



Personalização em escala: os desafios para o mercado varejista de eletrônicos

A personalização de ofertas e produtos se consolidou como uma das principais tendências no varejo e no segmento de eletrônicos, essa exigência é ainda mais latente

A pesquisa CX Trends, realizada pela Octadesk em 2024, mostrou que 69% dos consumidores brasileiros esperam ser atendidos com base em seu histórico de compras e preferências. Em um mercado cada vez mais competitivo, essa expectativa se transforma em um desafio complexo, principalmente para quem atua com produtos de alta tecnologia e inovação constante.

No setor de eletrônicos e acessórios compatíveis com dispositivos de última geração, como é o nosso caso, a personalização não se limita à comunicação. Ela começa na escolha dos produtos que chegam ao portfólio. Entender o comportamento de consumo, os dispositivos que mais crescem em adição e as funcionalidades que os usuários priorizam permite antecipar tendências e oferecer soluções mais conectadas às reais necessidades do público.

O primeiro desafio, portanto, é operacional. Para garantir esse nível de personalização em um mercado tão dinâmico, é indispensável contar com uma infraestrutura tecnológica robusta e integrada. Muitos varejistas e fabricantes ainda enfrentam desafios com sistemas e dados, de modo a integrar uma operação omnichannel, principalmente quando operam tanto no físico quanto no e-commerce. Essa integração é fundamental para gerar uma jornada fluida e ampliar a expansão dos canais, de maneira a oferecer uma experiência diferenciada ao cliente especialmente

Richard Kenj (*)

em um país de dimensões continentais como o Brasil.

O segundo desafio envolve a coleta e o uso responsável dos dados. Embora os consumidores queiram atendimento personalizado, a preocupação com a privacidade e o uso ético das informações só cresce. É fundamental deixar claro como os dados são armazenados, protegidos e utilizados, sempre em conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). No varejo de eletrônicos, onde as compras muitas vezes envolvem dados sensíveis, a transparência é um diferencial competitivo. Quanto mais confiança o cliente tiver, maior será sua fidelização à marca.

O terceiro ponto é o fator humano. Ainda que tenhamos ferramentas automatizadas para diversos estágios da jornada, a tecnologia não pode substituir o olhar empático. A personalização eficiente é aquela que alia inteligência de dados com sensibilidade. Inclusive, neste ponto, é possível mencionar a estratégia Phygital, que amplia o fator humano no ambiente físico e digital.

A personalização em escala é, portanto, um caminho sem volta, mas ela exige investimento, estratégia e propósito. No mercado de eletrônicos, onde as novidades surgem diariamente, personalizar é também educar, orientar e gerar valor real.

O futuro do varejo não será apenas sobre quem oferece o melhor produto, mas sobre quem consegue entregar a experiência certa, no momento certo, para a pessoa certa, com ética, inteligência e cuidado. Aparentemente é óbvio, mas é um desafio e tanto implementarmos e executarmos o óbvio.

(*) Diretor Comercial da Lity.

Sete dicas práticas para se tornar um UX Designer competitivo

Save Me Teacher, plataforma especializada em inglês para o trabalho, te explica, na prática, como incluir o idioma na rotina – e no seu LinkedIn

S seja no planejamento ou na melhoria de cada experiência do usuário, o papel do profissional de UX (User Experience) é pensar em soluções que atendam às necessidades em cada contexto. Para quem busca uma oportunidade na área, é fundamental otimizar o perfil no LinkedIn e direcioná-lo estrategicamente para as vagas desejadas. E, claro, o inglês deve ser um grande aliado nessa jornada.

O inglês é fundamental para quem atua com UX Design, já que grande parte das ferramentas e tecnologias da área são desenvolvidas nesse idioma. Além disso, uma comunicação eficaz com clientes e equipes internacionais depende diretamente do domínio do inglês. Ter um bom nível no idioma permite se destacar no mercado, acessar oportunidades globais e ampliar as chances de sucesso na carreira.

A partir disso, a Save Me Teacher, plataforma especializada em cursos de inglês voltados para o ambiente profissional, reuniu algumas dicas para ajudar você a criar e otimizar seu perfil no LinkedIn, deixando-o mais atrativo para recrutadores e aumentando suas chances de conquistar boas oportunidades na área. Confira:

Tenha um perfil bilíngue: mesmo mantendo seu perfil principal em sua linguagem nativa, nesse caso o português, uma boa estratégia é adicionar um perfil novo em inglês na mesma conta que a no idioma original, usando essa funcionalidade do LinkedIn. Fazer isso vai ampliar ainda mais suas chances de aparecer em buscas feitas nos dois idiomas, aumentando sua visibilidade para recrutadores e contatos internacionais.

Evite ter apenas um perfil em inglês: o LinkedIn serve também como um espaço de networking, e é muito importante que seus colegas brasileiros possam se lembrar de você e te indicar em futuras oportunidades. Manter apenas um perfil em inglês pode fazer com que alguns deles não entendam seu perfil por completo. Ter os dois te trará segurança e uma dupla visibilidade, nacional e internacional.

Destaque tecnologias e linguagens com as quais você tra-



balha: recrutadores usam termos do seu convívio profissional como palavras-chave durante a busca por um UX Designer. Pense estrategicamente e coloque tanto a linguagem quanto os termos e tecnologias de sua rotina em sua headline, em seu resumo profissional – o sobre – e em suas experiências profissionais. Dessa forma, aumentará as chances de ser encontrado por algum recrutador.

Distribua palavras-chave estratégicas ao longo de todo o perfil: o LinkedIn também funciona como um mecanismo de busca. Então para encontrar as melhores palavras-chave, analise descrições de vagas em inglês que interessar a você e use a IA como sua aliada para extrair termos mais relevantes e de acordo com a sua necessidade. Assim que tiver, coloque-as em seu perfil.

Deixe seu portfólio visível: para que um recrutador tenha fácil acesso aos projetos e conquistas que realizou em sua carreira, adicione também links no campo “Sobre” e nas experiências profissionais que possui. Você pode anexar PDFs, vídeos e até apresentações. Pense que seu portfólio deve ser um cartão de visitas, então precisa estar

Para quem busca uma oportunidade na área, é fundamental otimizar o perfil no LinkedIn e direcioná-lo estrategicamente para as vagas desejadas. E, claro, o inglês deve ser um grande aliado nessa jornada.

visível aos olhos de quem ainda não te conhece e quer conhecer.

Fale sobre suas soft skills: Profissionais de UX costumam focar apenas nos conhecimentos técnicos, mas as habilidades interpessoais do designer são um diferencial mais do que importante para recrutadores que estiverem de olho em você. Aproveite a oportunidade para destacar seu trabalho em equipe, comunicação e como age em momentos de liderança, por exemplo.

Está migrando para UX? Agora, se você está começando na área e ainda não possui uma experiência direta, não se preocupe: ainda poderá destacar habilidades transferíveis, ou seja, as soft skills comentadas no item anterior, que certamente você já as possui através da experiência vinda de outras áreas. Exemplos: foque em sua boa comunicação, no trabalho em equipe, na resolução de problemas, e até mesmo na empatia e no pensamento crítico. Uma vez que tiver as habilidades listadas, inclua isso em seu resumo (Sobre).

Colocou as dicas em prática? Ainda não acabou: otimizar seu perfil do LinkedIn em inglês é um processo contínuo, então garanta uma revisão adequada e atualize sempre que necessário suas informações, assim seu perfil estará sempre visível para novos recrutadores. Se encontrar a oportunidade, por que não buscar um feedback para colegas e mentores? Vai melhorar ainda mais sua presença online e ainda manterá uma boa relação com a pessoa que o auxiliar.

Com cada avanço, sua confiança e dedicação como UX Designer cresce. Assim, se destacar no mercado de trabalho torna-se apenas uma questão de tempo.

O “Employee Experience” virou apenas um discurso?

Estudo da Diversitera revela que desigualdade nas lideranças ainda é um gargalo estrutural para a evolução da cultura organizacional no Brasil. Empresas brasileiras têm investido cada vez mais em iniciativas voltadas ao bem-estar dos colaboradores. No entanto, um levantamento da Diversitera - especializada em pesquisas para gestão, com ênfase em Diversidade e Inclusão - revela um desalinhamento preocupante entre o discurso institucional e a estrutura de poder nas organizações.

Realizado entre junho de 2022 e março de 2025, o estudo analisou mais de 70 empresas de 17 segmentos. O recorte mostra que a alta liderança no mercado formal de trabalho segue homogênea e ainda distante da pluralidade

brasileira, muitas vezes divergindo da proporcionalidade esperada quanto à demografia do país, como demonstram os dados abaixo:

- Apenas 1,5% dos cargos de diretoria e gerência executiva são ocupados por pessoas com deficiência (IBGE: 8,9% de PCD no Brasil);
- Mulheres ocupam 35% desses cargos (IBGE: 51,5% de mulheres no Brasil);
- Pessoas negras representam 9,7% das lideranças de topo (IBGE: 55,5% de negros no Brasil).

Segundo especialistas, esses dados não são apenas um alerta sobre representação e representa-

tividade, mas também um indício de risco estrutural que pode comprometer a própria capacidade das empresas de escutar, inovar e reter talentos.

“Não há experiência do colaborador sem representatividade real na tomada de decisão”, afirma Jaime Almeida, diretor de DEI da ABRH-SP. “Lideranças homogêneas podem não compreender a dimensão das dores e desafios enfrentados por grupos minorizados. Isso afeta diretamente o clima organizacional, os índices de saúde mental e, por consequência, a performance do negócio”.

Saúde mental preocupa A constatação vem num momento em que o esgotamento emocional e o burnout se tornaram

fenômenos comuns no ambiente corporativo, especialmente entre profissionais sub-representados. Outros estudos apontam que a exclusão estrutural está diretamente relacionada à perda de engajamento, rotatividade elevada e à dificuldade em desenvolver ambientes psicologicamente seguros.

Apesar do aumento dos investimentos em programas de saúde mental, os especialistas reforçam que não há bem-estar sustentável sem uma transformação profunda nas estruturas de liderança.

“A Employee Experience precisa ser redesenhada com lentes de diversidade, equidade e inclusão. Do contrário, ela continuará sendo um privilégio de poucos”,

complementa Jaime Almeida. “Se as pessoas que estão na liderança não desenvolvem repertório através da escuta, não representam e não reconhecem diferentes trajetórias, dificilmente conseguem construir uma cultura de pertencimento real”.

Para a Diversitera, Diversidade, Equidade e Inclusão (DEI) não podem ser iniciativas periféricas e cosméticas à estratégia de negócio, quando na realidade são valores que contaminam ferramentas de gestão aplicadas no dia a dia. Em um mercado cada vez mais exigente - com consumidores, investidores, fornecedores e talentos cobrando coerência e compromisso - empresas que não repensarem suas lideranças correm o risco de se tornarem irrelevantes.