

Como tirar proveito da virtualização

Ferramentas e softwares analíticos dão aos gestores uma gama de informações avançadas sobre seus clientes. Sem elas, no entanto, eles não reuniriam condições elementares para conduzir seus negócios adiante

A importância que a internet adquiriu em menos de duas décadas de existência é de fato estarrecedor. Em termos de negócios, a velocidade com que este canal ativo de relacionamento com os consumidores se expandiu é tanta que hoje já são 1,4 bilhão de pessoas conectadas - cerca de 21 % da população da Terra, de acordo com os dados divulgados pelo site www.internetworldstats.com, que rastreia as tendências dos usuários na web.

Para se ter uma idéia do que isso representa, apenas no mercado bancário, estima-se que, até 2010, 40% das transações serão realizadas via internet, enquanto 23% delas serão feitas por call center e outros 19% nas próprias agências e caixas eletrônicos.

Navegar na rede já se tornou um hábito de vida, tanto que hoje a conectividade vai muito além dos computadores pessoais. As vendas online feitas a partir de aparelhos celulares já chegaram a 3 bilhões ao redor do mundo, das quais boa parte ainda se concentra no Japão, país em que o telefone móvel é instrumento indispensável à rotina de trabalho e lazer.

Diante dessa realidade, rastrear de modo eficiente todos os dados gerados pela internet passou a ser uma necessidade de mercado, caracterizada cada vez mais por árduas disputas entre empresas, sempre no intuito de arrebanharem o maior número de consumidores possível.



Hoje, uma determinada companhia que pretenda assumir a liderança no seu mercado de atuação deve, sobretudo, dispor de uma estratégia empresarial coesa e

distinta dos seus concorrentes. E o primeiro passo para que ela seja construída é interpretar profundamente os comportamentos dos usuários na internet.

A partir de ferramentas e softwares analíticos, é possível que o gestor tenha em mãos uma gama de informações avançadas de seus clientes, sem as quais ele não reuniria as condições elementares

para conduzir seus negócios adiante. O grau de detalhamento dessas ferramentas tecnológicas é tamanho, que é possível não só colher dados do tempo médio em

que cada usuário gasta na página de uma loja virtual, como também discernir os motivos que o levaram a permanecer lá por um período maior - foi de fato interesse pela compra de algum produto ou simplesmente confusão gerada pela má disposição do site?

Grandes corporações já se deram conta de que essa análise sobre o mercado consumidor - dada sua riqueza e abrangência - é um grande meio facilitador para a entrega personalizada de produtos. Com base no histórico de navegação dos usuários, por exemplo, não seria mais prático e útil destacar aquelas mercadorias que condizem com os reais interesses de cada um, ao invés de sujeitá-los a uma lista interminável de opções de compra?

O que estou querendo dizer é que hoje já existe tecnologia suficiente para capturar insights e comportamentos de usuários na rede. Uma vez sistematicamente agrupados em documentos, eles vão se revelar uma fonte valiosíssima de números que, aliada a certas habilidades de gerenciamento, comporão o cerne da estratégia de competição da empresa.

Assim, com a crescente virtualização do mundo, a inteligência de mercado ganhou status de condição "sine qua non" para que uma companhia amealhe vantagens competitivas sobre as demais. Se a internet passou a ser o canal de diálogo mais ativo que há entre as empresas e seus clientes, é fundamental que elas aprendam a aprimorar e a enriquecer a experiência que com eles mantêm. Ficar inerte a esta realidade digital corresponde à resignação de um futuro fracasso.

Katia Vaskys é country manager da Teradata Brasil

COM A CRESCENTE VIRTUALIZAÇÃO DO MUNDO, A INTELIGÊNCIA DE MERCADO GANHOU STATUS DE CONDIÇÃO SINE QUA NON PARA QUE UMA COMPANHIA AMEALHE VANTAGENS COMPETITIVAS SOBRE AS DEMAIS.

DETALHES DO MUNDO VIRTUAL

• ATÉ 2010, 40% DAS TRANSAÇÕES SERÃO REALIZADAS VIA INTERNET

• AS VENDAS ONLINE FEITAS A PARTIR DE APARELHOS CELULARES JÁ CHEGARAM A 3 BILHÕES AO REDOR DO MUNDO