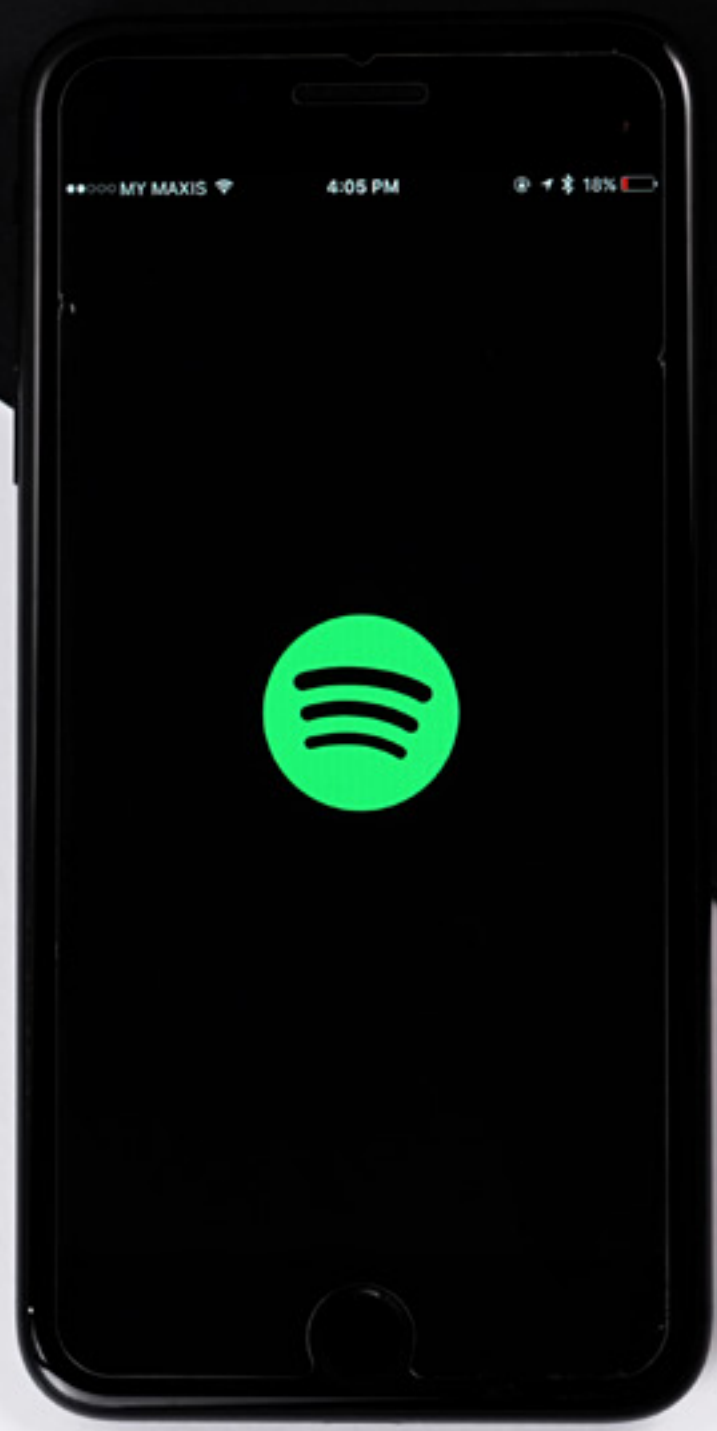
A expectativa é que a atualização do teclado esteja disponível para smartphones da Apple e Android entre os meses de setembro e outubro deste ano.

Essa nova fase dos emojis representa uma nova forma de comunicação digital com ênfase no respeito a todos que utilizam as redes sociais para se relacionar.

BLOQUEAR ANÚNCIOS NO SPOTIFY PODE SER UM MAU NEGÓCIO

Para muita gente, já é costume bloquear anúncios em sites e plataformas utilizando os recursos dos Ad Blockers. De acordo com uma pesquisa da empresa de gerenciamento Janrain, 71% dos entrevistados usam alguma ferramenta para controlar a quantidade de propagandas que veem online.

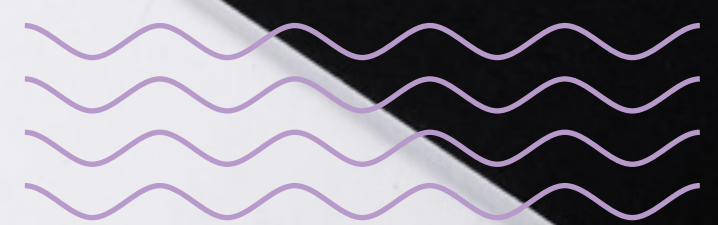
Tanto o Google quanto o Spotify têm os anúncios como fonte de receita, ou seja, o bloqueio dos anúncios nos sites ou as “artimanhas” para burlar o sistema e ouvir músicas sem anúncios na plataforma de streaming representam perdas para ambos.



Cerca de dois milhões de pessoas usam versões modificadas do aplicativo para burlar os anúncios.

71%

dos entrevistados usam alguma ferramenta para controlar a quantidade de propagandas que veem online.

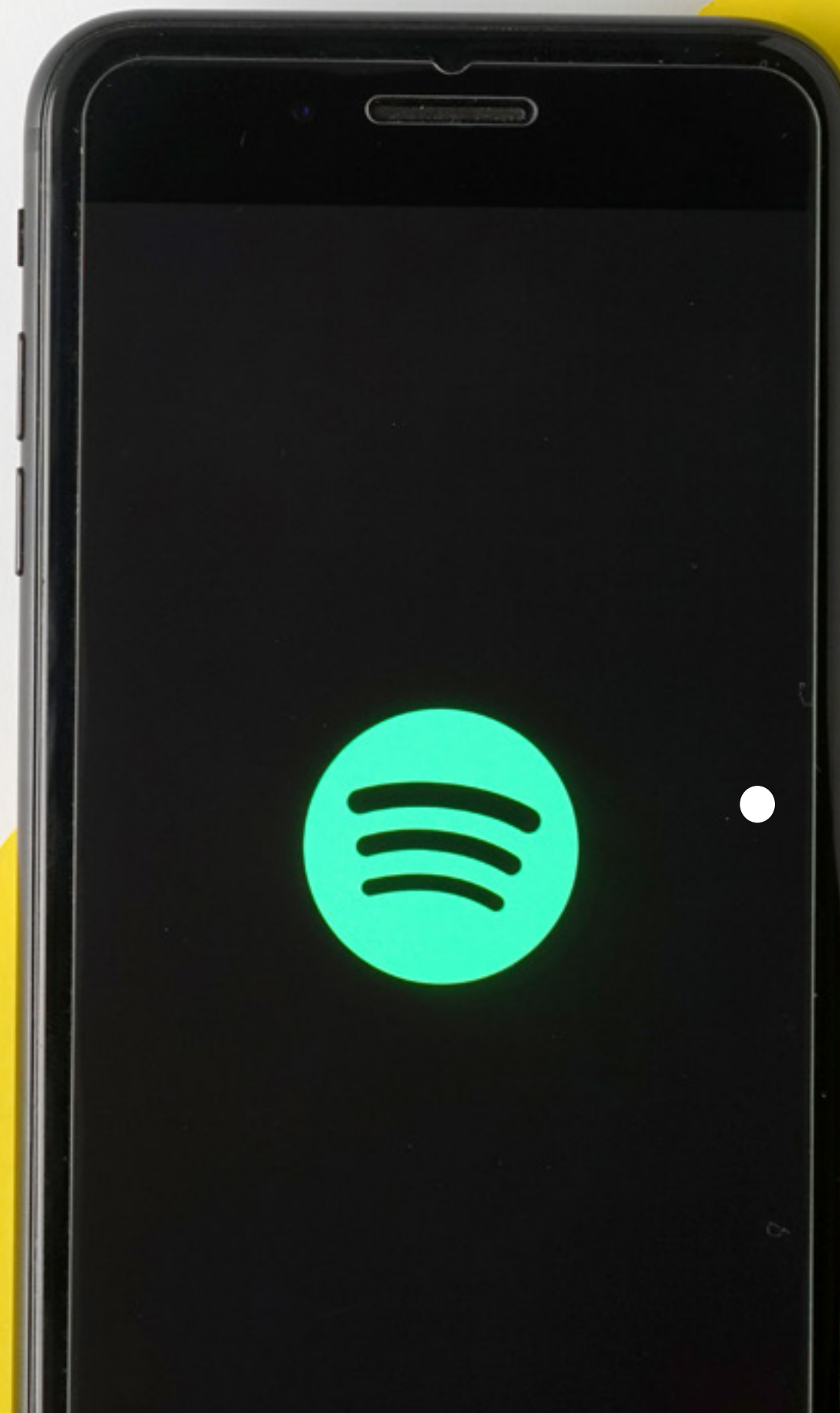


**BLOQUEAR ANÚNCIOS NO SPOTIFY
PODE SER UM MAU NEGÓCIO**

Exatamente por isso, as empresas estão tomando medidas para reduzir o uso do Ad Blocks pelos usuários. O Google, por exemplo, está considerando algumas alterações no código aberto do Chromium, navegador no qual o Chrome é baseado, que afetariam os bloqueadores de anúncios, além de outras ferramentas.

O Spotify, por sua vez, está alterando seus termos de uso e, a partir de agora, deve começar a banir usuários que tentarem driblar os anúncios do serviço de streaming musical mais famoso do mundo.

De forma específica, a nova diretriz afirma que pode ser suspenso ou expulso da plataforma quem “burlar ou bloquear anúncios no Spotify Service, ou criar, ou distribuir ferramentas para bloquear anúncios no Spotify Service”.



BLOQUEAR ANÚNCIOS NO SPOTIFY
PODE SER UM MAU NEGÓCIO

Ou seja, os bloqueadores de anúncios que sempre representaram uma facilidade para os usuários acabaram se tornando o inimigo das marcas, que têm nos anúncios um importante canal de comunicação segmentada em nichos. O que é um bom negócio para alguns nem sempre é para todos.



A MAIOR
REDE DE
CULINÁRIA
ÁRABE
DO PAÍS
APRESENTA:

DELIVERY

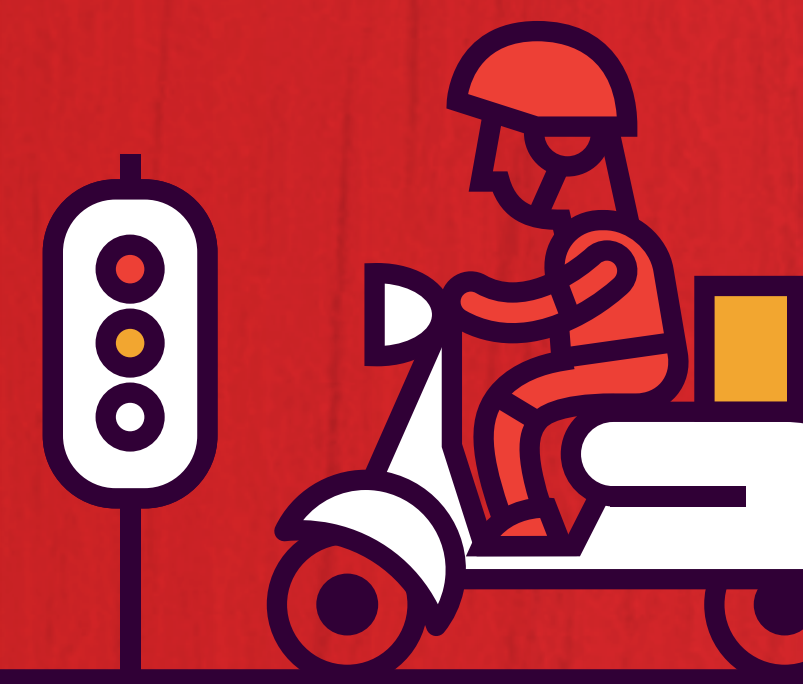
**HABIB'S VIA
WHATSAPP.**



Com o número 3003-2828, mesmo número do Delivery Habib's, o novo canal digital tem como objetivo se aproximar ainda mais do público jovem, disponibilizando a entrega por meio do WhatsApp. Isso permite que os clientes possam fazer seus pedidos sem a necessidade de sair do aplicativo. Hoje, os canais digitais do Delivery Habib's correspondem a 70% do volume de vendas da rede e registraram 7,5 milhões de pedidos em 2018. A empresa projeta um crescimento de 15% nesse volume.

*“O público jovem tem demonstrado preferência por inovações digitais para se relacionar com o canal de vendas. **Acreditamos que o WhatsApp se consolide como um deles.**”*

LUCAS MANCINI, EXECUTIVO DE VENDAS DO HABIB'S.



HABIB'S USA WHATSAPP PARA SE
APROXIMAR DO PÚBLICO JOVEM

De acordo com Mancini, as vendas por delivery têm crescido de maneira impressionante nos últimos anos. Isso vai ao encontro de uma tendência mundial de obter uma refeição de qualidade de maneira rápida e prática. O Brasil possui hoje o sexto maior faturamento da modalidade no mundo e deverá crescer nos próximos anos.

A rede iniciou na nova modalidade com um cardápio composto pelos produtos mais vendidos do seu portfólio. Os clientes poderão comprar esfirras, salgados, pizzas, lanches, bebidas e sobremesas utilizando o aplicativo.

“Com a novidade, os consumidores ganham ainda mais praticidade e economizam tempo, conseguindo saborear nossos produtos best-sellers com mais agilidade, além do excelente custo-benefício. Precisamos estar disponíveis onde nossos usuários estão” reforça Lucas Mancini.




O ESPANTOSO AUMENTO DE RECEITA DO SNAPCHAT

A EMPRESA NORTE-AMERICANA TEVE UM AUMENTO DE 36% EM SUA RECEITA.

Usando como base o retrospecto de números negativos da Snap, dona do aplicativo, os analistas apostavam que um novo balanço apenas viesse para reforçar a sua tendência de queda.

Mas, para a surpresa de todos, a empresa reportou uma receita de US\$ 390 milhões no quarto trimestre, alta de 36% em relação ao mesmo período do ano anterior. Com os resultados, as ações da empresa dispararam nos últimos dias, acumulando alta de 13%.

A white smartphone is centered in the lower half of the image. The screen shows the Snapchat website (snapchat.com) with a yellow background and a white ghost logo. Overlaid on the screen is a black text box with white text. The background of the entire page is yellow with several white ghost logos scattered around.

**Com um aumento na
receita, o Snapchat
manteve sua base de 191
milhões de usuários.**

O ESPANTOSO AUMENTO DE
RECEITA DO SNAPCHAT

Mas nem tudo são boas notícias. Se, por um lado, o último balanço mostra números animadores para a empresa e seus acionistas, **a Snap acumula um prejuízo de US\$ 192 milhões.** A abertura de capital do Snapchat foi realizada em março de 2017, quando a empresa levantou US\$ 3,4 bilhões. Desde então, no entanto, a Snap vive vários desafios de resultados.

De acordo com Evan Spiegel, CEO da Snap, **não há motivos para desconfianças dos acionistas,** já que a empresa está próxima de operar no lucro. **Segundo ele, atualmente existem dois bilhões de usuários de Android que não utilizam o Snapchat, sendo uma oportunidade de crescimento.**

Agora, resta saber se esse crescimento será uma constante daqui para frente ou se será tão breve quanto uma postagem no aplicativo. **De qualquer forma, o Snapchat continua sendo uma incógnita para o mercado.**



+



INTEGRAÇÃO ENTRE WAZE E SIRI



Recentemente, a Google anunciou que o Waze, seu aplicativo de navegação GPS, está ganhando integração com a Siri, dos aparelhos iOS.

Agora, o app passará a permitir que o usuário crie atalhos na assistente digital da Apple e controle seus trajetos por comandos de voz.

INTEGRAÇÃO ENTRE
WAZE E SIRI

PARA ENTENDER MELHOR:

Os usuários devem criar atalhos com localização de suas casas, locais de trabalhos e pontos favoritos das suas cidades. Ao entrar no carro, basta pedir que a Siri navegue para algum local usando o Waze. É fácil!

Esse é um bom exemplo de uma forte tendência: os assistentes pessoais, como Google Now e Siri (Android e iOS, respectivamente) ajudando os usuários em tarefas cotidianas por meio de simples comandos de voz.



“NÃO COMPRE ESTE CARRO”:

É O QUE PEDE A NOVA
CAMPANHA DA VOLVO

A montadora aposta em um modelo de assinatura de carros, como Netflix ou Spotify.



PODE PARECER PSICOLOGIA REVERSA, MAS A FRASE “NÃO COMPRE ESTE CARRO”, DA NOVA CAMPANHA DA VOLVO NA ALEMANHA, É REALMENTE LITERAL.

"NÃO COMPRE ESTE CARRO": É O QUE PEDE A NOVA CAMPANHA DA VOLVO

Como funciona?

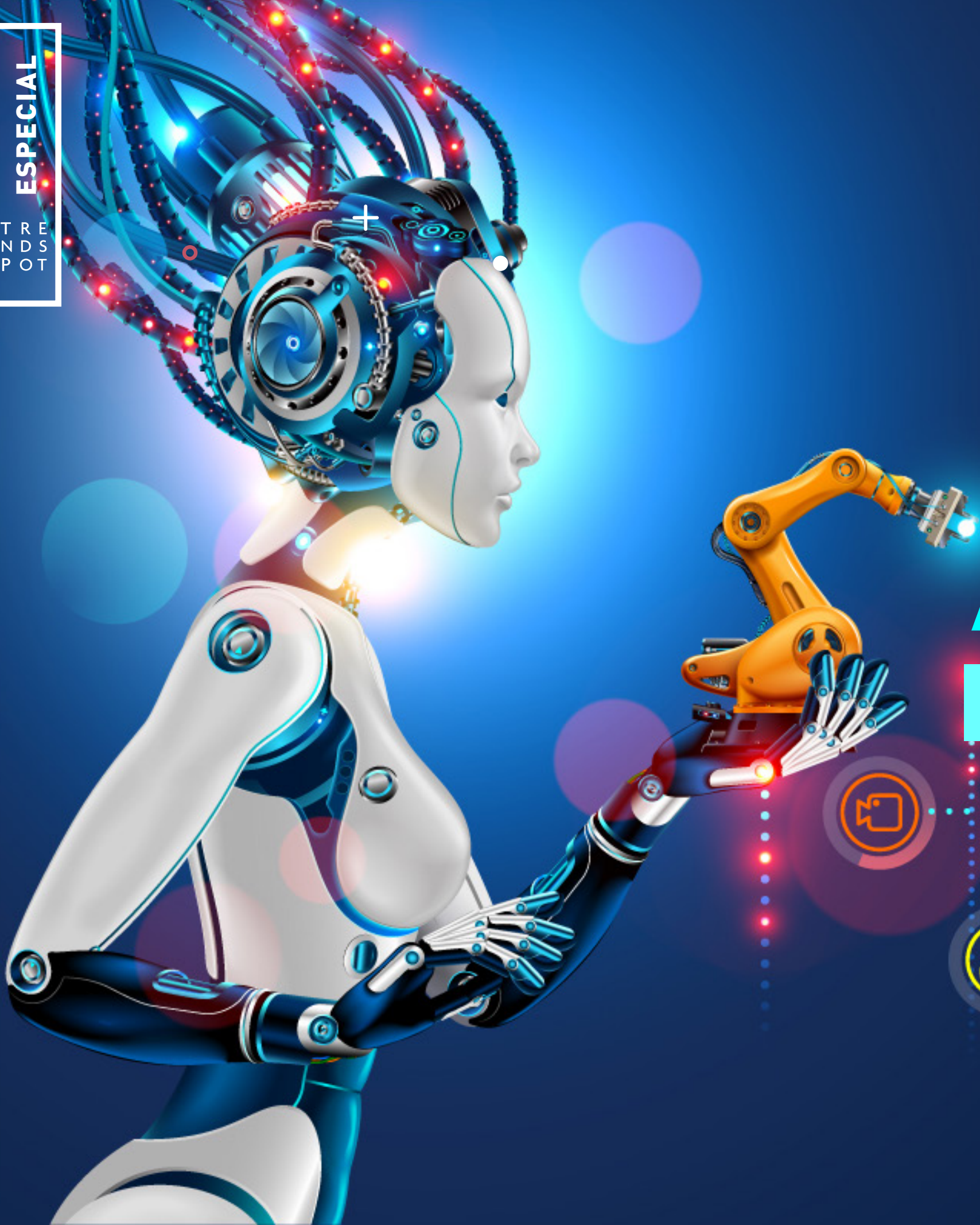


Bom, o modelo consiste no pagamento de uma taxa fixa mensal que inclui a utilização do carro, gastos com seguro, impostos, taxas e alguns serviços.

O preço pode variar de € 498 (R\$ 2,2 mil) por uma versão básica do modelo XC40 até € 929 (R\$ 4,1 mil) por um SUV XC90 top de linha.

Antes de ser implementado na Alemanha, o serviço foi testado nos Estados Unidos e em outros países da Europa, e a marca espera que as assinaturas representem parte significativa de seu faturamento até 2025.

Essa é uma iniciativa que leva em consideração o comportamento do consumidor mais jovem, que já não vê tanta importância em ter um carro próprio, e que nos faz refletir sobre as novas tendências de consumo.



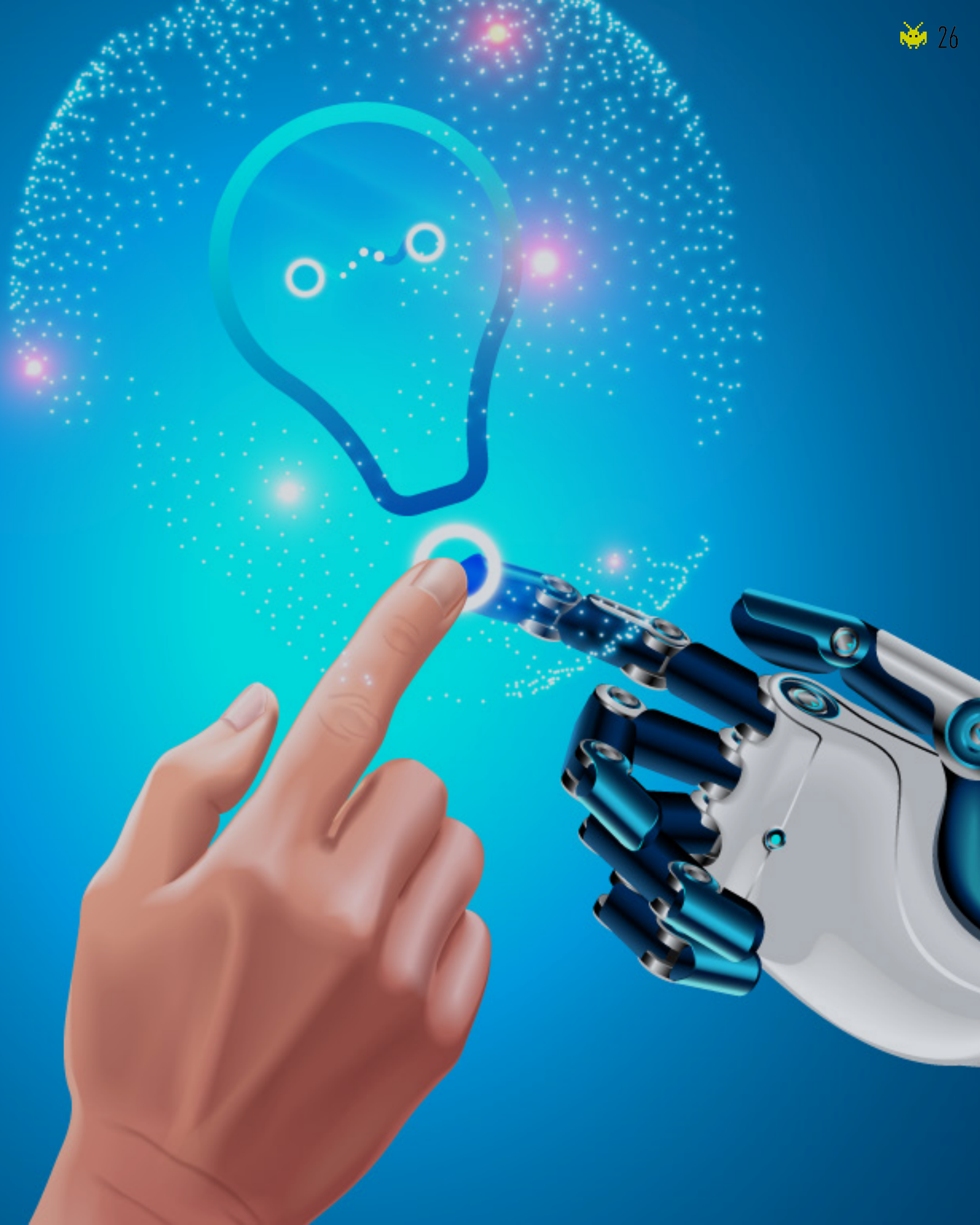
A INDÚSTRIA 4.0

E OS SEUS QUATRO PRINCIPAIS MITOS

*A quarta revolução industrial levantou muitas questões relacionadas à incorporação de **novas tecnologias nos sistemas de produção.***

A INDÚSTRIA 4.0 E OS SEUS
QUATRO PRINCIPAIS MITOS

À medida que o tema é discutido, vários mitos acabam surgindo e podem estar segurando o potencial transformador desta nova era da produção. Para acabar com essas lendas, acelerar a adoção e integração das soluções da indústria 4.0 e liberar os benefícios da produção tecnológica para as indústrias de todo o mundo, **o Fórum Econômico Mundial listou os quatro principais mitos desse novo modelo.**



A INDÚSTRIA 4.0 E OS SEUS
QUATRO PRINCIPAIS MITOS

1



TECNOLOGIA É CARA

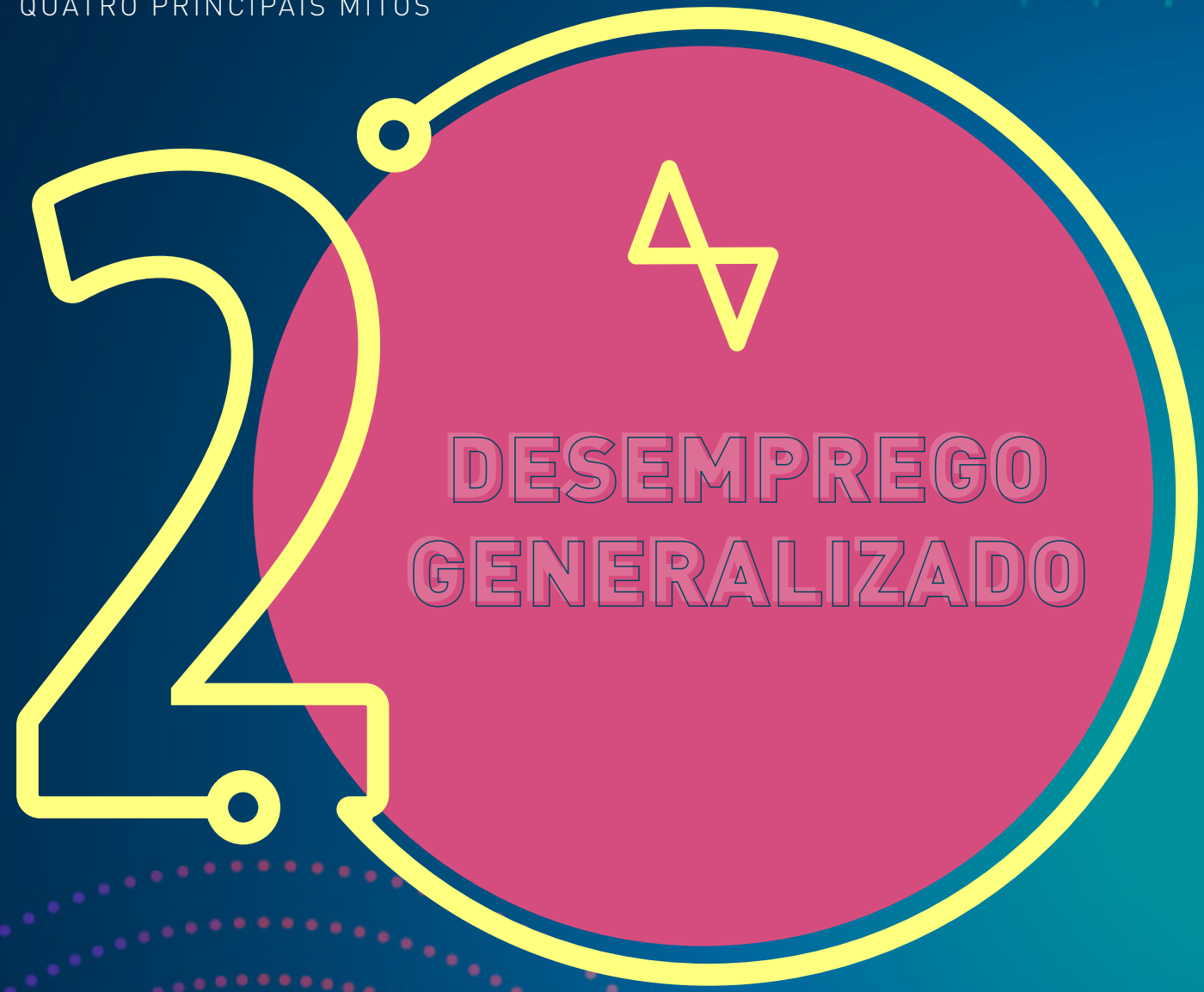


Por muito tempo, termos como “tecnologia” e “inovação” têm sido sinônimos de alto custo. Mas o que muitos não sabem é que a vantagem da tecnologia 4.0 é que ela pode fazer muito sem que seja necessário “levar uma empresa à falência”.

Como?

Com uma combinação de dados coletados pela internet, uma empresa pode fazer análises e se tornar muito mais eficiente e ágil, por exemplo. Isso sem falar em otimização de processos, redução de energia despendida, qualidade do trabalho final, menor frequência de manutenção e maior eficácia do equipamento. Mesmo considerando um alto investimento em tecnologia, o custo/benefício é favorável para a empresa.

A INDÚSTRIA 4.0 E OS SEUS
QUATRO PRINCIPAIS MITOS

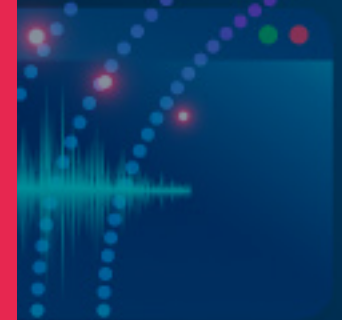


DESEMPREGO GENERALIZADO

A indústria 4.0 vai causar desemprego generalizado

*A quarta revolução industrial na manufatura é frequentemente associada a robôs e algoritmos capazes de assumir as tarefas de humanos, gerando o medo do desemprego em massa. É claro que as tarefas repetitivas vão diminuir, mas **relatórios recentes apresentam uma perspectiva mais positiva** para a força de trabalho. O relatório “O Futuro dos Empregos”, do Fórum Econômico Mundial, aponta que 75 milhões de empregos desaparecerão.*

*Em compensação, **133 milhões de novas vagas serão criadas** no mundo todo até 2022 devido à tecnologia. Ou seja, não só haverá mais empregos, como as novas vagas também serão mais atrativas, com tarefas mais diversificadas e desafiadoras, que vão valorizar a criatividade, resolução de problemas e habilidades de comunicação interpessoal.*



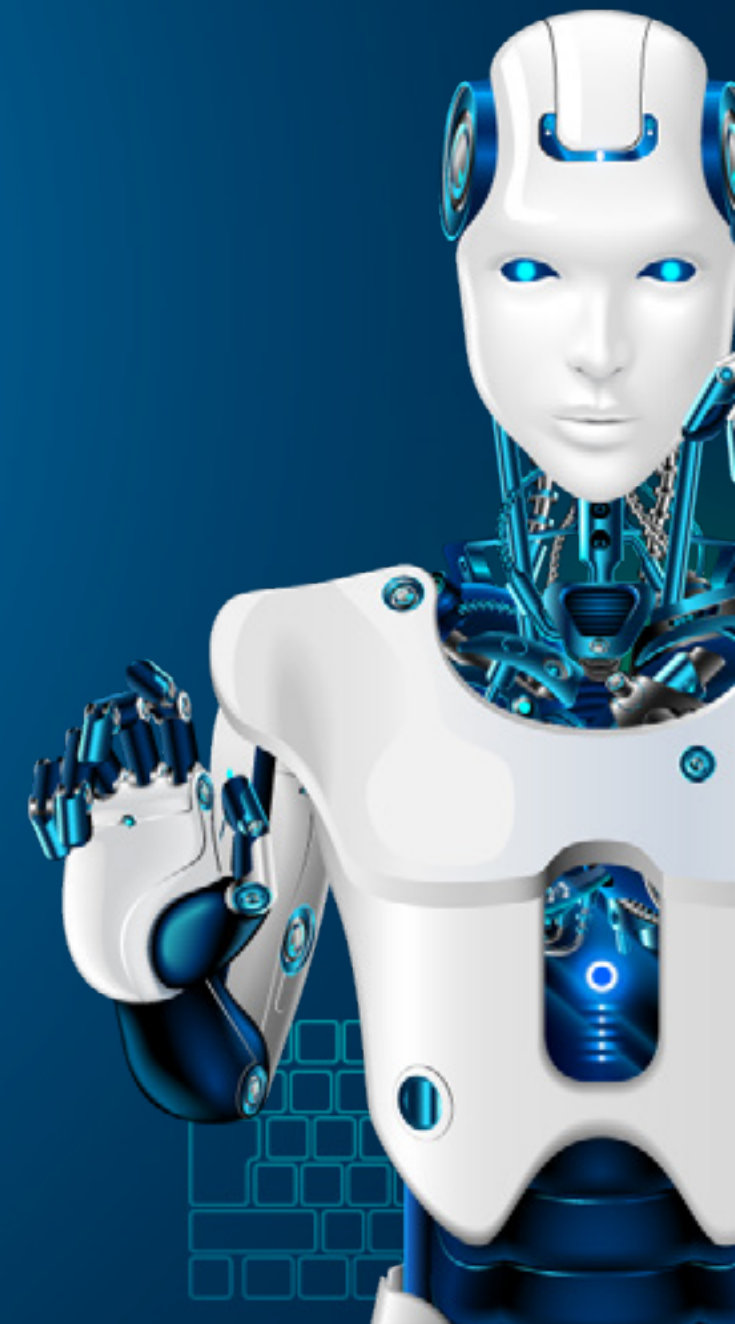
A INDÚSTRIA 4.0 E OS SEUS
QUATRO PRINCIPAIS MITOS

SUSTEN- TABILI- DADE



Empresas devem abrir mão do lucro para ter sustentabilidade

Para muitas empresas, falar de sustentabilidade é uma estratégia de marketing ou um sinal de que a empresa vai abrir mão do lucro. Mas essa mentalidade precisa mudar, uma vez que sustentabilidade é muito mais que plantar árvores ou colocar painéis solares no teto. Sim, isso também é importante, mas deve-se pensar em sustentabilidade para contribuir positivamente para a força de trabalho, a sociedade em geral e o meio ambiente.



A INDÚSTRIA 4.0 E OS SEUS
QUATRO PRINCIPAIS MITOS



INDUSTRIA 4.0 É SÓ PARA MULTINACIONAIS



A revolução industrial pode ser aplicada apenas em multinacionais

Pensar que a indústria 4.0 é só para multinacionais é um grande erro. De acordo com artigo “Quarta Revolução Industrial: Faróis de Tecnologia e Inovação na Manufatura”, uma pequena empresa italiana com 250 funcionários, que apostou em tecnologia avançada com uma pequena equipe e investimento limitado, conseguiu criar total transparência em seu processo de produção, identificando e resolvendo a causa-raiz de desvios de qualidade e perdas de desempenho. Após um ano, registrou crescimento de receita de 7% a 8%.





Curtiu? Então aguarde.
Em breve, traremos mais novidades, inovações e tendências.

[Ou leia agora as outras edições](#)

Obrigado pela leitura!

