

Empresas & Negócios

PEÇA-CHAVE NA JORNADA

mnb_CANVA

Empresas & Negócios no TURISMO

Nesta edição temos um Suplemento de TURISMO que traz opções de viagens e assuntos do setor.



POR QUE A EXPERIÊNCIA DE ENTREGA É TÃO IMPORTANTE PARA O CLIENTE?

Leia na página 8

Como encantar antes de vender

Experiências emocionais e atendimento empático transformam o consumo de Natal em conexão e fidelização

As vendas de fim de ano seguem entre os principais motores do varejo brasileiro, segundo levantamento da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), que projeta crescimento entre 1% e 2% para o setor em 2025. Embora o volume de compras continue expressivo, especialistas apontam que o verdadeiro diferencial competitivo está na forma como as empresas conduzem a experiência de consumo, em um cenário em que a experiência do consumidor vale tanto quanto o produto, o diferencial competitivo está no encantamento.

Para Alexandre Slivnik, especialista em excelência de serviços, vice-presidente da Associação Brasileira de Treinamento e Desenvolvimento (ABTD) e diretor executivo do IBEX, com sede em Orlando (EUA), o segredo das empresas que se destacam nesta época está em adotar uma mentalidade semelhante à da Disney: encantar antes de vender.

“O consumidor do Natal não busca apenas presentes, mas sensações. O sorriso, a escuta atenta e a surpresa positiva criam laços que o preço nunca cria”, explica o especialista, que há mais de duas décadas estuda a cultura de encantamento de companhias como Disney, Apple Store e Starbucks. Slivnik afirma que, ao priorizar a experiência e o acolhimento, o varejo transforma o cliente em promotor da marca. “Vender é consequência. Encantar é a causa”, resume.

Análises da Gallup mostram que o “engajamento do funcionário” leva a



Alexandre Slivnik

O consumidor do Natal não busca apenas presentes, mas sensações. O sorriso, a escuta atenta e a surpresa positiva criam laços que o preço nunca cria. O palco não é só o balcão, é também o estacionamento, o caixa e o pós-venda. A experiência começa antes da compra e continua muito depois da entrega.

23% a mais de rentabilidade. O impacto na retenção também é claro, com 21% menos rotatividade. Para Slivnik, o efeito é ainda mais perceptível no fim do ano, quando filas, prazos e altos volumes de atendimento se tornam oportunidades de encantamento. “A forma como uma loja lida com a espera ou com um problema na entrega pode definir a percepção do cliente para sempre. Um copo d’água oferecido, um atendimento com empatia ou uma solução rápida transformam frustração em encantamento genuíno”, destaca.

Inspirado nos princípios da chamada Estratégia da Magia, metodologia criada por ele e baseada na filosofia Disney, Slivnik defende que as empresas precisam tratar cada ponto de contato como um momento de espetáculo. “O palco não é só o balcão, é também o estacionamento, o caixa e o pós-venda. A experiência começa antes da compra e continua muito depois da entrega”, afirma.

Casos como o da Apple Store, que treina funcionários para cumprimentar cada cliente com sorriso e olhar direto, ou o da Starbucks, que personaliza o atendimento chamando os consumidores pelo nome, ilustram a importância do toque humano nas grandes redes. “Essas marcas não vendem café ou tecnologia, vendem pertencimento. É essa sensação que fideliza”, observa o especialista.

Para o professor convidado do MBA de Gestão Empresarial da FIA/USP, investir em treinamentos que reforcem empatia e propósito é o primeiro passo para garantir resultados sustentáveis. “O encantamento é uma escolha estratégica, não sazonal. Quando a empresa entende que cada sorriso é um investimento, transforma o Natal em um palco de experiências inesquecíveis”, conclui Slivnik.

Evolução do setor logístico ganha força com foco na experiência do cliente

O setor logístico sempre foi guiado por precisão, agilidade e controle de processos, mas o avanço das cadeias de suprimentos e das demandas dos consumidores vem exigindo um olhar mais amplo.

Automóveis



Via Digital Motors

Por Lucia Camargo Nunes

Leia na página 4

Política



Operário no poder

Heródotu Barbeiro

Leia na página 2

Negócios em Pauta



Liberdade para Empreender

No dia 25 de novembro, das 8h às 19h, o CMEC realizará a 6º edição do Liberdade para Empreender com o tema: On-line/Off-line – Empreender no Digital e Viver no Real: Equilíbrio é o Novo Sucesso. Voltado para empresas e empreendedores, o evento promovido pelo Conselho da Mulher Empreendedora e da Cultura (CMEC) – órgão da Associação Comercial de São Paulo (ACSP), da Federação das Associações Comerciais do Estado de São Paulo (FACESP) e da Confederação das Associações Comerciais e Empresariais do Brasil (CABC) – reunirá especialistas em gestão, saúde emocional, tecnologia, longevidade e inovação para falarem sobre os desafios de empreender com equilíbrio e bem-estar em um mundo cada vez mais digital (www.cmeccmulher.com.br/liberdadeparaempreender2025).

Leia a coluna completa na página 3

News@TI



Ranking 100 Open Startups 2025

A 10ª edição do Ranking 100 Open Startups, consolidado como o maior ranking corporativo da América Latina e referência no mercado, revela um ecossistema de open innovation em plena expansão, atingindo números recordes em 2025. O volume financeiro transacionado em contratos entre corporações e startups disparou de R\$ 10,8 bilhões para R\$ 17 bilhões, um crescimento expressivo de 57% em relação a 2024. O anúncio oficial e a premiação aconteceram durante o Open Innovation Awards - Edição Campeões da Década, realizado no Copacabana Palace, no Rio de Janeiro. A publicação, construída a partir de critérios objetivos baseados no volume e tipos de negócios estabelecidos, somou 60.111 relacionamentos de open innovation registrados entre corporações e startups no ano (www.openstartups.net/site/ranking/index.html).

Leia a coluna completa na página 2

Grandes marcas estão mudando a estratégia de comunicar as campanhas de incentivo

Há mais de 10 anos, as empresas enfrentam o mesmo desafio: como engajar seus colaboradores e parceiros comerciais e mantê-los comprometidos com as metas?

Seus direitos na Black Friday: como identificar promoções reais e evitar abusos

Professor da Faculdade Baiana de Direito esclarece os principais direitos previstos no CDC e alerta consumidores para práticas abusivas.

Especialista aponta como potencializar vendas em datas comerciais

Estratégias práticas para empresas impulsionarem resultados durante o fim do ano e fortalecerem o posicionamento digital ao longo de todo o calendário.

Economia da Criatividade

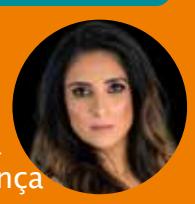


A Nova Era da Reputação Educacional: Como a Confiança se Constrói (ou se Perde) Online

Carol Olival

Leia na página 4

Negócios & Carreira!



Da Zona Leste ao Mundo: A Jornada de Liderança Global de Eduardo Teixeiras

Fabiana Monteiro

Leia na página 5