

O IMPACTO DA TRANSFORMAÇÃO

DIGITAL NOS NEGÓCIOS

SUMÁRIO

ACESSIBILIDADE DIGITAL CRESCE NA BAHIA COM IMPULSO DOS SMARTPHONES.....	2
NOVAS TECNOLOGIAS ABREM NOVOS MERCADOS.....	3
MUDANÇAS DE COMPORTAMENTO E NOVA CULTURA NA ERA DIGITAL..	4
ISSO SIGNIFICA QUE AS LOJAS FÍSICAS ESTÃO DESTINADAS AO FIM?.....	6
QUAL SERÁ O PAPEL DA TECNOLOGIA NAS LOJAS FÍSICAS?.....	7
TRANSFORMAÇÃO DIGITAL EVOLUI EXPERIÊNCIA DO CLIENTE NO PONTO DE VENDA.....	8
POR QUE A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL É IMPORTANTE?.....	9
EVOLUÇÃO MESMO EM TEMPOS TURBULENTOS.....	10
MELHOR GERENCIAMENTO DE RECURSOS.....	11
EFICÁCIA DA COLETA DE DADOS.....	12
INFORMAÇÕES MAIS PRECISAS.....	13
COLABORAÇÃO IDEAL.....	14
MELHOR ESCALABILIDADE.....	15
COMO SE ADAPTAR EM UM MUNDO QUE MUDA TODO O TEMPO?.....	16

O IMPACTO DA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL NOS NEGÓCIOS

A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL DAS EMPRESAS.....	17
PRIMEIRO BENEFÍCIO: MAIOR EFICIÊNCIA INTERNA.....	18
SEGUNDO BENEFÍCIO: DECISÕES BASEADAS EM DADOS.....	19
OFEREÇA AOS CLIENTES UMA EXPERIÊNCIA ÚNICA.....	21
TECNOLOGIA PARA ACELERAR VENDAS.....	22
OS SERVIÇOS ADICIONAIS QUE UMA EMPRESA DEVE OFERECER COM O ADVENTO DA TECNOLOGIA.....	23
TER CONTATO COM O CLIENTE.....	24
SISTEMA DE AGENDAMENTO AUTOMATIZADO.....	25
O ENCONTRO DO ONLINE E DO OFF-LINE.....	26
ANALISE OS DADOS DO CONSUMIDOR PARA OFERECER EXPERIÊNCIAS ÚNICAS.....	28
O FOCO AGORA ESTÁ NA EXPERIÊNCIA DO CLIENTE.....	29
O QUE É EXPERIÊNCIA DIGITAL DO CLIENTE?.....	30
O QUE É A GESTÃO DA EXPERIÊNCIA DO CLIENTE DIGITAL?.....	31
OS OBJETIVOS DO DIGITAL CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT.....	33
OS DESAFIOS DA EXPERIÊNCIA DIGITAL DO CLIENTE.....	34
A MARCA DE UMA ÓTIMA EXPERIÊNCIA DIGITAL DO CLIENTE.....	35
CONCLUSÃO	36

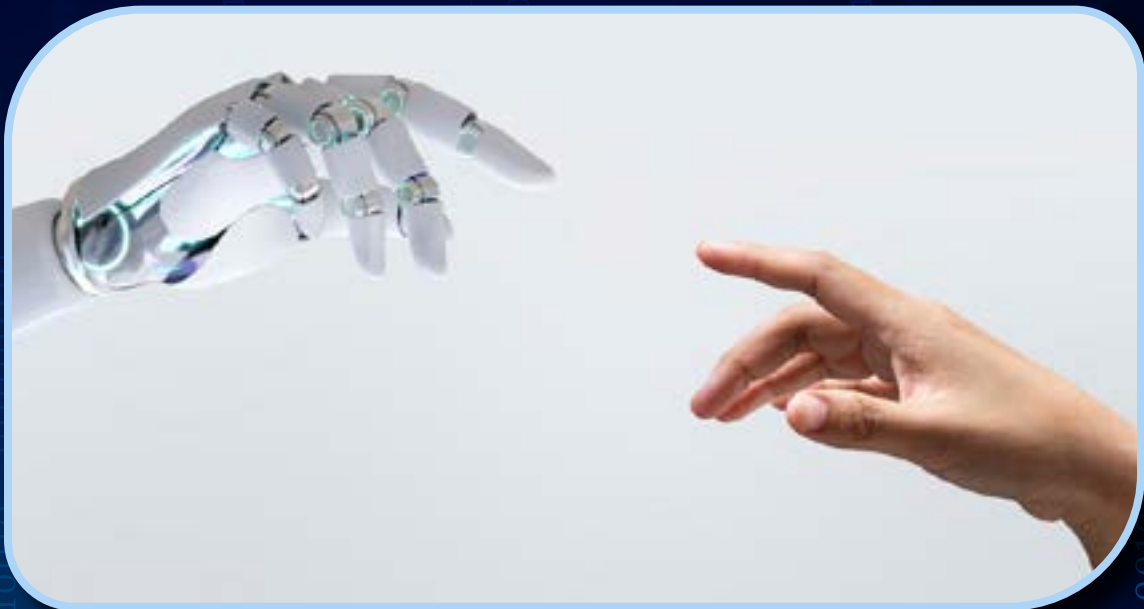
O IMPACTO DA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL NOS NEGÓCIOS

Antes mesmo da Revolução Industrial, indícios de uma emergente transformação eletrônica já influenciavam a economia global. Cada década do século passado marcou um avanço rumo à era digital em que atualmente estamos imersos.

Enquanto avanços na automação de processos fabris e o advento da energia elétrica impulsionaram as empresas no início do século 20, a internet trouxe uma revolução ainda mais profunda.

Foi no final dos anos 80 que o universo digital realmente se estabeleceu, transformando radicalmente a maneira como vivemos e conduzimos os negócios.

A introdução e consolidação da tecnologia da informação deram início a uma nova onda revolucionária. Atualmente, as tecnologias digitais são fundamentais em todos os setores e mercados.



ACESSIBILIDADE DIGITAL CRESCER COM IMPULSO DOS SMARTPHONES



No século XXI, os smartphones emergiram como catalisadores poderosos na revolução digital, transformando o modo como acessamos e interagimos com o mundo online. Essa democratização digital trouxe à tona uma demanda crescente por acessibilidade, garantindo que pessoas de todas as habilidades possam se beneficiar das maravilhas tecnológicas.

No entanto, apesar dos avanços, ainda há desafios a serem superados para garantir uma inclusão completa. As interfaces precisam ser projetadas para serem verdadeiramente universais. Com o impulso e a evolução constante dos smartphones, estamos otimistas de que o caminho para um futuro digital totalmente inclusivo está ao nosso alcance..

NOVAS TECNOLOGIAS ABREM NOVOS MERCADOS



As empresas brasileiras estão descobrindo que a tecnologia digital é a chave para permanecerem escaláveis, ágeis e serem agentes de mudança em uma era econômica e social muitas vezes turbulenta.

No entanto, para que isso seja possível, as tecnologias emergentes não devem apenas ser colocadas em prática para criar ou melhorar produtos, mas também devem ser aplicadas para impulsionar a verdadeira transformação digital em toda a organização do mundo moderno.



MUDANÇAS DE COMPORTAMENTO E NOVA CULTURA NA ERA DIGITAL

Nos últimos 10 anos assistimos a uma verdadeira revolução que envolveu todos os setores da indústria: alimentar, não alimentar, eletrônica, varejo, atacado.

Todas as operadoras de telefonia tiveram de lidar com a aceleração das atividades digitais e a alteração das preferências dos canais de venda. Mesmo um mercado tradicional, como o agronegócio e a pecuária, a tecnologia trouxe mudanças radicais na forma de interpretar o mercado.

O IMPACTO DA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL NOS NEGÓCIOS

A pandemia nos últimos anos contribuiu para aproximar muitos consumidores das compras online e, depois do fim das restrições de isolamento social, eles não abandonaram o hábito. As compras virtuais, mais que uma tendência de mercado, representam um novo comportamento social e cultural no mundo.

Algumas indústrias foram ainda mais impactadas por essas mudanças e continuam batendo recordes mesmo nos anos de pandemia com vendas online, mas a constante é que em todos os setores a tendência é de crescimento acentuado, tanto que nos últimos 5 anos o faturamento do e-commerce no Brasil cresceu mais rápido que qualquer outra indústria na história do nosso desenvolvimento econômico.



ISSO SIGNIFICA QUE AS LOJAS FÍSICAS ESTÃO DESTINADAS AO FIM?

Nada disso. As lojas físicas continuarão a ser importantes, mas o conceito de grandes lojas, e de estruturas gigantes em geral devem ser repensadas e adaptadas aos novos tempos, afinal, as necessidades e preferências dos consumidores também mudaram.

As marcas de varejo devem se posicionar com clareza, definir qual é a sua missão e definir qual a vantagem que podem oferecer ao cliente; simplificando todos os processos. Para terem sucesso, terão de oferecer produtos e serviços exclusivos e diferenciados quando comparados aos concorrentes.

A loja adaptada ao novo século digital terá de refletir esta estratégia em todas as ações de marca: atenção total aos detalhes com práticas bem mais cuidadosas, com comunicação e visual merchandising capazes de surpreender o consumidor e fazer perceber os valores da marca no primeiro impacto.

Entende-se que a loja precisa se tornar uma extensão do legado institucional que interaja fortemente com o digital.

QUAL SERÁ O PAPEL DA TECNOLOGIA NAS LOJAS FÍSICAS?



Até a tecnologia terá de ter em conta a estratégia e terá três objetivos principais: por um lado, dar ênfase a produtos e serviços, por exemplo, através da realidade aumentada.

Por outro lado, terá de ajudar a liberar recursos e tempo, por exemplo automatizando encomendas com base em lançamentos e sazonalidade (utilizando inteligência artificial), reabastecendo prateleiras com robôs. Por último, terá de simplificar a experiência de compra tornando-a o mais agradável possível.

Os funcionários, nesse ponto, longe de serem supérfluos, podem se dedicar a atividades de valor agregado com impacto direto no consumo: visual merchandising, atendimento ao cliente, compras pessoais e muito mais.



TRANSFORMAÇÃO DIGITAL EVOLUI EXPERIÊNCIA DO CLIENTE NO PONTO DE VENDA

A transformação digital ajuda a otimizar os negócios na era da informação. Requer a integração de tecnologias digitais confiáveis em todas as áreas do negócio, alterando ou substituindo os processos existentes e criando uma nova cultura corporativa.

POR QUE A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL É IMPORTANTE?



A transformação digital de um negócio reestrutura processos das corporações, tornando-os mais eficientes e otimizados, conversando com as novas gerações de consumidores e oferecendo facilidades. Ela promove uma reavaliação das operações, como os softwares usados, até o suporte ao consumidos, setor comercial e a abordagem de marketing, por exemplo.

Embora as próprias tecnologias possam ser complexas, a motivação por trás de sua adoção e implementação em geral não é: as empresas modernas estão adotando a transformação digital para garantir sua sobrevivência no mercado, otimizando operações e controlando melhor os custos.



EVOLUÇÃO MESMO EM TEMPOS TURBULENTOS

A pandemia global de COVID-19 criou uma profunda turbulência em todo o mundo corporativo. Cadeias de suprimentos interrompidas, demanda por soluções de trabalho remoto, pressões para reduzir o tempo de lançamento no mercado, necessidades e expectativas dos clientes em rápida mudança. Lidar com essas flutuações do dia a dia forçou as organizações a se adaptarem rapidamente ou fracassarem.

E, embora a transformação digital não seja um conceito novo, em 2020 e 2021 ela assumiu um significado especial para garantir a continuidade dos negócios em um mundo incerto.

Como a transformação digital é tão ampla, os benefícios de adotá-la são quase ilimitados. Na verdade, a transformação digital tem a capacidade de melhorar quase todos os aspectos do negócio, embora existam alguns benefícios importantes que tendem a surgir.



MELHOR GERENCIAMENTO DE RECURSOS

Um aspecto fundamental da transformação digital é a consolidação das ferramentas de TI em uma única solução ou plataforma. Ao centralizar seus ativos digitais, as empresas podem efetivamente acabar com a confusão e a ineficiência da expansão da TI.

A transformação digital integra software, aplicativos e bancos de dados, permitindo que trabalhem de forma mais sinérgica.

EFICÁCIA DA COLETA DE DADOS



As empresas modernas devem ser capazes de adaptar seus processos ao estado do mercado e às necessidades do público, e isso significa coletar informações relevantes e confiáveis.

A transformação digital permite redefinir as práticas de coleta de dados, criando sistemas poderosos para coleta de dados aplicáveis e incorporando-os totalmente para inteligência de negócios de classe mundial.



INFORMAÇÕES MAIS PRECISAS

A simples coleta de dados relevantes não oferece benefícios reais, a menos que uma organização tenha a capacidade de transformá-los em insights acionáveis e não acionáveis.

A transformação digital mantém os dados fora dos silos de dados, garantindo que as informações coletadas sejam analisadas adequadamente e usadas para impulsionar um melhor crescimento dos negócios e uma melhor experiência do cliente.



COLABORAÇÃO IDEAL

Um objetivo comum da transformação digital é usar ferramentas digitais para melhorar a comunicação interna e a colaboração.

O acesso centralizado a bancos de dados críticos e ferramentas essenciais, tudo gerenciado e organizado em um local digital, ajuda a eliminar os perigos de ativos extraviados.

Da mesma forma, as empresas podem manter um registro claro de todas as interações e comunicações comerciais. A colaboração digital contribui para a criação de uma verdadeira cultura digital.

MELHOR ESCALABILIDADE

As ferramentas digitais, quando gerenciadas de forma eficaz, permitem que as organizações alcancem mais, com menos recursos. São ferramentas como informações centralizadas em sistemas específicos; sistemas de aprendizado de máquina e até fluxos de trabalho automatizados.

A transformação digital propõe benefícios e mudanças, desde a forma como os usuários compram até as estratégias que as empresas precisam adotar para obter sucesso. Mas o Brasil está realmente pronto? A resposta é sim.

O advento da internet teve um efeito revolucionário em nossa sociedade, mudando radicalmente nossos hábitos e estilo de vida. Por exemplo, tornou-se normal comprar produtos pela internet, customizar o próprio par de sapatos por meio de um aplicativo e até realizar transações financeiras complexas diretamente do smartphone, sem precisar ir a uma agência.

COMO SE ADAPTAR EM UM MUNDO QUE MUDA TODO O TEMPO?

Estamos todo o tempo explorando um novo terreno com os poderes da tecnologia e o fenômeno das redes sociais. A única certeza que temos é que o universo digital fique cada vez maior. Em apenas 30 anos desde o nascimento da Web, a população conectada atingiu 5,15 bilhões de pessoas.

Igualmente relevantes são os dados relativos à utilização de ferramentas digitais. Em média, um usuário fica conectado 6 horas por dia, usando um dispositivo móvel metade do tempo.

A lista de dados como esses poderia continuar, mas o que importa é simplesmente compreender um aspecto: todo consumidor também se tornou um usuário, que usa a web para comprar, fazer pedidos e interagir com empresas e, a partir disso, ele mudou suas próprias expectativas.

A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL DAS EMPRESAS

Como seria de esperar, a transformação digital não afetou apenas os indivíduos, como referido, mas também envolveu as empresas e até a Administração Pública, que passaram a integrar os seus processos internos com as novas tecnologias digitais.

Isso, basicamente, por um motivo: as empresas que mais investem em transformação digital são as mais competitivas do mercado.



PRIMEIRO BENEFÍCIO: MAIOR EFICIÊNCIA INTERNA

O primeiro benefício é que é possível reorganizar a empresa de forma que os processos internos sejam mais eficientes e menos dispendiosos. Um caso marcante, nesse sentido, é a desmaterialização de documentos societários.

Na verdade, o arquivamento “analógico” é muitas vezes antieconômico, pois requer grandes espaços físicos, muitos recursos em dinheiro e tempo de trabalhos ligados à gestão e, apesar disso, causa lentidão e mau funcionamento no andamento dos processos. A digitalização adequada nesta área, pelo contrário, permite a uma empresa reduzir os custos de arquivo.



SEGUNDO BENEFÍCIO: DECISÕES BASEADAS EM DADOS

Outra vantagem da transformação digital é o fato de colocar à disposição das empresas uma grande quantidade de dados, tornando-os mais facilmente acessíveis, recolhidos e interpretáveis.

Por um lado, permite uma análise mais precisa dos seus processos internos, identificando eventuais avarias e, posteriormente, intervir com ações de eficiência precisas e direcionadas. Por outro lado, os dados que podem ser recolhidos são os relativos às opiniões e hábitos de consumo dos indivíduos.



O IMPACTO DA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL NOS NEGÓCIOS

Por meio desses dados, cada empresa pode construir sua própria estratégia de marketing voltada para satisfazer, senão mesmo prever, as necessidades dos consumidores, interceptando-os no momento certo e da maneira mais eficaz.

O progresso tecnológico está mudando a forma como as empresas abordam o mercado, bem como o processo de produção. Aliás, pense nas grandes marcas que vencem a concorrência utilizando todos os recursos que o cenário do marketing digital oferece, ao contrário do que costumam fazer as pequenas empresas ainda ancoradas nos velhos métodos tradicionais.

A utilização de tecnologias modernas e inovadoras na área do marketing é importante não só para as atividades das grandes empresas, mas também para o dono de uma loja ou um médio-pequeno negócio de venda de serviços.



OFEREÇA AOS CLIENTES UMA EXPERIÊNCIA ÚNICA

A maioria das grandes empresas já criou seus sistemas de vendas online para aumentar seu faturamento. A internet oferece experiências únicas aos clientes, que realizam suas compras com facilidade, rapidez e segurança.

Se algo der errado com a venda, as empresas estão prontas para reembolsar, o que permite ao cliente confiar 360 graus na empresa com a qual está se dirigindo.

Esse mecanismo parece, portanto, ser normal para a grande maioria das marcas, que agora tendem a ter quase mais clientes da web do que ao vivo.

De fato, as empresas entenderam que a internet é de fundamental importância no dia a dia, e que as pessoas preferem fazer suas compras sem necessariamente ter que se deslocar de casa.

TECNOLOGIA PARA ACELERAR VENDAS

Mesmo as pequenas empresas devem começar a enfrentar essa nova realidade digital. Talvez aprendendo com os modelos de negócios e orçamentos de grandes empresas que vendem online. Imitar o que os vencedores fazem, mas moldar a técnica de acordo com a realidade de cada um, pode ser um trabalho perfeito até para pequenos negócios.

Hoje é errado ter dúvidas sobre o uso da web, pois as compras são feitas de forma cada vez mais segura graças também aos novos certificados SSL, portanto o usuário está mais protegido.



OS SERVIÇOS ADICIONAIS QUE UMA EMPRESA DEVE OFERECER COM O ADVENTO DA TECNOLOGIA

Outra boa maneira de incentivar sua atividade de comunicação pode ser usar aplicativos de mensagens (como o WhatsApp) para permitir que os clientes peçam o que procuram. Depois disso, quando lhes convier, podem ir buscar o produto na loja, de forma a sair apenas uma vez, sem falta.

Em alternativa, também é possível ativar um serviço de entrega ao domicílio, que certamente não irá incomodar o cliente. Outra ferramenta muito atraente e estratégica é criar uma comunidade de forma rápida e fácil.

Sempre utilizando recursos valiosos como aplicativos de mensagens, você pode convidar seus clientes para entrar no canal. Aqui, descontos e promoções, conselhos, utilidades e tudo relacionado ao campo de referência serão indicados com frequência.

TER CONTATO COM O CLIENTE

Pelo que foi dito até agora, fica claro que a estratégia vencedora para uma atividade comercial é criar um contato real com o cliente. Ao gerir uma pequena comunidade, dará maior destaque ao que vende, até porque ao propor ofertas e promoções terá um canal direto e, por isso, preferencial com e para os seus clientes.



SISTEMA DE AGENDAMENTO AUTOMATIZADO

Para aqueles que lidam com serviços particulares (que não dizem respeito à venda de bens materiais) uma ferramenta tecnológica muito estratégica pode ser o uso de sistemas que automatizam os agendamentos.



O ENCONTRO DO ONLINE E DO OFF-LINE

A loja física mantém um papel absolutamente central para as marcas que estão a investir na digitalização das suas lojas, tentando criar um processo de venda integrado entre o online e o off-line.

Os varejistas estão, portanto, adotando software de varejo de ponta e capacitando a equipe de vendas por meio do aumento do uso de dispositivos móveis. Desta forma, é possível facilitar a relação com os clientes, oferecendo um atendimento cada vez mais personalizado e uma experiência de cliente à altura das expectativas.



Com estas ações, as marcas pretendem garantir uma experiência de compra que mantenha o caráter de singularidade e exclusividade em todos os pontos de contato, fazendo todo o possível para que o cliente se sinta mimado e apoiado quer decida comprar no site e-commerce ou comprar presencialmente ou, como mais frequentemente acontece, utilizar serviços omnichannel.

As marcas devem, portanto, lidar com uma jornada cada vez mais diversificada do cliente, preservando o contato humano e aquela relação de um para um com os consumidores. De fato, a personalização do serviço representa o traço distintivo das marcas do retalho de luxo e a única forma de garantir é abraçar a transformação digital, adotando tecnologias adequadas a um comércio unificado e plural.

Funcionários equipados com smartphones ou tablets podem acessar facilmente um sistema centralizado e ter uma visão única do estoque e dos clientes. Isso permitirá que eles gerenciem as atividades da loja aliando rapidez e qualidade no atendimento e aprimorando o processo de vendas, essencial para transmitir os valores e a história da marca e fortalecer sua reputação junto ao público-alvo.

ANALISE OS DADOS DO CONSUMIDOR PARA OFERECER EXPERIÊNCIAS ÚNICAS

Para garantir uma experiência de cliente impecável e personalizada, é necessário conseguir rastrear potenciais compradores independentemente do canal usado para interagir com a marca, tanto na fase preliminar de coleta de informações e comparação de preços em sites de comércio eletrônico, quanto no momento da compra real é exatamente.

Com uma plataforma centralizada, fica muito mais fácil manter e atualizar as informações dos clientes e registrar as compras realizadas em diferentes partes do mundo. O pessoal da loja pode, assim, acessá-lo, saber imediatamente o histórico de compras e extrapolar informações valiosas para serem utilizadas durante a venda, de forma a garantir um atendimento satisfatório e estimular a fidelização.

Em geral, ser capaz de mapear os movimentos do cliente em todos os canais é essencial para criar um cliente omnichannel.

O FOCO AGORA ESTÁ NA EXPERIÊNCIA DO CLIENTE

A transformação digital é a integração do digital nos processos de trabalho de uma empresa, o que determina mudanças essenciais na forma como a empresa em questão opera, mas também na forma como se relaciona com os seus clientes.

No centro da Digital Customer Experience estão todas essas novas interfaces digitais com as quais os usuários interagem com a empresa.



O QUE É EXPERIÊNCIA DIGITAL DO CLIENTE?

Como os especialistas em marketing já devem saber, no mercado globalizado e interconectado de hoje é essencial criar experiências digitais que coloquem o usuário no centro de cada interação, garantindo que cada ponto de contato usuário-empresa ofereça o mesmo nível de qualidade e personalização.

De forma geral, o Digital Customer Experience identifica e analisa todos os fatores determinantes para uma boa jornada do Cliente pelo canal digital.

Porém, também é verdade que a Experiência do Cliente online muitas vezes está ligada à Reputação da Marca, ou seja, acredita-se que a Experiência do Cliente Digital seja positiva apenas quando a jornada do Cliente é positiva, ou seja, linear e descomplicada.



O QUE É A GESTÃO DA EXPERIÊNCIA DO CLIENTE DIGITAL?

A tecnologia digital transformou não apenas os hábitos de compra, mas também os próprios consumidores. As interações que o cliente tem em cada ponto de contato com a empresa influenciam muito mais na Satisfação do Cliente do que a qualidade do produto e serviço que o cliente adquiriu. Isso ocorre porque o cliente de hoje não é o mesmo de ontem. O usuário online é de fato um cliente informado digitalmente.



O IMPACTO DA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL NOS NEGÓCIOS

Automação de processos, algoritmos e aprendizado de máquina, dispositivos móveis, aplicativos e todos os outros dispositivos digitais permitem que os clientes obtenham exatamente o que desejam, quando desejam e com alto nível de personalização.

Os usuários esperam ser tratados como indivíduos e não mais como números e estatísticas como costumava ser feito na produção em massa.

As empresas que conhecem as preferências pessoais e o histórico de compras de seus clientes são as empresas capazes de reter o maior número de consumidores e manter-se competitivas ao longo do tempo.

É neste sentido que a Digital Customer Experience Management só pode tornar-se uma atividade central dentro da estratégia de marketing de todas as empresas, por estar cada vez mais orientada para o cliente e as suas necessidades e não para a mera produção de produtos e serviços.



OS OBJETIVOS DO DIGITAL CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT

Gerenciar e otimizar a experiência digital do cliente tem alguns objetivos essenciais:

- **Aumento da fidelidade do cliente e, consequentemente, dos lucros:** uma experiência de compra positiva se traduz em um cliente satisfeito que volta a interagir com a empresa no futuro.
- **Redução do abandono do cliente:** uma boa experiência reduz drasticamente o número de ocasiões em que os clientes decidem usar a concorrência.
- **Novas oportunidades de vendas graças ao boca a boca:** um cliente satisfeito muitas vezes se torna um Embaixador da Marca, recomendando a empresa ao seu círculo de conhecidos e, assim, criando um boca a boca positivo.
- **Uma boa Gestão da Experiência do Cliente Digital** é essencial para criar uma boa reputação de marca e, consequentemente, aumentar os negócios e lucros da empresa.

OS DESAFIOS DA EXPERIÊNCIA DIGITAL DO CLIENTE

O maior desafio para uma boa experiência digital do cliente é a transformação digital. Para algumas empresas, a transição pode ser mais difícil do que para outras, mas em cada caso, trata-se de mudar a forma como uma empresa interage com os seus clientes e a forma como consegue proporcionar-lhes uma experiência condizente com suas expectativas em todos os pontos de contato (pontos de interação).

Algumas tecnologias agora indispensáveis são as plataformas em nuvem, que garantem às empresas atualizações instantâneas, processos de trabalho dinâmicos e fluxos de trabalho mais flexíveis.

Graças às bases de dados online, é possível recolher uma grande quantidade de dados, utilizar análises de Big Data e todas as aplicações Web e móveis específicas para o seu negócio, para melhorar todos os pontos de contato com os clientes.

De fato, uma vez implementados os sistemas ágeis e a tecnologia em nuvem, outro grande obstáculo será a coordenação necessária dos pontos de contato para uma experiência multicanal perfeita.

A MARCA DE UMA ÓTIMA EXPERIÊNCIA DIGITAL DO CLIENTE

A maioria dos usuários online, quando entra em contato com o atendimento ao cliente, espera uma resposta em um tempo muito curto, ou que ao menos consiga obter uma resposta no mesmo dia, por meio de canais digitais grátis, sem ter que ficar horas no telefone, por exemplo.

Como pode perceber, a transformação digital veio para ficar e já faz parte de nossas vidas, e as empresas não podem ficar de fora!



CONCLUSÃO

A transformação digital transcendeu a mera adoção de tecnologias avançadas; ela remodelou o cenário dos negócios e ditou um novo ritmo na Bahia e em todo o mundo. Empresas hoje não só têm acesso a ferramentas que potencializam sua eficiência interna, mas também estão redefinindo a relação com seus clientes, oferecendo experiências únicas e personalizadas, sustentadas por dados precisos e análises profundas.

O advento dos smartphones foi crucial neste processo, democratizando o acesso e ampliando a inclusão digital, uma mudança que levou a um casamento harmonioso entre o online e o offline.

No entanto, com todas essas evoluções, as lojas físicas não estão destinadas à obsolescência. Ao contrário, elas se reinventam em um mundo em constante mutação, onde a tecnologia é vista como aliada e não como substituta.

O IMPACTO DA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL NOS NEGÓCIOS

Esses estabelecimentos estão integrando sistemas de agendamento automatizados, análises de comportamento do consumidor e oferecendo serviços adicionais que ampliam a experiência do cliente, mostrando que a verdadeira essência da transformação digital é a coexistência e a colaboração entre os mundos físico e digital.

Concluindo, a transformação digital nos negócios é uma jornada contínua de adaptação e inovação. Ela coloca o cliente no centro, buscando constantemente entregar valor e experiências excepcionais, enquanto as empresas se tornam mais ágeis, data-driven e prontas para enfrentar desafios futuros. Em um mundo onde a mudança é a única constante, abraçar a digitalização não é apenas uma opção, mas uma necessidade para o sucesso sustentável.

The logo for SEBRAE, featuring the word "SEBRAE" in a bold, italicized, white sans-serif font. The letters "S" and "E" are connected, as are "B" and "R". Above the "E" and below the "A" are two horizontal white bars. The logo is centered on a dark blue background with a network of glowing white lines and dots, and faint binary code (0s and 1s) scattered throughout.

SEBRAE