



TRE
NDSP
OT

HOUSECRICKET

INFORMAÇÃO PONTO A PONTO

EDIÇÃO 05/2019

05





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.



LUPA

NOTÍCIAS

TECNOLOGIA

RADAR

COMUNICAÇÃO

ESPECIAL

PROGRAMA DE FIDELIDADE SMILES

COM VANTAGENS EXCLUSIVAS PARA OS CLIENTES.

Smiles

GOOL
Linhas aéreas inteligentes

O SMILES É O PROGRAMA DE FIDELIDADE DA GOL.

Nele, as milhas podem ser acumuladas e trocadas de várias formas, como:

- Nas viagens das principais companhias aéreas.
- Nas compras realizadas no Shopping Smiles.
- Na reserva de hotéis.
- No aluguel de carros.
- Na transferência de pontos do cartão de crédito.



VANTAGENS

- O programa possui **muitas empresas parceiras**. Por essa razão, o cliente tem acesso a várias opções para utilizar as milhas como preferir.
- As promoções que são relacionadas à compra de milhas e de resgate de passagens são **ofertadas diariamente**.

DESVANTAGEM

- Os **preços para compra e resgate sempre variam**, sem seguir uma tabela de resgate.

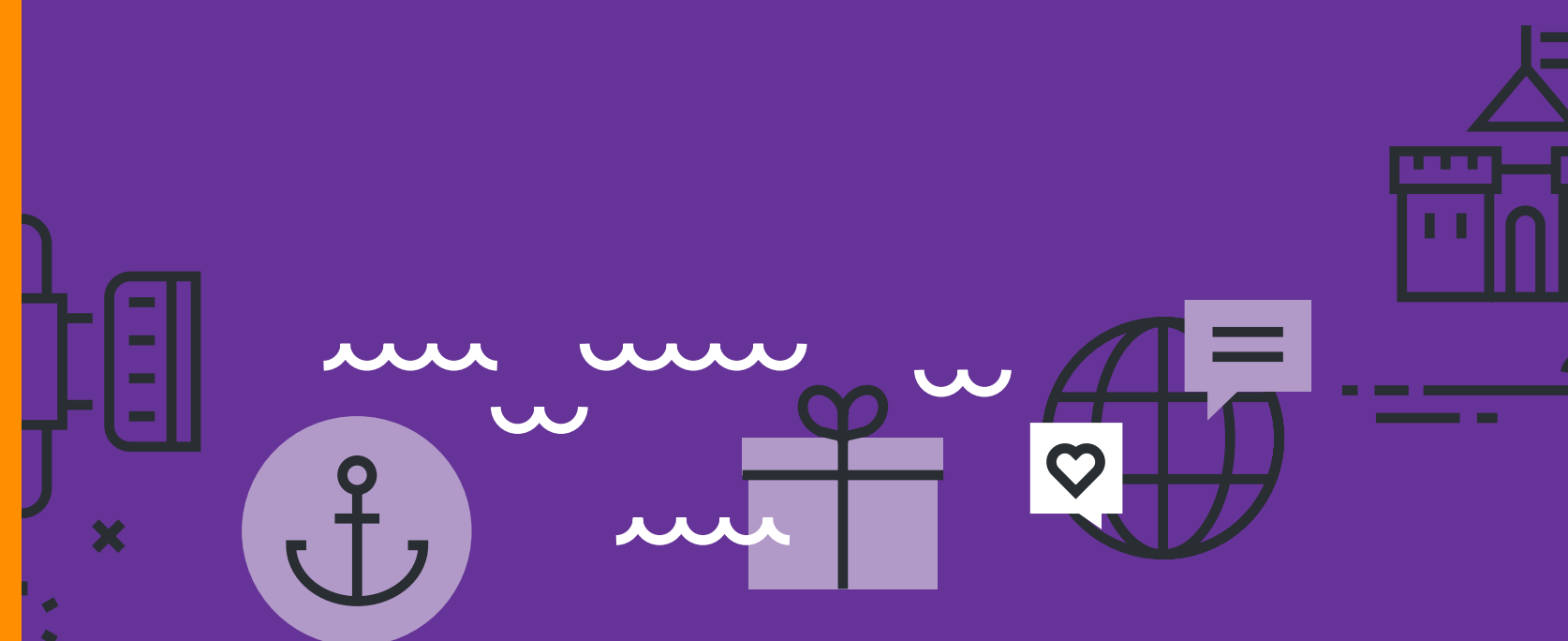
A inscrição do programa é gratuita.

Para participar, basta fazer o cadastro no site do programa.

CLUBE SMILES

Por meio do pagamento de uma assinatura com valor a partir de R\$ 42,00/mês, o cliente pode participar do Clube Smiles e, com isso, ter acesso a mais benefícios exclusivos, como:

- Validade de até 10 anos para as milhas.
- Compra de milhas com valor reduzido.
- Descontos exclusivos em passagens.
- Ofertas exclusivas no Shopping Smiles.



Consultoria de varejo é ofertada pela



Google

Serviço ocorrerá a partir dos dados de busca.

A Google ofertará serviços de consultoria para o varejo. Para isso, vai aumentar a utilização das informações que são geradas a partir das pesquisas realizadas no buscador. Para o monitoramento, a empresa combina todos os dados dos produtos mais procurados, como a localização em que a busca foi realizada, o valor nas lojas, a posição que os produtos da empresa têm nas pesquisas e os cliques recebidos.

CONSULTORIA DE VAREJO
É OFERTADA PELA GOOGLE

Todas essas informações passam por uma análise, que é feita por meio de Inteligência Artificial e de uma equipe de especialistas, para, assim, identificar quais são os padrões do consumidor.

Esse monitoramento das tendências de pesquisa já era realizado na Black Friday para marcas como Pão de Açúcar e Mercado Livre e mobiliza principalmente o mercado de eletrônicos.

Agora, a função estará disponível todos os dias. Com isso, a expectativa da Google é de que o serviço seja usado em datas como Dia das Mães, Dia dos Namorados e Natal.

O BOTICÁRIO LAB

NOVO CONCEITO DE LOJA:

BOTICÁRIO LAB

Para celebrar os 42 anos da marca, O Boticário lançou um conceito de loja com ferramentas tecnológicas que têm o objetivo de proporcionar uma nova experiência de compra, que aguça os sentidos e cria maior aderência entre a marca e o consumidor.

A loja, que já está em funcionamento em Curitiba, oferece **experiências em realidade aumentada, espelho interativo para maquiagem, sistema omnichannel, pick-up store e a opção de pagamento via celular.**

A maior rede de franquias propõe novo formato de atendimento.

Toda beleza
que vai, volta!

150.000
LITROS DE ÁGUA
ECONOMIZADOS

11.000
HECTARES DE MATA
ATLÂNTICA E CERRADO

1.000
FAMILIAS
BENEFICIADAS

DESCARTE SUA
EMBALAGEM VAZIA AQUI

NÃO TESTAMOS EM ANIMAIS

3.700 PONTOS
DE COLÉTA

NOVO CONCEITO DE LOJA: BOTICÁRIO LAB

A SUSTENTABILIDADE TAMBÉM É UM DOS DIFERENCIAIS DESSE CONCEITO

O ambiente é sustentável, com uso de mobiliário modular que reduz a produção de resíduos, decoração com madeira de certificação FSC, iluminação LED e vidro reciclado na decoração.

“A busca por uma operação mais sustentável é constante. As lojas são o nosso principal ponto de contato com o consumidor. Por isso, elas têm um papel fundamental nesse processo, não apenas para a marca, mas para a mobilização da sociedade como um todo. Para nós, isso determina o papel do Boticário no mundo”, conta o vice-presidente de Franquias do Grupo Boticário, André Farber.



TRENDSPOT

Beleza, volta!

150.000
LITROS DE ÁGUA
ECONOMIZADOS

11.000
HECTARES DE MATA
ATLÂNTICA E CERRADO

1.000
FAMILIAS
BENEFICIADAS

DESCARTE SUA
LIXAGEM VAZIA AQUI



Além disso, a loja apresenta a exposição de alguns objetos originais de acervo em um ambiente com os momentos mais importantes que foram vividos pela marca.

“O Boticário Lab é a materialização dessa intenção. A ideia é abastecer esse espaço único com muito storytelling dos segredinhos dos nossos produtos, oferecendo uma experiência personalizada da marca para os nossos consumidores”, afirma Farber.

O Boticário Lab proporciona **experiências imersivas**, por meio de produtos e serviços exclusivos, além de **tecnologias para facilitar o acesso aos produtos** de maneira customizada.

QUEM SÃO OS CONSUMIDORES

PERENNIALS?



ELES POSSUEM UM RELEVANTE POTENCIAL DE CONSUMO.

Diferentemente das demais gerações, que são classificadas por idade, os perennials são um grupo definido pela **identidade e pelo comportamento**.

Eles possuem amizades de todas as faixas etárias, adotam a tecnologia de maneira precoce e merecem ter a atenção das marcas, pois **têm um comportamento de consumo elevado**.

De acordo com a pesquisa realizada pela MindMiners, em comparação com o restante da população, os perennials são:

85% mais interessados em tecnologia

42% em livros

33% em games

24% em cinema

QUEM SÃO OS CONSUMIDORES PERENNIALS?

“Eles são 17% da população, mas correspondem ao dobro disso em potencial de consumo e ao triplo na capacidade de influenciar os demais”, afirma Walter Longo, sócio e CIO da BBL, holding de entretenimento especializada em e-sports.

Além disso, eles preferem ficar em casa e assistir a streamings online ou à televisão a cabo do que sair ou frequentar festas.

17%
DA POPULAÇÃO

QUEM SÃO OS CONSUMIDORES PERENNIALS?



“Os perennials gostam de marcas com propósito e que assumem causas. Empresas como a Amazon e a Netflix estão liderando esse processo hoje porque segmentam seus produtos por comportamentos e estilos de vida e não mais por critérios de idade. A maneira de perceber a realidade determina a forma como uma empresa pode se diferenciar da concorrência”, explica Walter Longo.



Google e Facebook terão que pagar por conteúdos que forem publicados nas plataformas

Mudança ocorre devido à nova lei dos direitos autorais.

O Conselho da União Europeia aprovou novas regras com o objetivo de regularizar os direitos autorais no Velho Continente. Uma das mudanças estabelecidas pelas novas regras é a **responsabilidade e a obrigatoriedade que a Google e o Facebook têm para pagar por cada link de conteúdo** (texto, vídeo e imagem) **que surgir no site de busca da empresa** de Mountain View.

GOOGLE E FACEBOOK TERÃO QUE PAGAR POR CONTEÚDOS
QUE FOREM PUBLICADOS NAS PLATAFORMAS



“A Europa passará a ter regras claras que garantam a remuneração justa dos criadores de conteúdo, direitos fortes para usuários e responsabilidades para as plataformas. Era a peça que faltava para completar a formação do mercado comum digital europeu”, afirmou o presidente da Comissão Europeia, Jean-Claude Juncker, em comunicado.

O objetivo é que a Google e o Facebook sempre remunerem o autor de determinado artigo, vídeo ou foto. Além disso, essas empresas serão responsabilizadas em caso de violação dos direitos autorais nas mensagens dentro das plataformas, que podem ser encontradas até mesmo nos memes, trechos de vídeos e áudios ou em imagens. A lei começará a ser aplicada em 2021.

GOOGLE E FACEBOOK TERÃO QUE PAGAR POR CONTEÚDOS QUE FOREM PUBLICADOS NAS PLATAFORMAS

Repercussão da lei

Vários artistas e sites foram favoráveis à mudança, como os músicos Paul McCartney e Adele, os integrantes da banda Arctic Monkeys e o site Wikipédia, entre outros. De acordo com Juncker, os sites de notícias e as empresas audiovisuais serão beneficiados pela lei. Inclusive, os jornalistas terão assegurado o recebimento do direito autoral de determinada matéria. Entretanto, a decisão dividiu opiniões, e também houve sites contrários à medida.

“A votação de hoje pelo Parlamento Britânico foi uma grande perda para os direitos dos usuários e para a internet aberta. Assim, o Parlamento garante uma expansão sem precedentes de exclusividade de direitos para um pequeno grupo de já poderosos interesses”, destacou a organização da sociedade civil europeia Communia. A empresa promove o conhecimento do domínio público.

Exceções

A digitalização dos documentos que possuem copyright é liberada em caso de utilização para fins acadêmicos. Além disso, museus, bibliotecas, arquivos do Estado e outros gestores de patrimônio cultural terão a liberdade para a digitalização das obras culturais desde que tenha a finalidade de formação e conservação do acervo.

Lojas Americanas e Pão de Açúcar inovam na cobrança das lojas

As marcas Lojas Americanas e Pão de Açúcar começaram a testar novas formas de pagamento em alguns pontos de vendas. Nas Lojas Americanas, o local **recebeu o nome de Ame Go**. Com o aplicativo da loja, o cliente faz a autenticação ao entrar. Na sequência, ele escolhe os produtos que quer comprar e, então, **o valor é debitado na conta da Ame Digital instalado no smartphone**.

A Ame Go usa Inteligência Artificial, além de geladeiras e expositores que possuem sensores para registrar a retirada de produtos e captar quando algum item é devolvido pelo cliente.

“Câmeras tridimensionais rastreiam e monitoram os movimentos, coletando dados e permitindo, por exemplo, analisar quanto tempo cada cliente fica na frente de cada produto, seu comportamento e tomada de decisão”, explica a empresa.



A loja fica no prédio da B2W, que é controlada pela rede das Lojas Americanas.

Por enquanto, apenas os funcionários da B2W podem realizar as compras nessa unidade.



LOJAS AMERICANAS E PÃO DE AÇÚCAR
INOVAM NA COBRANÇA DAS LOJAS

Pão de Açúcar também está testando sistema de cobrança automática

O Grupo Pão de Açúcar está fazendo testes para eliminar as filas de pagamentos nos supermercados. No sistema de cobrança automática, o cliente escaneia o código de barra dos produtos e efetua o pagamento por meio do smartphone. **Com apenas um clique, a cobrança é realizada automaticamente pelo sistema.** Em seguida, o aplicativo gera um QR Code que deve ser usado nas catracas de saída da loja.

Essa função ainda está em fase de testes e, **por enquanto, está disponível apenas para os colaboradores da sede do Pão de Açúcar em São Paulo.**



NATURA CRIA TECNOLOGIA

PARA AVALIAR DANOS NOS CABELOS DOS CLIENTES

Aplicativo realiza a avaliação em tempo real.

A Natura criou um aplicativo que permite que as consultoras façam uma avaliação de danos nos cabelos dos clientes.

O diagnóstico é realizado por meio da câmera do smartphone em conjunto com um questionário a respeito de alguns hábitos capilares. Na sequência, o aplicativo armazena os dados e envia para avaliação na nuvem. Então, o cliente recebe a indicação de quais são os produtos da Natura mais indicados para ele e quais devem ser usados de acordo com o dano dos cabelos.

“O desenvolvimento da solução faz parte da estratégia de transformação digital da Natura”,

diz Luciano Abrantes, diretor de Inovação Digital da empresa.

A tecnologia está em fase final de testes. **Ainda não há previsão de lançamento.**



PEDIDOS DA DOMINO'S

podem ser realizados do automóvel

Plataforma permite que os pedidos sejam feitos enquanto os clientes estão dirigindo.

A Domino's, em parceria com a plataforma de comércio automotivo Xevo Market, criou um **aplicativo para as telas de carros conectados ao sistema**. O serviço permite que os consumidores **peçam as pizzas diretamente da tela do carro** e escolham entre retirar o pedido na loja mais próxima e recebê-lo diretamente em casa.

Esse recurso estará disponível em milhares de veículos a partir do segundo trimestre de 2019. Segundo o diretor de Marketing da Xevo, Brian Woods, 25 milhões de carros possuem essa tecnologia.



"Temos uma longa história de encontrar maneiras de minimizar o atrito e facilitar o acesso à pizza para nossos clientes.

Nós vemos isso como outro ponto de

entrada", afirma Christopher Thomas

Moore, vice-presidente global de Comércio

Eletrônico e Marketing Digital da Domino's.



PEDIDOS DA DOMINO'S PODEM SER REALIZADOS DO AUTOMÁVEL

Essa novidade é uma forma de **captar informações sobre a localização do cliente durante a realização do pedido, garantindo que o serviço de entrega seja realizado no momento certo.**

De acordo com Woods, o cliente pode realizar o pedido apenas com alguns toques na tela. Assim, será possível **estimar o tempo** que ele vai demorar até chegar em casa para que a pizza esteja quente quando chegar ao destino.

Caso o cliente escolha retirar a pizza na loja, o sistema rastreia a localização do carro e direciona o motorista para a Domino's mais próxima.

**SEMPRE
INOVANDO**

Em 2014, os pedidos da marca puderam ser realizados nos carros conectados da Ford Sync. Atualmente, **é possível fazer os pedidos por meio dos dispositivos Google Home e Alexa da Amazon, além de relógios inteligentes, SMS, Slack e Twitter.**

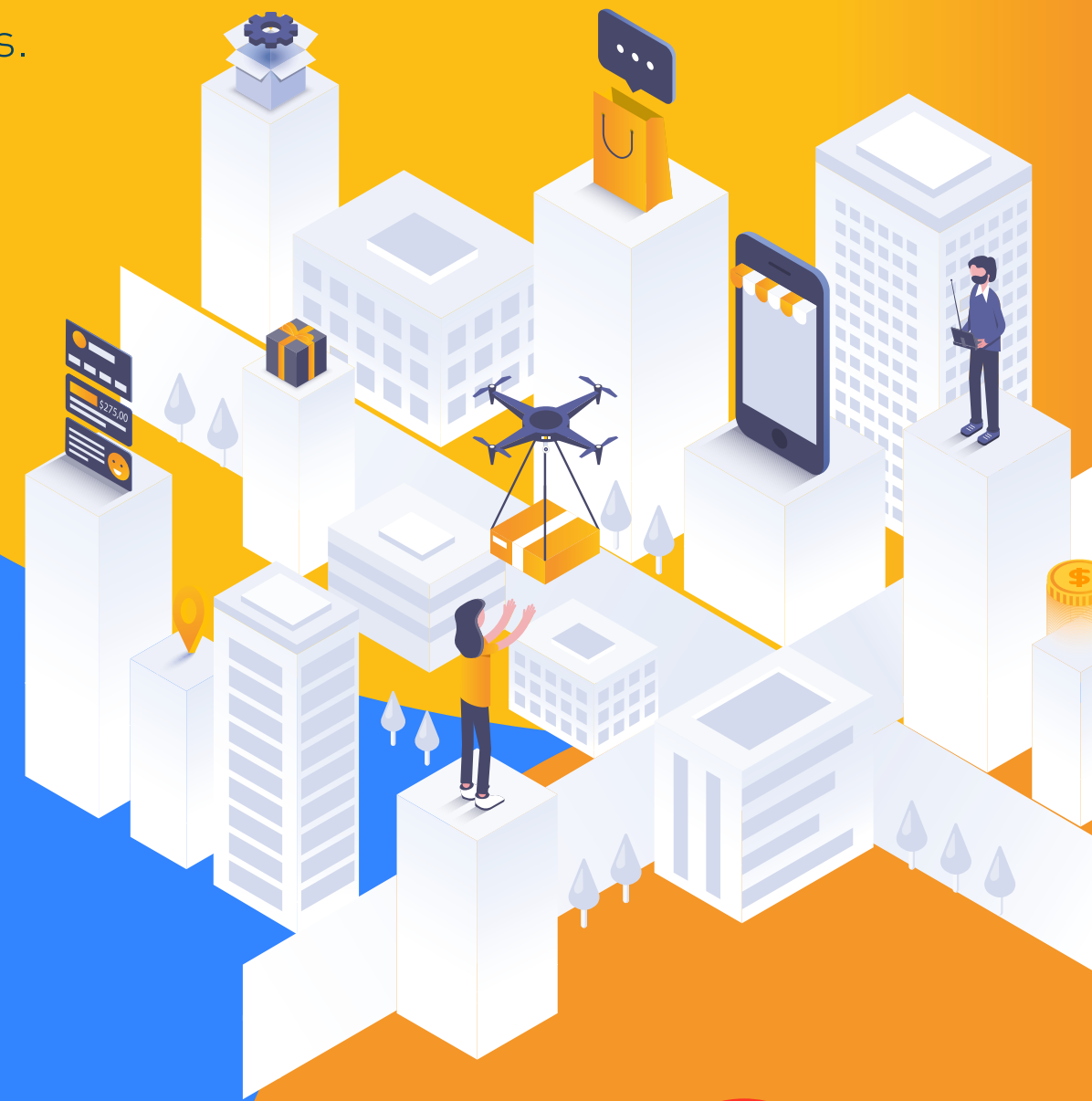


Inovação no serviço de entrega da Google e da Amazon

Nos últimos meses, a Google trabalhou no aprimoramento do Wing, **um serviço de entregas via drone**. A empresa já recebeu a autorização para realizar as operações.

“A Wing está testando a entrega de drones na Austrália desde 2014. Nos últimos 18 meses, a empresa forneceu alimentos, pequenos utensílios domésticos e produtos químicos de consumo mais de três mil vezes para as residências australianas nas comunidades de Fernleigh Park, Royalla e Bonython”, publicou a empresa no blog oficial.

De acordo com dados de pesquisa realizada pela companhia, **esse formato de entrega pode gerar entre US\$ 21 milhões e US\$ 28 milhões para os comércios da região**. Além disso, segundo a Google, **até 2030, os drones podem ser responsáveis por até 25% das entregas de mercadorias locais**.

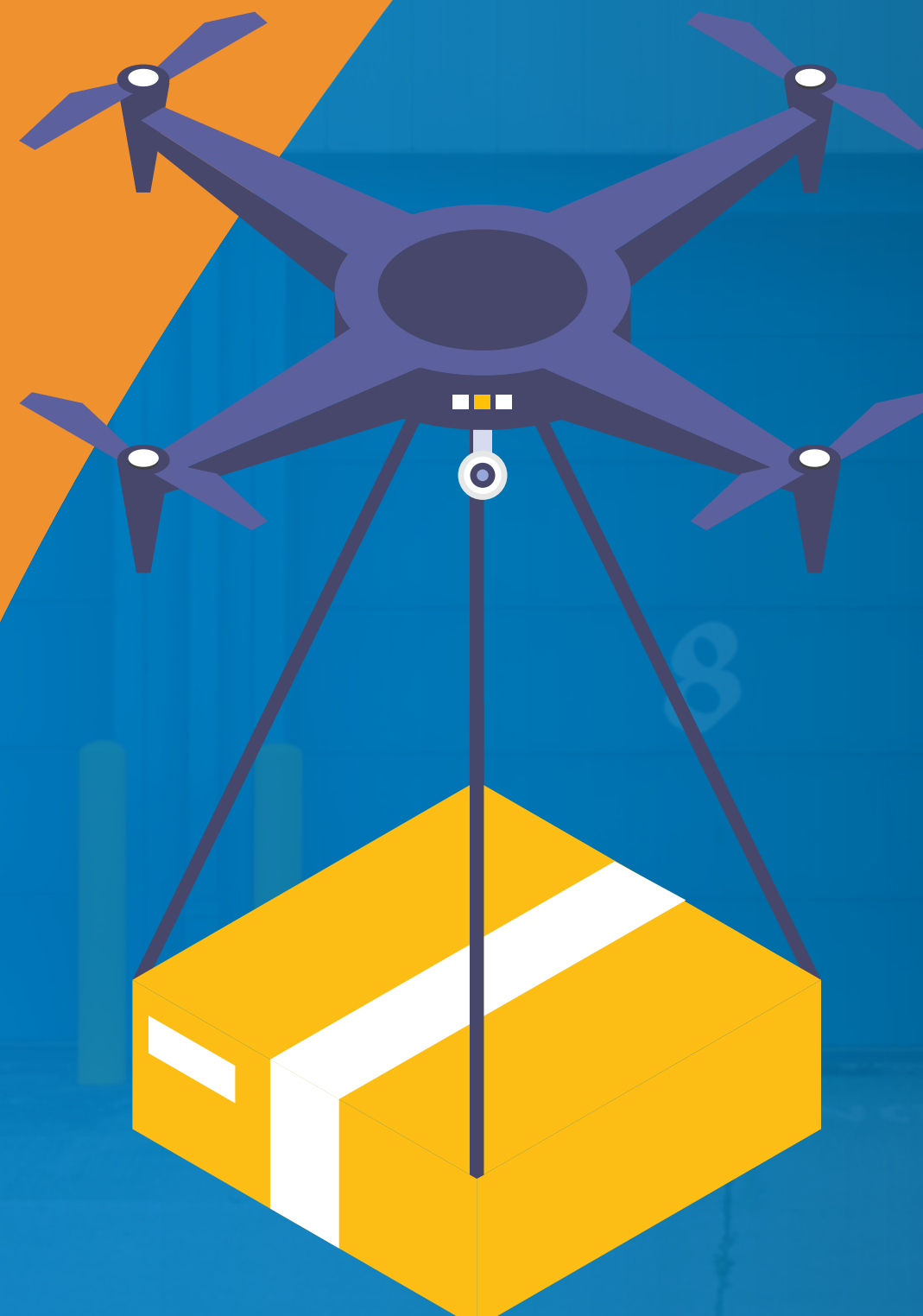


INOVAÇÃO NO SERVIÇO DE ENTREGA
DA GOOGLE E DA AMAZON

Já pensou em receber suas compras direto na garagem?

A Amazon também está apostando em novos modelos de entrega: agora, a empresa entrega as compras direto na garagem do comprador, sem que seja necessário ter alguém em casa para receber os produtos. Para isso, os usuários precisam autorizar que o serviço seja feito dentro da propriedade, conectando as contas no aplicativo Amazon Key, que está disponível para dispositivos iOS e Android.

Isso é possível porque, **nos Estados Unidos, existe um trabalho de controle de garagens que é chamado MyQ.** O serviço conta com uma chave que permite desbloquear a entrada de qualquer garagem. Além disso, os clientes que possuem Cloud Cam, da Amazon, também podem ter acesso a um registro de vídeo do exato momento em que a entrega é realizada pelo entregador. Ainda não há previsão de quando o serviço chegará ao Brasil.



Compras e pagamentos realizados DIRETAMENTE NO INSTAGRAM

Recurso já está sendo testado nos Estados Unidos.

O Instagram **já possui a opção de redirecionar o usuário aos e-commerces** para a realização de compras. Entretanto, lançou **uma nova função na qual os pagamentos poderão ser realizados diretamente pelo aplicativo.**

Ao clicar nas etiquetas, aparecerá o botão **“Checkout on Instagram”**. Assim, os consumidores terão a opção de salvar os dados de pagamento, preencher informações a cada aquisição ou utilizar diretamente o PayPal.

No Brasil, ainda não há previsão de disponibilidade para a função.

Público do
Tastemade
inspira lançamento
do Subway



O Tastemade, um dos canais mais populares de receita no YouTube, e a rede Subway firmaram parceria **a fim de criar novos sabores de sanduíches baseados nos dados e insights gerados na plataforma de receitas.**

O resultado já chegou aos restaurantes Subway dos Estados Unidos.

O sanduíche Green Goddess Tuna Melt é feito com atum, maionese, queijo muçarela ralado, espinafre, tomate, cebola e molho Green Goddess.

A intenção da marca é aproveitar os dados com muita criatividade para desenvolver produtos que possam se adaptar ao paladar dos consumidores de todo o mundo.



Quase quatro mil robôs
serão **colocados nas lojas**

Walmart 

ROBÔS ATUARÃO EM QUATRO FUNÇÕES.

O Walmart anunciou que irá adicionar 3,9 mil novos robôs nas lojas. Eles serão divididos em quatro funções: **limpeza dos pisos**; **digitalização de gôndolas**, garantindo que os produtos sejam expostos com preço correto; **digitalização de itens que chegam por meio de caminhões** e **retirada de compras pela internet**.

A aquisição tem o intuito de fazer com que os funcionários tenham mais tempo para atender pessoalmente os clientes. De acordo com a rede varejista, “a ideia é que, ao se inclinar para o futuro, nossos associados possam ter empregos mais satisfatórios, à medida que o varejo continua mudando”.





Game de realidade aumentada no Extra

Jogo promoveu **caça aos ovos** de Páscoa.

A rede de hipermercados Extra realizou uma **ação de Páscoa para os clientes participantes do programa de fidelidade Clube Extra**. Por meio do aplicativo do programa, os clientes eram convidados a ligar as câmeras do celular e participar da brincadeira.

No jogo, **os clientes precisavam encontrar as tags premiadas que estavam espalhadas em todas as lojas do Brasil**.

Visível apenas pela câmera do celular, o coelho da Páscoa Extra presenteava quem o encontrasse com vários descontos nos chocolates da Lacta.

NO INSTAGRAM, ITAÚ PROMOVE CLIENTES EMPREENDEDORES



EMPRESA AJUDOU PROFISSIONAIS DURANTE AÇÃO DE PÁSCOA.



O Itaú aproveitou a Páscoa para **trabalhar com clientes e microempreendedores que trabalham com doces usando sua presença digital**. Nos Stories do banco, foi divulgado o trabalho da Lia Carvalho, do Lily Flower Cuisine, que vende ovos de Páscoa.

“Eu achei superlegal e me diverti muito gravando o vídeo. Senti que o banco está se importando com quem é pequeno também. Estamos acostumados a ver o banco como uma marca. Com esse contato, o Itaú ganhou a cara das pessoas que estão trabalhando nele”, **conta a empreendedora, que é cliente do Itaú Empresas.**

Essa ação faz parte da nova fase de comunicação do Itaú. Com o conceito “O que você está buscando?” a empresa busca dar foco no cliente.



ERA DO MOBILE FIRST

X

ERA DO MOBILE ONLY

MUDANÇAS NOS HÁBITOS.

Alguns especialistas acreditam que, devido ao crescimento do mercado mobile, as plataformas vão deixar de ser mobile first e passarão a ser mobile only.

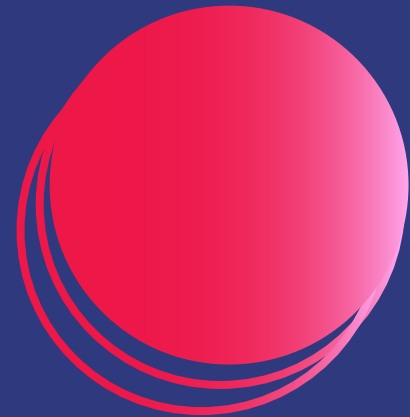


ERA DO MOBILE FIRST X ERA DO MOBILE ONLY

*Desenhar projetos digitais com foco no mobile já deixou de ser tendência há algum tempo. O uso prioritário desse dispositivo por parte do consumidor fez o conceito **mobile first** virar uma realidade amplamente aplicada pelas empresas. Primeiro o site é criado pensando em seu uso no mobile e depois é feita a adaptação para a versão desktop. Nada mais justo num mundo em que os usuários checam o celular, em média, 150 vezes ao dia.*



*Mas esse comportamento está fazendo os especialistas **apontarem uma nova tendência: o mobile only**, conceito relacionado às pessoas que **usam apenas celulares para acessar a internet**. Parece um pouco radical, mas é fato que o uso do mobile tem crescido de forma exponencial no mercado, e o acesso via desktop, em alguns segmentos, chega a ser irrelevante.*



ERA DO MOBILE FIRST X ERA DO MOBILE ONLY



Com o mobile, o consumidor está conectado a maior parte do tempo e tem acesso às informações que norteiam as suas decisões de consumo. O uso desse dispositivo também permite o **acesso a novas tecnologias**, como Inteligência Artificial e Realidade Aumentada, o que **torna a experiência ainda mais rica para o usuário**.

Mas antes de jogar fora os projetos para a versão desktop é preciso **avaliar com critério o comportamento do consumidor nas plataformas da marca**. A tendência aponta um novo comportamento, mas as empresas precisam estar atentas à jornada do consumidor, oferecendo as informações que ele precisa nas plataformas acessadas por ele.



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

[Ou leia agora as outras edições](#)

Obrigado pela leitura!

