



Nesta edição temos um Suplemento de Agronegócio que aborda os principais assuntos do setor.

INTERAÇÃO COM O CLIENTE

OMNICHANNEL

CINCO DICAS DE OMNICHANNEL PARA GERIR EQUIPES DE ATENDIMENTO COM APOIO DA IA

▶▶ Leia nas páginas 8

Gamificação no varejo: o segredo para conquistar o novo consumidor

Nos últimos anos, o comportamento do consumidor mudou radicalmente.

Mais exigente, distraído e conectado, ele não busca apenas produtos, mas experiências. Um estudo da Deloitte, uma das maiores empresas globais de consultoria e auditoria, reforça essa transformação: enquanto 80% dos líderes de empresas B2C acreditam oferecer uma experiência de compra excelente, menos da metade dos consumidores concorda com essa percepção.

Isso evidencia uma lacuna entre o que as marcas acreditam estar entregando e o que os clientes realmente valorizam: experiências relevantes e consistentes. Nesse novo cenário, a gamificação surge como ferramenta poderosa para atrair, engajar e fidelizar consumidores de forma genuína, tornando a jornada de compra mais interativa e envolvente.

A lógica é simples: trazer elementos de jogos — como desafios, recompensas e rankings — para contextos do varejo. O cliente quer se sentir parte de uma comunidade, reconhecido por suas escolhas. Marcas que adotam essa estratégia criam um ambiente onde o consumidor quer estar (e voltar) com frequência.

Engajamento virou a nova moeda. Programas de fidelidade esquecidos mostram que o problema não é o conceito, é a execução. Com metas semanais, selos colecionáveis e desafios surpresa, o envolvimento do cliente se torna constante, gerando mais visitas, tempo de permanência e vendas.

Além de engajar, toda interação em uma plataforma gera dados: quais produtos chamam mais atenção, quais desafios convertem melhor, onde o interesse cai. Isso permite campanhas mais precisas e ajustes em tempo real.

Divulgação



Nara Iachan

“Investir em gamificação não é uma moda passageira, e sim uma estratégia para quem quer construir relacionamentos duradouros com seus clientes.

Ao contrário do que muitos imaginam, gamificar não é privilégio de grandes redes. Com a popularização de soluções acessíveis e plataformas plug-and-play, varejistas de todos os portes podem aplicar iniciativas simples. Sistemas de pontos com progressão de níveis, missões personalizadas com recompensas, descontos desbloqueáveis conforme o engajamento e selos virtuais por comportamento recorrente são exemplos que cabem em qualquer realidade.

Além de viável, a gamificação é um investimento com retorno real. Diversos

cases demonstram aumento de até 40% na frequência de compra, redução no churn de clientes ativos e crescimento expressivo no ticket médio entre usuários engajados. Quando bem estruturada, essa estratégia se paga em menos tempo do que se imagina.

Esse movimento também acompanha a evolução do comportamento do consumidor, cada vez mais acostumado à fluidez de interação oferecida por apps, carteiras digitais, IA e experiências imersivas. A gamificação conversa diretamente com esse cenário. Não se trata de colocar joguinhos em todo lugar, trata-se de usar inteligência para criar experiências memoráveis.

Investir em gamificação não é uma moda passageira, e sim uma estratégia para quem quer construir relacionamentos duradouros com seus clientes, aumentar vendas e criar diferenciação real em um mercado cada vez mais competitivo.

(Fonte: Nara Iachan é CMO da Loyalme by Cuponeria).

Reforma Tributária no varejo: como a tecnologia apoia o setor?

A Reforma Tributária no Brasil não é apenas uma mudança desafiadora em nossa lei, mas uma oportunidade para o mercado repensar suas operações, assegurando e elevando seus resultados. ▶▶

Regras do IBS e CBS vão obrigar empresas de serviços a refazer política de preço

A reforma tributária é uma realidade no mundo corporativo. A partir de janeiro de 2026, a tributação sobre o consumo passará por mudanças profundas, que não se resumem a um novo fato gerador para fornecimento de bens e serviços. ▶▶

Política comercial: blindagem do lucro ou armadilha silenciosa?

A política comercial de uma empresa deveria ser o mapa que orienta vendedores, garante previsibilidade de resultados e protege a rentabilidade. ▶▶

Da gestão escolar à sala de aula: inovação digital pode reduzir desigualdades na educação

Um estudo de 2023 do Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic) revela que apenas 44% dos jovens e adolescentes entre 9 e 17 anos têm acesso à internet na escola. O dado evidencia uma forma de desigualdade social que interfere diretamente na formação acadêmica e amplia a distância no acesso à universidade e ao mercado de trabalho. ▶▶

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular



Negócios em Pauta

Reprodução: <https://congressbrazilmobile.com/cbm-2026-congress-brazil-mobile-sera-realizado-de-20-a-22-de-marco-de-2026/>



Congress Brazil Mobile & Expo 2026

A revolução do smartphone no varejo brasileiro encontra no CBM – Congress Brazil Mobile & Expo 2026 o palco estratégico para acelerar negócios, inovação e transformação digital, além de um ponto de encontro para negócios e novas parcerias. O evento acontece de 20 a 22 de março de 2026, no Distrito Anhembi, em São Paulo (SP), reunindo os principais players do setor para três dias de negócios, conteúdo estratégico, aprendizado e muito networking. Diferente dos modelos convencionais de feira, o CBM se posiciona como um hub estratégico para ampliar vendas, gerar leads e firmar parcerias comerciais com tomadores de decisão de todo o setor mobile. A programação contempla área de exposição com marcas nacionais e internacionais, arenas de conteúdo segmentadas e formatos exclusivos de visibilidade para empresas que atuam em um ambiente cada vez mais competitivo (www.congressbrazilmobile.com). ▶▶

Leia a coluna completa na página 3

News@TI

AIJU Delamura



Curso em personalização oferece aulas online gratuitas para iniciantes

@Conquistar uma renda extra pode parecer um desafio, mas é mais simples do que se imagina. Seja para complementar os ganhos, alcançar metas financeiras mais rápido ou lidar com imprevistos, existem diversas possibilidades. E o melhor de tudo é que você pode encontrar uma atividade que combine com a sua rotina e habilidades manuais. Nessa perspectiva, a especialista em empreendedorismo criativo e personalização, Ju Delamura, abriu inscrições para o seu curso online e gratuito "Maratona Silhouette & Personalizados", que propõe ensinar personalização digital com a máquina de corte Silhouette (https://www.judelamura.com.br/li27-inscricao?utm_campaign=LI27&utm_source=instagram&utm_content=LI27-inscricao&fbclid=PAZXH0bgNhZWOcMTEAAac-yoBfPc9ZxiZaM1oUxa7LcNGprPm2fsWsEqxeO-1m46oDvQkagqf6gyLRB8g_aem_q4-quLNOPYx3cBTLZmCMzg). ▶▶

Leia a coluna completa na página 2

Visão Corporativa

Experiência do Cliente não é detalhe, é estratégia de negócio



Neiva Mendes

▶▶ Leia na página 4

A Outra Sala

Não deixamos os líderes adulterarem



Ana Luisa Winckler

▶▶ Leia na página 5