



INTERNACIONALIZAÇÃO

CINCO PASSOS PRÁTICOS PARA LEVAR SUA EMPRESA AO EXTERIOR

▶▶ Leia nas páginas 8

A arte de fidelizar clientes

Confira três dicas que podem gerar resultados reais e sustentáveis

CEO da Açai Concept compartilha dicas para impulsionar seu negócio com a ajuda de clientes fiéis

O verdadeiro segredo do sucesso não está apenas em atrair novos clientes, mas em fortalecer o relacionamento com quem já consome seus produtos ou serviços. O comportamento do consumidor muda com o tempo, e acompanhar essas transformações é essencial para oferecer experiências cada vez mais alinhadas aos seus interesses. No setor de alimentação, isso não é diferente. Para Rodrigo Melo, co-fundador e CEO da Açai Concept, rede global de franquias de açaí e cremes tropicais, inovar constantemente — seja em sabores, cremes congelados ou acompanhamentos — é fundamental para surpreender e fidelizar quem já conhece a marca.

De acordo com a Associação Brasileira de Franchising, o segmento de alimentação teve crescimento de até 16,1% em 2024, impulsionado por casas de açaí e sorveterias. “Fidelizar clientes é uma das estratégias mais eficazes para atrair novos. Quando uma marca mantém um bom relacionamento com seu público, transmite confiança, consistência e qualidade — ingredientes que impulsionam o famoso marketing “boca a boca”. E no mundo dos negócios, nada é mais valioso do que indicações genuínas para garantir um crescimento sustentável”, reforça o executivo.

Para quem quer fidelizar clientes, mas não sabe por onde começar, Rodrigo separou algumas dicas para colocar em prática no seu negócio, confira:

1 O atendimento ao cliente é uma prioridade – Há quem não volte a consumir um produto ou serviço pelo mau



@mercosmetra

“O atendimento é o primeiro ponto de contato entre a empresa e o consumidor. Por isso, é essencial preparar a equipe para oferecer a melhor experiência possível. Investir em treinamento, suporte e customer success é parte desse processo”, destaca o CEO.

2 Invista em um ambiente agradável – Para que o cliente se sinta confortável e acolhido, cada detalhe do ambiente conta, desde a iluminação ao papel de parede, do cardápio à decoração. Tudo deve ser pensado para criar uma atmosfera que faça as pessoas se sentirem em casa.

“Crie um espaço que fique na memória do cliente. Assim, quando ele pensar em consumir algo que você oferece, sua marca será a primeira lembrança. Isso faz toda a diferença na hora de se destacar da concorrência. Use a criatividade para entrar no clima de datas comemorativas como Natal, Carnaval ou Halloween — essas interações leves encantam o público. Mas claro, sem perder a essência da sua marca”, aconselha Melo.

3 Surpreenda seus clientes – Quem não gosta de promoção? Investir em ações como essa, mesmo que pontuais, é uma maneira simples e eficaz de manter o consumidor engajado. Além disso, geram conexão emocional com a marca, e isso é o que muitos consumidores valorizam hoje.

“Quando uma marca mantém um bom relacionamento com seu público, transmite confiança, consistência e qualidade — ingredientes que impulsionam o famoso marketing “boca a boca”.

atendimento. Melhorar a experiência do cliente exige atenção a pontos-chave: conhecer bem o público e suas preferências, manter presença ativa nas redes sociais — com conteúdo frequente e canais de atendimento — e, principalmente, ouvir de verdade. Avaliar feedbacks com escuta ativa e mostrar que a opinião do cliente importa, faz toda a diferença.

“Um dos maiores erros no mercado gastronômico é deixar de investir em campanhas criativas para encantar o público. Pode ser uma promoção, um mimo para clientes frequentes ou até um gesto atencioso após uma reclamação. Não precisa ser nada grandioso. Quando é feito com cuidado e propósito, o impacto pode ser enorme”, destaca.

CLT ou PJ – Saiba escolher o regime de contratação sem colocar a empresa em risco

O avanço da tecnologia e a flexibilização das relações de trabalho impulsionaram o crescimento da contratação de profissionais como pessoa jurídica, o famoso PJ. ▶▶

Gestão eficiente no terceiro setor: o caminho para a sustentabilidade social

Em meio a um cenário de crescentes demandas sociais e recursos cada vez mais escassos, organizações do terceiro setor - ONGs, fundações e associações sem fins lucrativos - enfrentam o desafio constante de manter suas operações sustentáveis e de impacto relevante. ▶▶

Marketing sensorial: como usar os cinco sentidos e criar experiências marcantes?

Especialista destrincha o tema e explica como usar os cinco sentidos para se diferenciar no mercado. ▶▶

Cinco verdades que toda empresa precisa encarar com a nova NR-1

Mesmo com a prorrogação da entrada em vigor da nova redação da Norma Regulamentadora Nº 1 (NR-1) para maio de 2026, a urgência em torno da saúde mental no trabalho segue crescente. Segundo dados do Ministério da Previdência Social, as doenças relacionadas à saúde mental já são a terceira principal causa de afastamento do trabalho no Brasil, com destaque para quadros como depressão, ansiedade e transtornos de adaptação. ▶▶

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular



Negócios em Pauta

Foto: Darcy Bastos



6ª edição da Compliance Week

A MANN+HUMMEL promove, de 8 a 12 de setembro, a 6ª edição da Compliance Week, uma semana de conteúdos e experiências dedicada a fortalecer a cultura de integridade, transparência e conformidade legal, traduzindo o compliance em práticas do dia a dia e apoiando a tomada de decisão em toda a organização, na cadeia produtiva e na comunidade. A edição deste ano destaca temas estratégicos como diversidade e desafios culturais em ambientes globais, impactos da inteligência artificial, segurança da informação e proteção de dados, prevenção de fraudes e antitruste, além de iniciativas de engajamento com universidades e um encontro multissetorial com grandes empresas para troca de melhores práticas. As inscrições para o evento do dia 09/09 podem ser feitas pelo link: <https://www.sympla.com.br/evento/compliance-week-unimax-mann-hummel/3041799>. ▶▶ Leia a coluna completa na página 3

News@TI

AI/Smart Energy



Falta uma semana para a Smart Energy 2025

@Na próxima semana, nos dias 10 e 11 de setembro, acontece no Campus da Indústria, em Curitiba, a Smart Energy 2025 – Conferência Internacional de Energias Inteligentes. O evento, que se consolidou como um dos mais tradicionais do setor no Brasil, reunirá autoridades nacionais e internacionais, especialistas, empresas, universidades e instituições de pesquisa para discutir os caminhos da transição energética e as soluções para um futuro mais sustentável. Com uma programação que inclui feira, palestras, painéis e o Fórum Eficiência Energética, a conferência abordará temas como fontes renováveis de energia, carbono zero, hidrogênio renovável, mobilidade elétrica, inteligência artificial, data centers e políticas públicas. As inscrições para a Smart Energy 2025 podem ser feitas pelo site: smartenergy.org.br e o ingresso custa R\$ 360,00 (inteira) e R\$ 180,00 (meia) para participação nos dois dias de evento. ▶▶ Leia a coluna completa na página 2

A Outra Sala

Setembro Amarelo: o que o suicídio significa para as organizações

Por Ana Luísa Winckler

▶▶ Leia na página 4

