

digitaliza.ai

GUIA PASSO A PASSO PARA DIGITALIZAÇÃO

A digitalização da sua empresa deixou de ser um diferencial e passou a ser uma necessidade para a sobrevivência e nesse e-book iremos te auxiliar a entender melhor como dar os primeiros passos rumo ao futuro

digitaliza.ai

StartSe 

Índice

01

Por que digitalizar seu negócio?

02

Oportunidades que você pode estar perdendo

03

Dicas infalíveis para a sua empresa

04

Dicas práticas dos profissionais do mercado



Por que digitalizar seu negócio?



A digitalização já estava em alta, e o comportamento digital dos consumidores durante a pandemia só se intensificou. O consumidor brasileiro possui novas necessidades e o seu comportamento impactou todos os setores.

A digitalização da sua empresa deixou de ser um diferencial e passou a ser uma necessidade para a sobrevivência nesse novo cenário.

O consumidor agora preza mais o conforto e praticidade e esse consumo digital chegou para ficar. Segundo uma pesquisa realizada pela consultoria Ebit, 13 milhões de novos consumidores adotaram o consumo online em 2020, chegando a um total de 79,7 milhões de consumidores do e-commerce, um aumento de 29% em relação a 2019. E esse crescimento não estagnou depois do primeiro ano de pandemia, segundo uma pesquisa da Neotrust, em 2021 houve um crescimento de 57,4% no consumo digital em comparação com 2020.

Em 2022 o consumo online se potencializou, 78% dos brasileiros preferem comprar em sites ou apps de uma loja e 75% usam as redes sociais para pesquisar produtos.

Por que digitalizar seu negócio?



Diante desse contexto, as empresas precisam se digitalizar para acompanhar a tendência de seus consumidores, mas essa digitalização não para na migração para o e-commerce. A digitalização da população brasileira, mesmo tendo sido catalisada pela necessidade de realizar compras online, tomou proporções além disso.

Hoje em dia o consumo de conteúdo e informação, contato com pessoas e processo de decisão de compra são realizados, em grande parte, online. A jornada do consumidor passou a ser em sua maioria digital, e o seu processo decisório passou a ser digital e autônomo, sendo apenas 17% da venda, se isso, feita com contato humano. Assim, consideramos que a presença online da sua empresa é necessária em todas as etapas da jornada do seu consumidor, pois mesmo o varejo físico voltando, o processo de compra não voltará a ser o mesmo.

Segundo a Social Miner, 49% dos consumidores pretendem adotar o “phygital”, a mescla do físico com o digital, sendo que 52% pretendem realizar a compra online e apenas buscar o item na loja física, ou seja, para 52% dos consumidores o processo de decisão e a compra continuará sendo 100% online.



Oportunidades que você pode estar perdendo



Segundo um estudo realizado pela McKinsey, com o objetivo de medir a maturidade digital de empresas que atuam em diversos setores, existem quatro tipos de empresas perante a digitalização: os iniciantes, emergentes, ascendentes e líderes digitais.

A pesquisa descobriu que os líderes digitais, empresas mais digitalizadas, apresentam um melhor desempenho financeiro do que as demais, chegando a ser até três vezes maior, além de se sobressair na estrutura organizacional, experimentação e na jornada do cliente.

Dicas infalíveis para a sua empresa

01

Avalie seu negócio e mapeie todos os pontos de contato com o cliente

É fundamental entender quais são os pontos de contato que a sua empresa possui com o cliente. Entender a jornada do consumidor permitirá que você identifique as oportunidades e barreiras que os seus clientes possam estar enfrentando em sua experiência.

Seu cliente quer fazer uma reserva mas não gostaria de ligar, existem diversas ferramentas que permitem agendamentos e reservas online de forma prática

Seu cliente primeiro pesquisa nas redes sociais antes de entrar em contato com a marca. Portanto, faça uma boa gestão de suas redes sociais para passar uma boa imagem da sua empresa

Seu cliente precisa de um atendimento rápido, portanto, procure ferramentas práticas que possam conectar seu time com o seu cliente de forma mais ativa e digital





02

Avalie seus processos internos

Não basta só olhar para a jornada do consumidor, muitos processos internos podem ser melhorados, otimizados e digitalizados. Você pode encontrar ferramentas que apoiem seu time desde a operação e gestão de entregas, até a gestão da própria cultura da empresa, com sistemas de feedbacks, análise e controle de OKRs. Entenda as principais dores do seu time e gere mudanças através de boas soluções digitais.

03

Defina uma estratégia e analise os dados

Após identificar as necessidades tanto dos seus clientes quanto do seu time interno e até mesmo stakeholders, construa uma estratégia em etapas e analise cada mudança e modelo a ser adotado. A análise de dados será fundamental nessa jornada e aprender com os resultados, testes e mudanças é fundamental para uma digitalização eficiente!

Dicas práticas dos profissionais do mercado

Confira como grandes profissionais do mercado estão adotando as soluções digitais para compor sua rotina de trabalho e gestão da empresa



Marcelo Trevisani: CMO da IBM

Miro

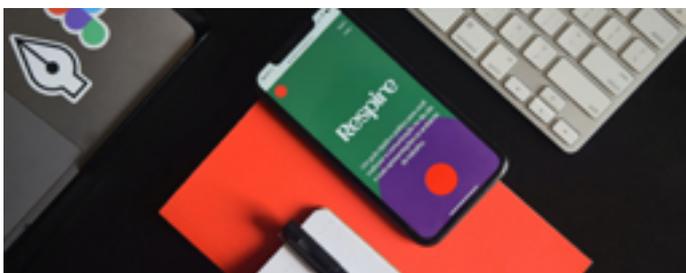
“Eu utilizo o Miro, um software que pode ser utilizado para colaborar de forma remota. No mundo híbrido e hiperconectado onde estamos vivendo a produção e colaboração em qualquer lugar onde você esteja é fundamental e o Miro me ajuda muito nesse processo, me permitindo fazer sessões de product management, permitindo fazer meetings e workshops a distância, me ajudando a pensar, através de brainstorming, em soluções, ter a inteligência coletiva usada a favor da empresa e permitindo a equipe a acessar o software pelo celular, notebook e presencialmente.

Então o Miro virou uma ferramenta que me ajuda no dia a dia a resolver problemas, pensando em soluções fora da caixa, e também priorizando o tempo, esforço, atividades que temos que realizar para ações específicas e o brainstorming voltado para a solução de problemas.

A plataforma, através da lousa, me permite colaborar com o meu time e extrair a inteligência colaborativa, favorecendo o negócio.”

[veja artigo na íntegra](#)

Dicas práticas dos profissionais do



Mindmeister, Figma e Canva

“Outro recurso que me ajuda muito a trabalhar são os mind maps, que são os modelos de mapas mentais e editáveis que você pode estruturar o seu pensamento. Esse processo de pensamento me ajuda muito no dia a dia, nas priorizações junto com o time e na questão de liderança. Os mind maps então me ajudam a organizar e concatenar vários tipos de informações e servem para mim para planejar as tarefas diárias, projetos e estudos. Eles são excelentes estímulos à criatividade, para entender como a mente pode funcionar e, mais do que isso, como a minha mente pode organizar possíveis passos de um projeto, ou às vezes memorizar alguns passos para chegar em conclusões que até então não eram tão simples de chegar. Esse recurso te ajuda a ter uma visão mais geral de possíveis caminhos e soluções por ser visual e por conseguir elencar tópicos e subtópicos principais e correlacionarmos, fazendo links cognitivos importantes. Ele organiza os seus pensamentos, mesmo que de forma não linear, que na sua cabeça podem estar confusos e bagunçados. Algumas das principais ferramentas que possuem o recurso do mind map são o Miro, o Figma e o Canva.”

Adobe, NapoleonCat, Mlabs

“Eu utilizo muito as ferramentas analíticas, como o Adobe, que me ajudam no dia a dia a entender o funil de conversão que começa do awareness, vai até a venda e depois temos o funil pós-venda para aumentar o lifetime value do cliente e fazer cross-sell e up-sell. Então para a realização de todas as ações de marketing é preciso ter esses dados analíticos para você entender qual que é o alcance, a cobertura dentro do target, entender qual é a geração de leads, quantos leads qualificados a ações conseguiu gerar e quais são as campanhas, formatos e criativos que trazem mais resultados. As ferramentas analíticas fazem parte de qualquer time de marketing hoje e ajudam na tomada de boas decisões ou na melhora das decisões que já foram tomadas. Então dentro do funil de conversões, essas ferramentas vão te ajudar a trazer o melhor retorno para o investimento. Elas estão presentes também dentro das redes sociais e existem várias ferramentas, como a NapoleonCat e a Mlabs, que te ajudam a entender melhor os dados e engajamento da audiência, além de clusterizar o público e automatizar postagens e acompanhar o desempenho da sua marca e dos possíveis concorrentes.”



[veja artigo na íntegra](#)



Kadu Monguilhott: CEO da Neoway

Slack

“Na pandemia nós conseguimos fazer a transição para casa facilmente, e tudo continuou funcionando muito bem e a comunicação melhorou muito usando o Slack. O importante foi definir dentro do Slack o que pode e não pode e canais mais importantes porque isso leva às principais questões, que na nossa jornada percebemos que ajudou muito, a comunicação e transparência com o time. Essas questões são extremamente importantes para um líder, não adianta saber o que é preciso fazer se você não consegue se comunicar com o seu time.”

Qulture Rocks

“Nós realizamos a avaliação de performance usando a metodologia de OKRs com a ferramenta Qulture Rocks que funciona super bem. Quando chegamos no estágio de 500 pessoas, o desafio continua sendo a comunicação e deixar os objetivos claros para esse time. Outra funcionalidade que começamos a utilizar também foi o Qulture Rocks dentro do cascadeamento dos objetivos.”

[veja artigo na íntegra](#)



**Rebeca Guenka: Head of learning
and development da Ambev**

Zoom, Google Meet, Gather

“A principal questão para mim é a internet, sem dúvidas. Eu aprendo muito através de vídeo, áudio e podcasts, são as frentes que eu mais uso. Para ensinar a gente usa bastante essa questão de Zoom e Google Meets, utilizando essa parte de vídeo e imagem. Usamos até a tecnologia para poder fazer gamificação onde as pessoas podem ir interagindo online. A gente usou no ano passado uma plataforma de metaverso, o Gather, para fazer um hackathon dentro da empresa para uma finalização de uma jornada de aprendizagem. O pessoal amou, acho que muitos tem a imagem de que o metaverso e todas essas questões são complicadas, mas nesse caso foi um jogo que facilitou conversas e que as pessoas se aproximassem.”

[veja artigo na íntegra](#)



Google Tag Manager, Google Analytics, Google Data Studio, Google Optimize, Qlik Sense, GitLab

“No nosso dia a dia a gente busca utilizar frameworks de trabalho ágil, é algo muito complexo dentro do Sebrae porque estamos o tempo todo sofrendo algum tipo de interferência, seja política ou institucional. A gente tenta construir um pouco dessa cultura, o que é complexo numa instituição de 50 anos para conseguir quebrar algumas barreiras, culturas e tradições. Trabalhar com o digital torna isso um pouco mais fácil, mas é um processo que estamos enfrentando há alguns anos. No Sebrae a gente usa um Scrum adaptado para as nossas necessidades e para conseguir trabalhar o ágil de alguma forma.”

[veja artigo na íntegra](#)

Hugo Paiva: Product Manager do Sebrae

**Quer saber mais
sobre digitalização,
ferramentas e
como conduzir sua
empresa ao futuro?**

acesse

www.digitalizaai.com.br

ou chame a gente no
whatsapp

