Os novos desafios para as empresas na era pós-digital

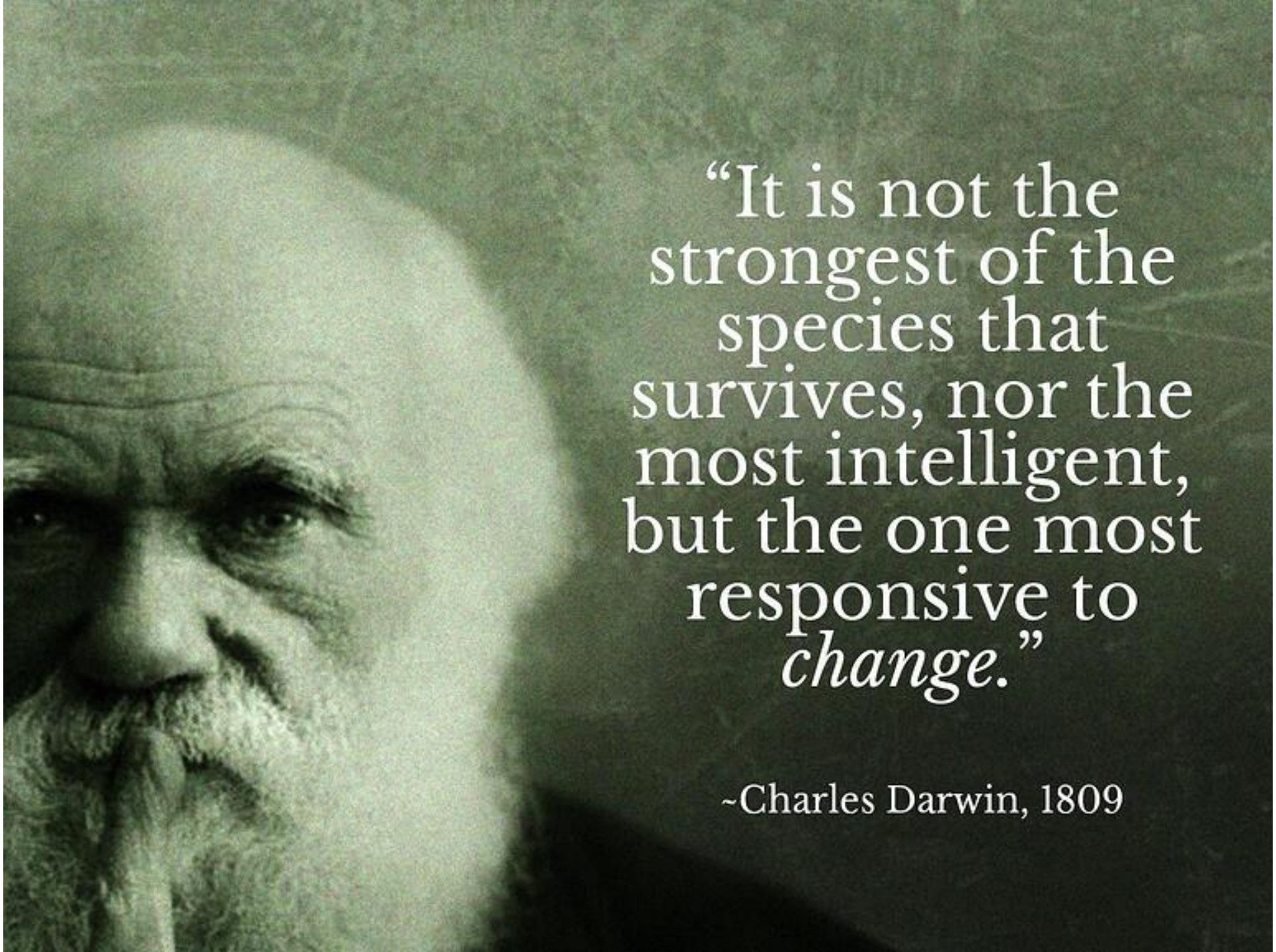
Vencer com os ventos de mudança

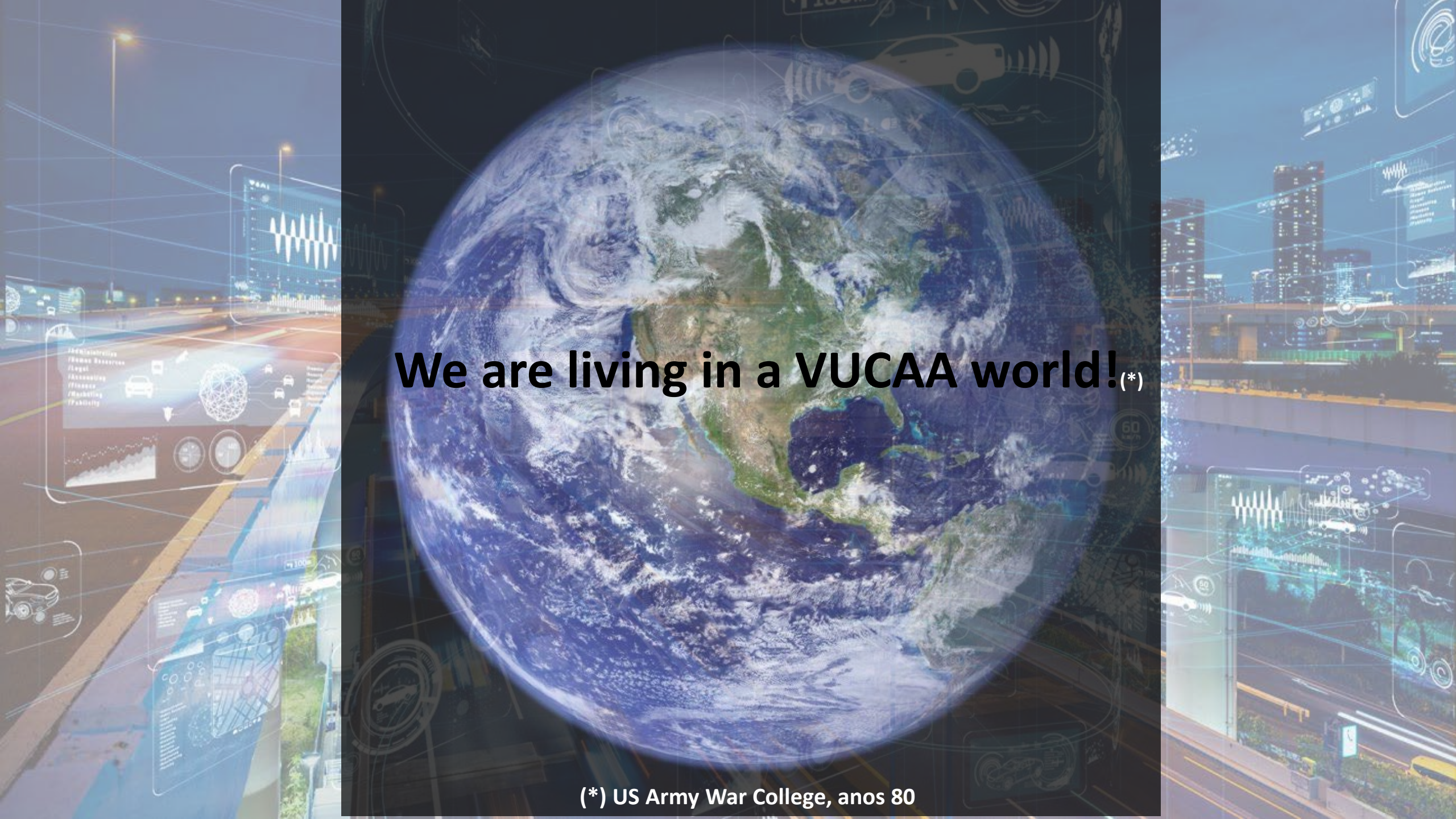
APCMC associação materiais de construção

21º congresso

LISBOA - 22 a 24 setembro 2022

Carlos Manuel de Oliveira
CEO marketingmania consulting
Professor Convidado IDEFE/ISEG
Conferencista e Autor


"It is not the strongest of the species that survives, nor the most intelligent, but the one most responsive to *change*."
~Charles Darwin, 1809



We are living in a VUCAA world!(*)

(*) US Army War College, anos 80

We are living in a VUCAA world!

VOLATILITY

UNCERTAINTY

COMPLEXITY

AMBIGUITY

ACCELERATING

VOLATILITY	UNCERTAINTY
Mudanças inesperadas, instáveis e de duração desconhecida, com riscos elevados Necessária decisão rápida	Imprevisibilidade. Paz/Guerra; Saúde Acções com Resultados desconhecidos
COMPLEXITY	**AMBIGUITY**
Envolvimento dinâmico Inúmeras variáveis interconectadas e correlacionadas (tecnológicas, ambientais, geoestratégicas) Complexidade de decisão	Relações causais pouco claras Dificuldade de interpretação
ACCELERATING	
Velocidade exponencial de inovação tecnológica Dificuldade de transformação e adaptação, rápidas	

adaptado por Oliveira,CM, 2021, 2022

Megatendências	Ser Humano (alterações comportamentais)	Tecnologia (evolução exponencial)	Indústria	Comércio
Alterações climáticas Demografia - Envelhecimento - Explosão demográfica Urbanização Escassez de recursos Saúde Transparência e Segurança Sustentabilidade Inclusão Globalização vs Novos equilíbrios geo-estratégicos vs Proteccionismo	Conveniência Saúde e Bem estar Personalização Relevância Sem obstáculos Experiências imersivas Multiculturalidade Economia partilhada Nómadas digitais Simplicidade Confiança Activismo OnLife Trabalho híbrido Ética Busca da Felicidade Consciência pela Humanidade Agora!	Mobile Big Data Edge e Cloud computing 3D Internet Omnipresente Comunicações 5G; 6G Robótica Veículos autónomos Analítica avançada Inteligência Artificial Realidade Aumentada Realidade Virtual Realidade Extendida IoE, IoS Biometria Nanotecnologia Wearables Holograms Quantum computing Blockchain Cidades inteligentes	Ind.4.0 Ind.5.0 Direct-to-consumer Cibernética Flexibilidade Interconectividade Engenharia genética Economia circular Automação ao limite Digital total Fábricas inteligent. Racionalidade nos recursos Inovação, Disrupção e Mudança permanente	Comércio electrónico Direct-to-consumer Verticalização Integração on/offline Complexa gestão de stocks Eliminação das fricções Automação Integração CRM/B2B Logística Entrega rápida Práticas sustentáveis Estratégias de fidelização Ambiente Experiencial Shopping Experience

Carlos Manuel de Oliveira 2022

Ventos de mudança

- Tecnologia e Conectividade
- Globalização
- Saúde Pública: Covid
- Instabilidade Geoestratégica: Europa, Médio Oriente
- Alterações Climáticas e Sustentabilidade
- Envelhecimento e Explosão Demográfica
- Comportamentos Humanos
- Capitalismo Consciente

Carlos Manuel de Oliveira,2021 ©

Um mundo em permanente e rápida mudança

+

CONJUNTURA

- Pandemia (?)
- Guerra
- Custos da Energia
- Inflação
- Taxas de juro

IMPACTOS

NEGÓCIO

Carlos Manuel de Oliveira,2022

O que querem os clientes?

De B2C e B2B
a B2E (experience)

- ENVOLVIMENTO HIPERPERSONALIZADO

- ***Quero ser tratado como uma PESSOA***
- ***Quero ter uma experiência PERSONALIZADA às minhas necessidades***
- ***Quero ter ofertas e EXPERIÊNCIAS RELEVANTES***
- ***Quero ter uma RELAÇÃO com a marca, como eu quero***

- ULTRACONVENIÊNCIA

- ***Quero comprar nas MINHAS CONDIÇÕES e no timing que quiser***
- ***Quero ter uma relação "frictionless" com as empresas***
- ***Quero encontrar o que preciso AGORA***

- SUSTENTABILIDADE e CONEXÃO ÀS COMUNIDADES

Características de muitas empresas B2B (*)

- Ofertas não relevantes

- Falta de personalização e envolvimento com os clientes

- Demasiada fricção

- Demasiado tempo de espera na resposta a questões

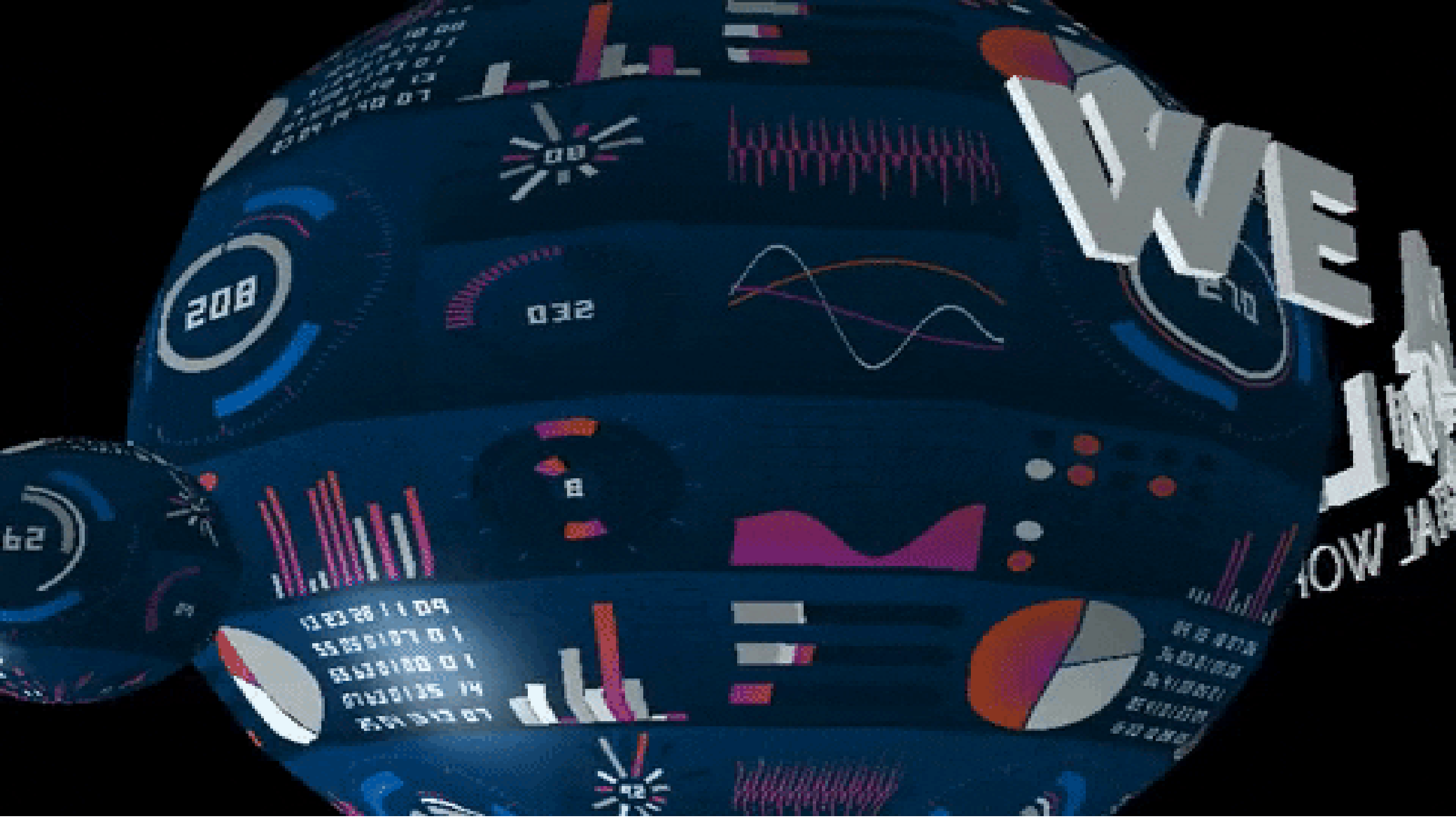
- Falta de interacção em tempo real

(*)Fonte: Consultora Drift, empresa com mais de 50 000 clientes

As respostas necessárias das empresas

- **Flexibilidade**
- **Agilidade**
- **Eliminação de fricções na relação com os clientes**
- **Criação de Experiências positivas nos clientes**
- **Mentalidade empresarial aberta e colaborativa**

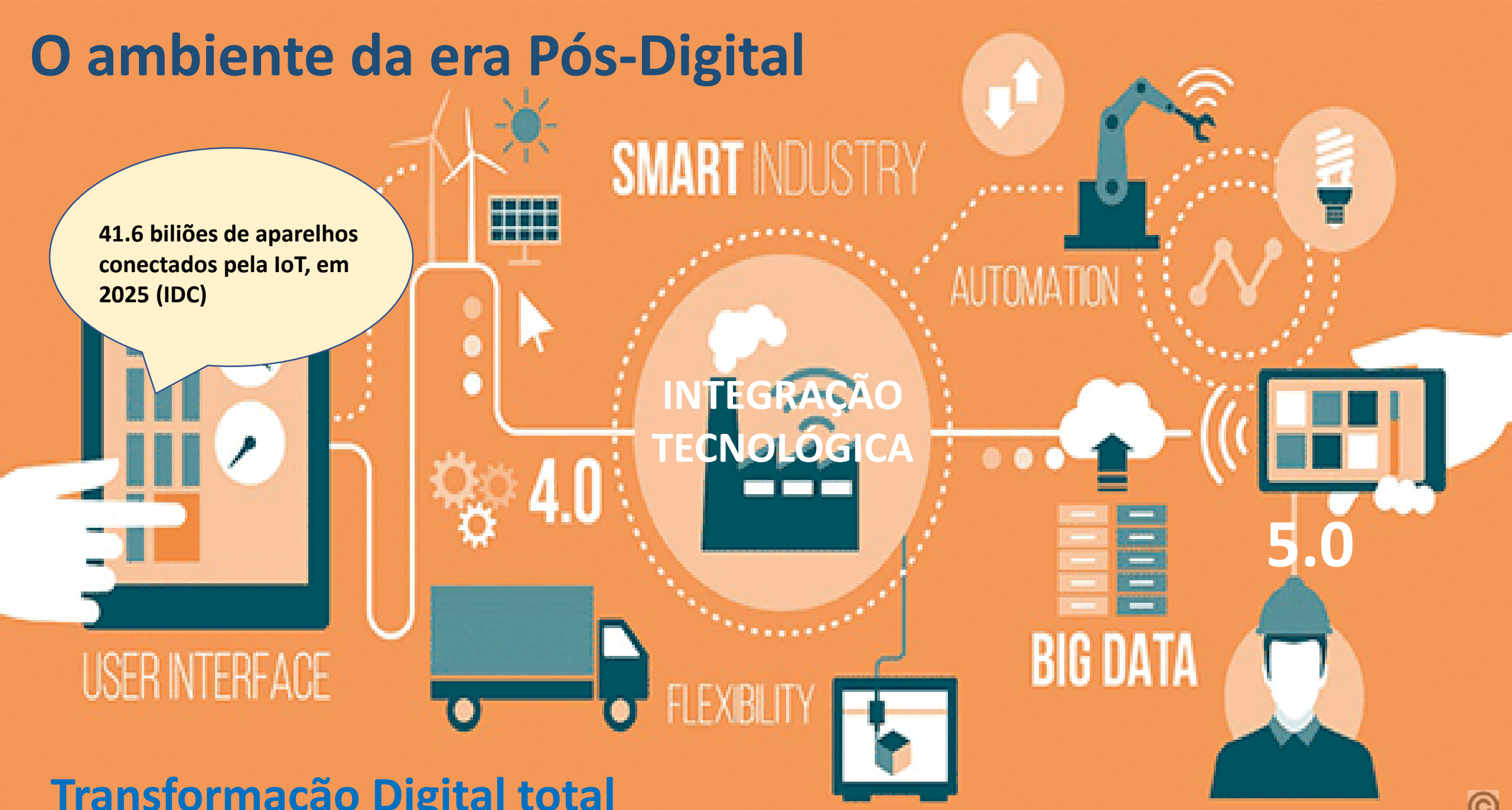
Transformação Digital


WE
208
032
270
62
8

Os novos desafios da era PÓS-DIGITAL

Carlos Manuel de Oliveira,2021 ©

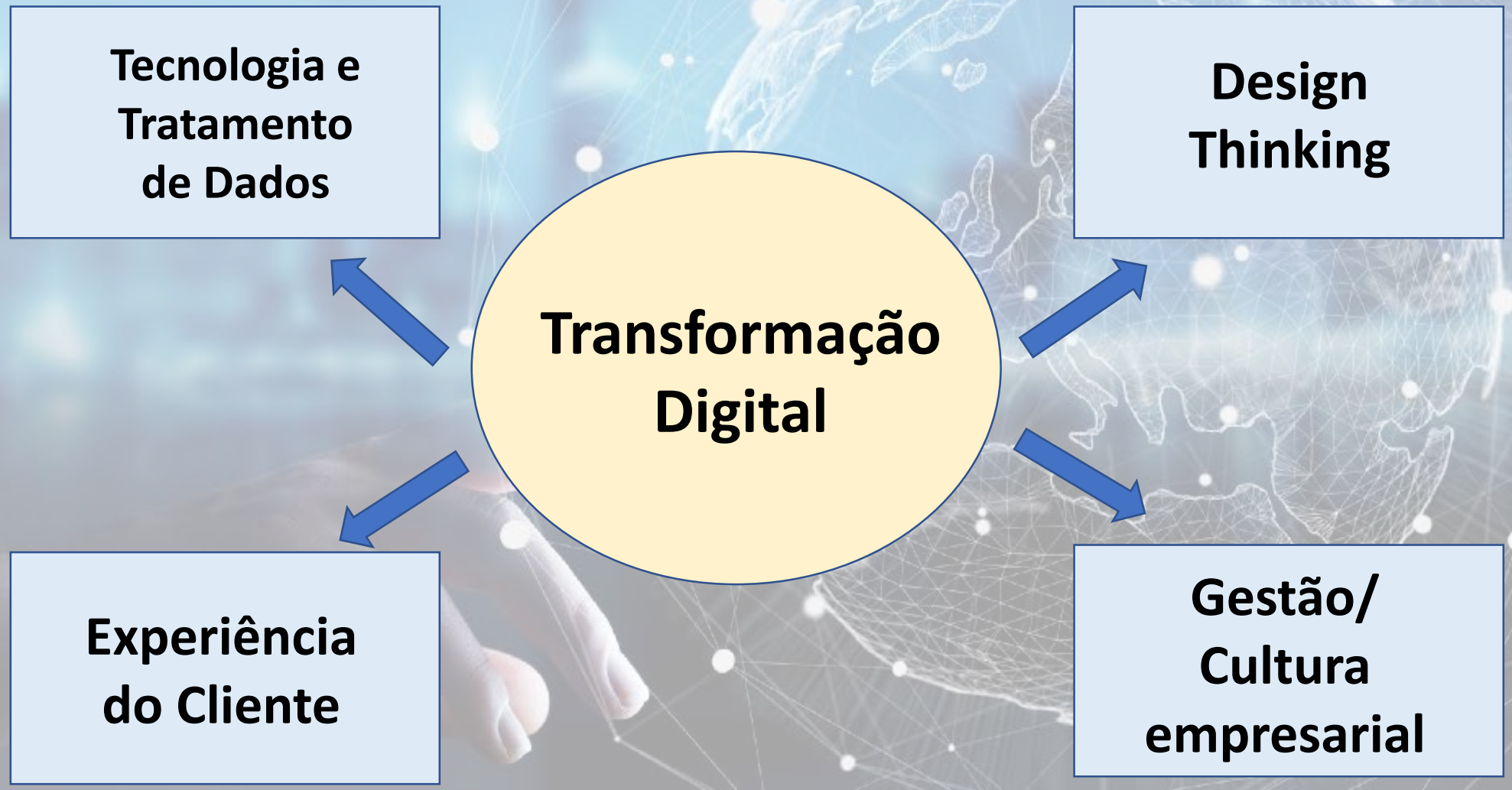
O ambiente da era Pós-Digital



Transformação Digital total

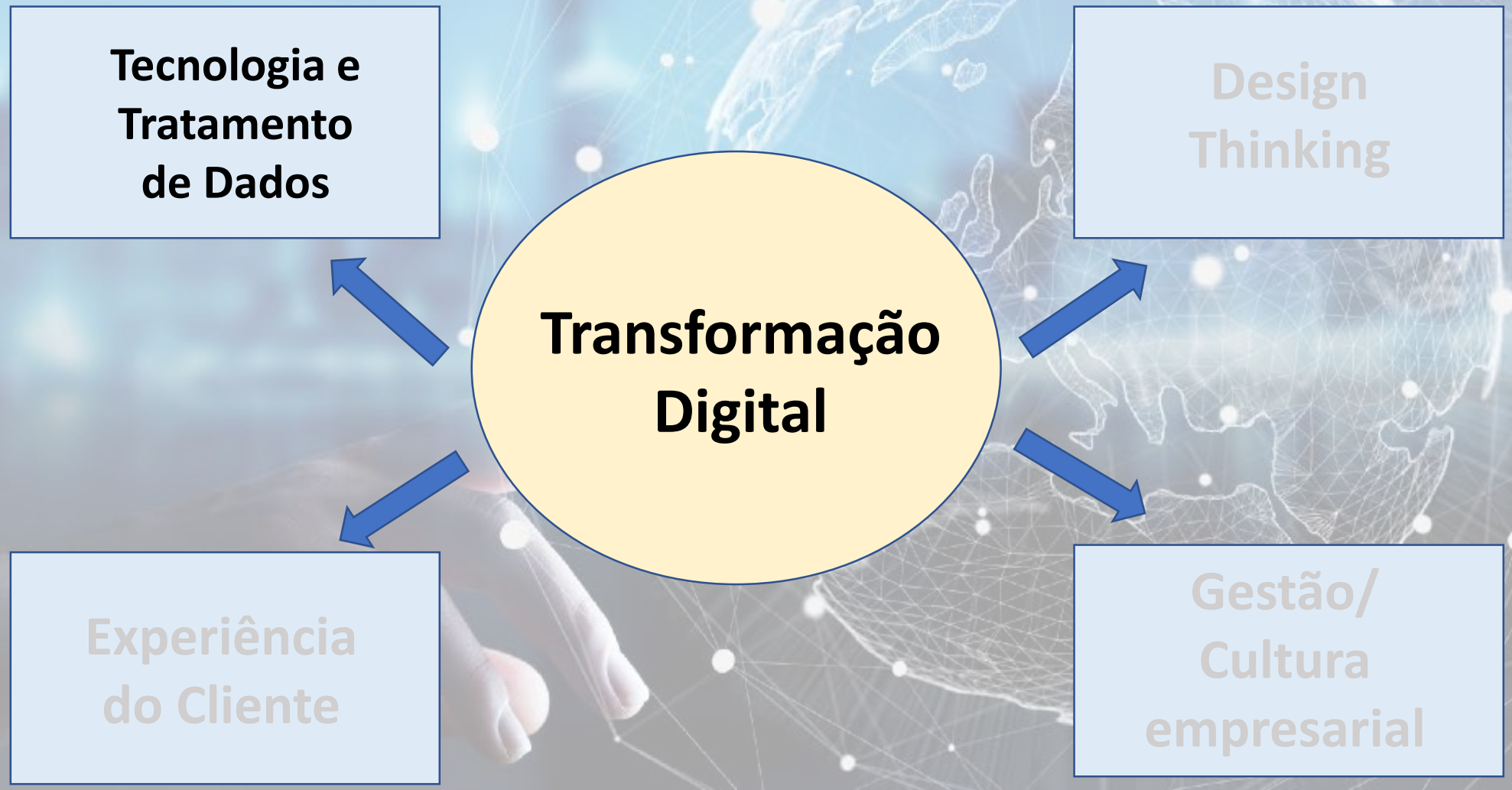
Carlos Manuel de Oliveira,2021

O caminho para a transformação digital



Carlos Manuel de Oliveira,2022

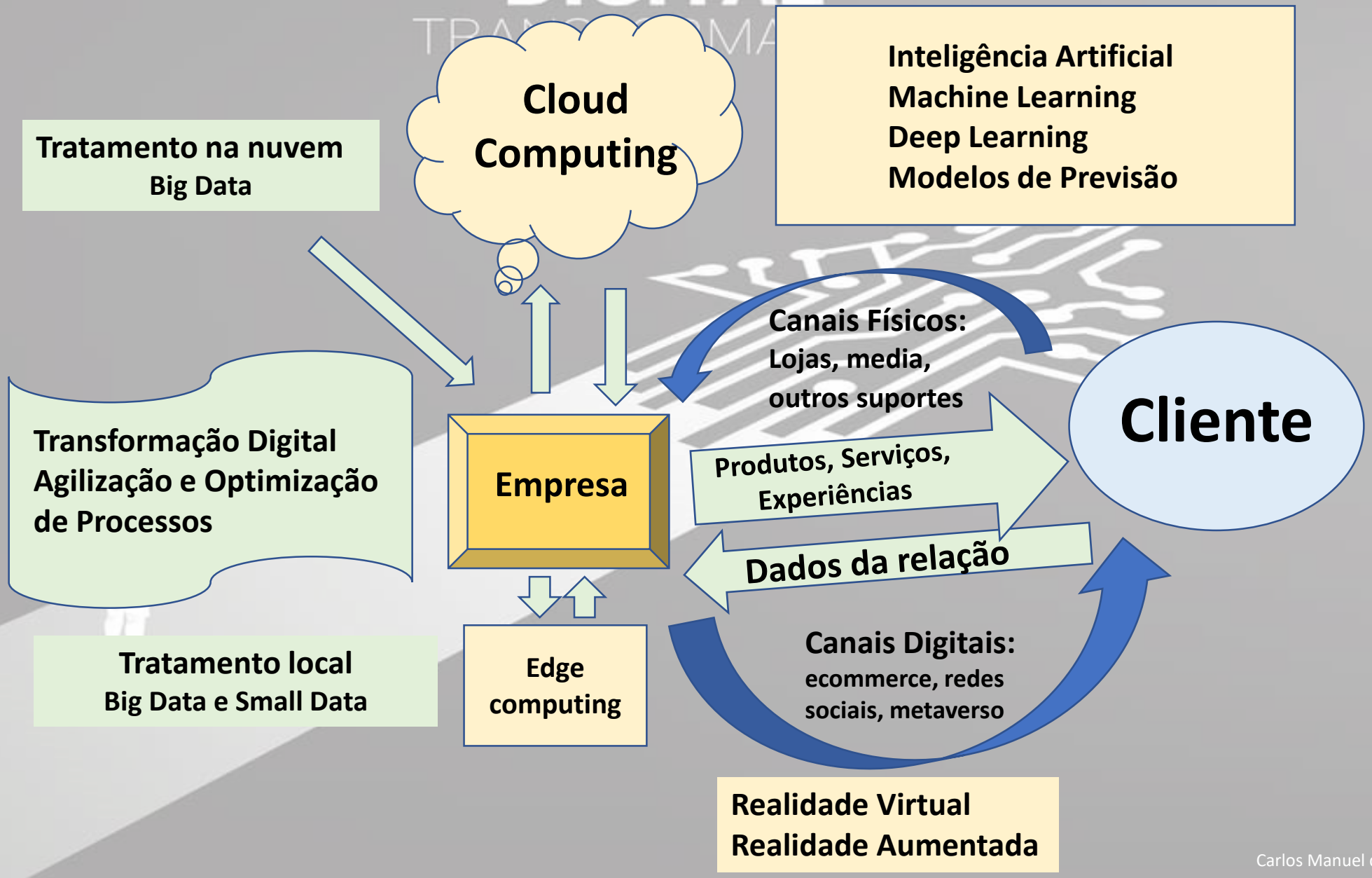
O caminho para a transformação digital



10 TECNOLOGIAS DISRUPTIVAS

IoT	Indústria 4.0. Wearable devices
RA, RV, RE	Experiências imersivas
BLOCKCHAIN	Person-to-Person. Segurança
EDGE e CLOUD COMPUTING	Big Data. Descentralização
IMPRESSÃO 3D	Impressão local. Descentralização
MATERIAIS AVANÇADOS	Supercondutores. Novos displays
IA, RV, RA	Serviços. Gestão. Marketing
COMPUTAÇÃO QUÂNTICA	Optimização cadeias de produção, de media, super rapidez de processamento
VEÍCULOS AUTÓNOMOS	Smart Cities
ENGENHARIA GENÉTICA	Saúde. Vida mais longa

Carlos Manuel de Oliveira,2021 ©



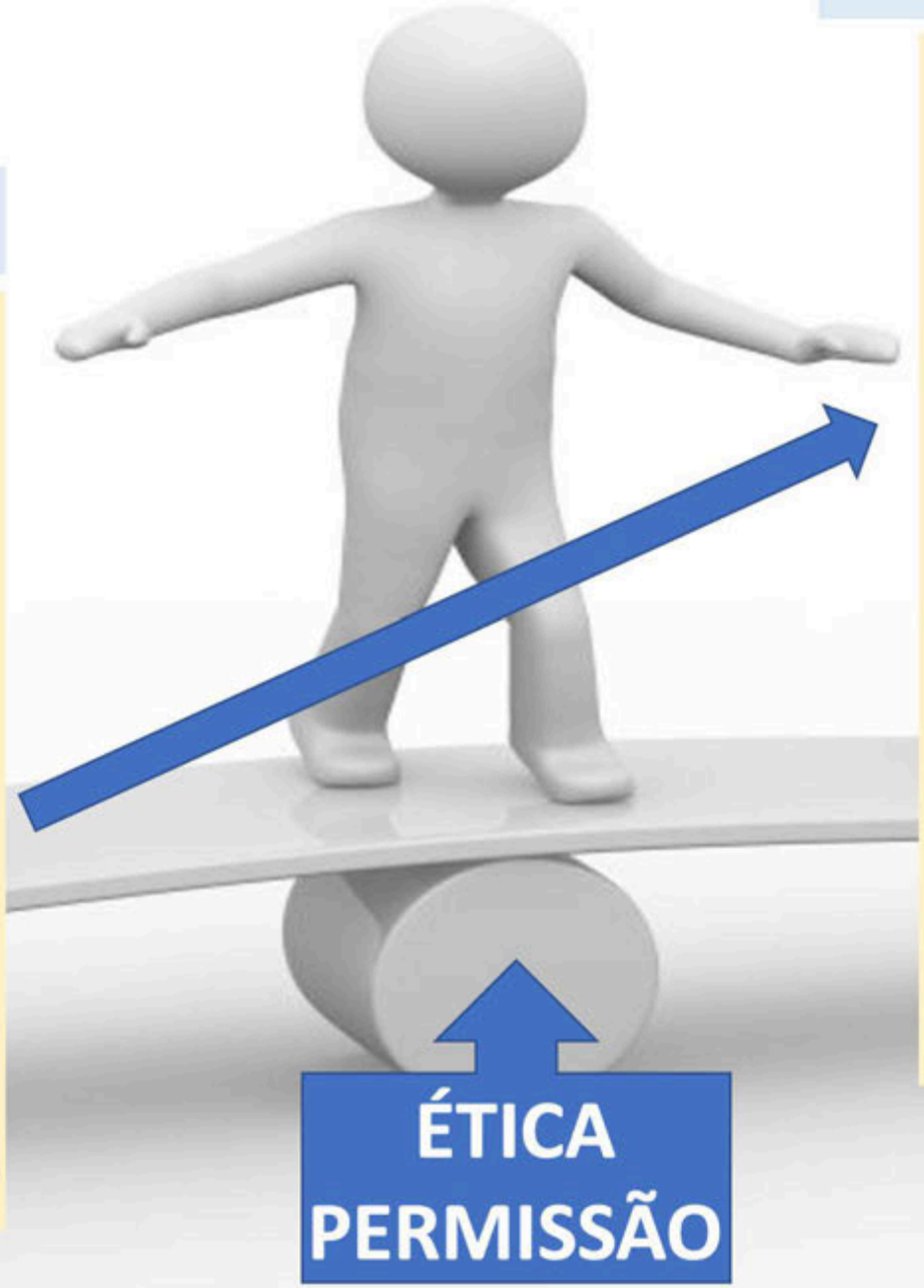
Carlos Manuel de Oliveira,2022

BIG DATA

Análise pela máquina

Machine
Converging thinking

Racionalidade
Rapidez de correlação
Teste
Custo



SMALL DATA + HUMAN

Análise humana

Human
Diverging thinking

Empatia
Senso comum
Criatividade
Emotividade
Talento inovador
Juízos morais

INSIGHTS

Carlos Manuel de Oliveira,2022

Comunicações Móveis

AS COMUNICAÇÕES

Comunicações Analógicas

Comunicações Digitais

1 G

-1980-

Voz

2 G

-1991-

0,1 MB/Sec

3 G

-1998-

0,1-8 MB/Sec

4 G

-2008-

15 MB/Sec

5 G

-2020-

HD, 3D, Ultra

1-10 GB/Sec

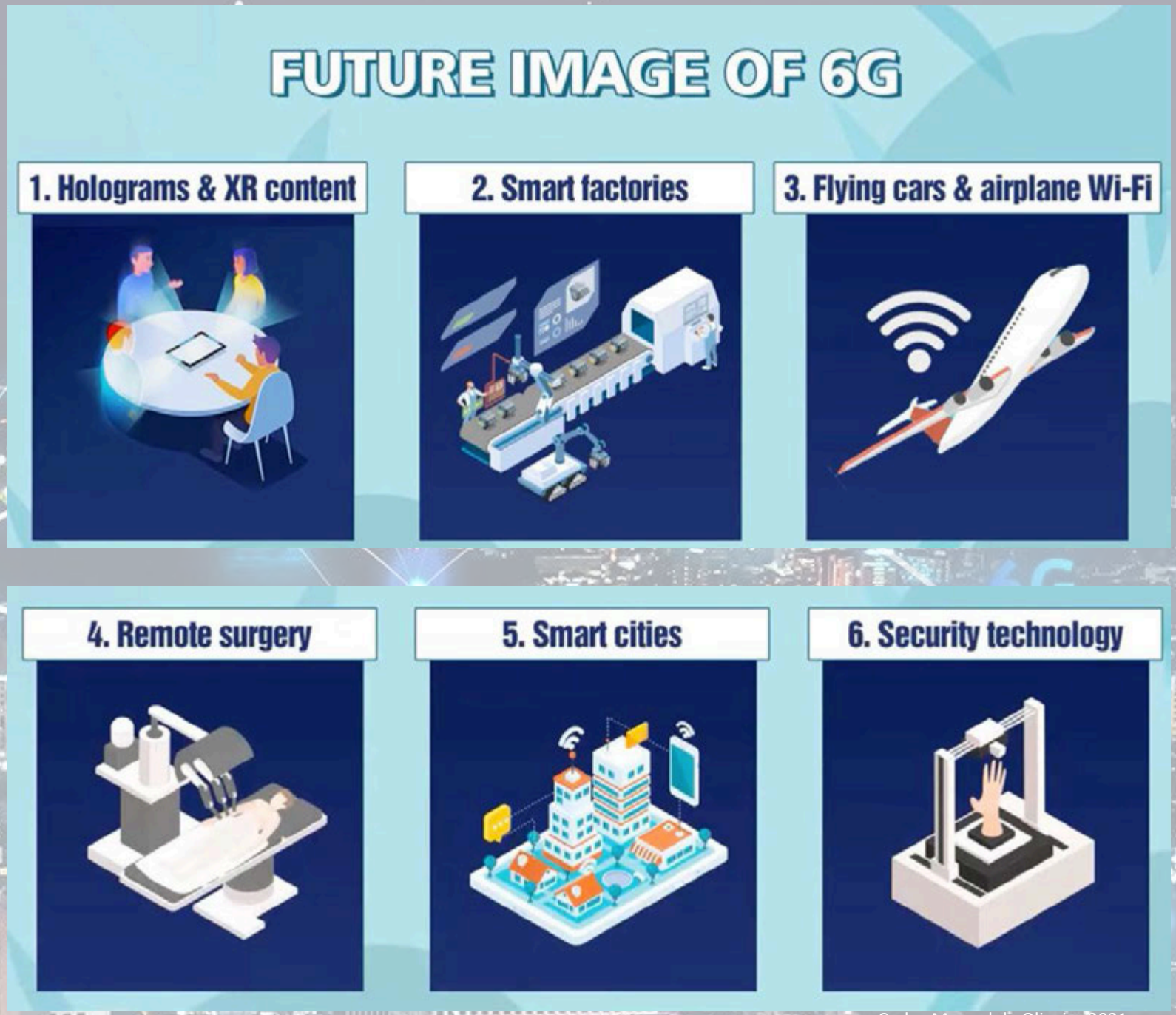
6 G

-2030 -

100 GB/Sec

Carlos Manuel de Oliveira,2021 ©

5G
6G


FUTURE IMAGE OF 6G
1. Holograms & XR content
2. Smart factories
3. Flying cars & airplane Wi-Fi
4. Remote surgery
5. Smart cities
6. Security technology

INDÚSTRIA 1.0

Máquina a Vapor

Mecanização

Tear mecânico

Carvão

1760-1830

INDÚSTRIA 2.0

Produção em escala

Linha de montagem/ /Taylorismo

Motor a combustão

Electricidade e Petróleo

1870

INDÚSTRIA 3.0

Alta tecnologia

Computador

Internet

Robótica

Electrónica

Silicon Valley

1960

INDÚSTRIA 4.0

Interconectividade

IoE

Cibernética

Inteligência Artificial

Redes de transmissão de dados

2020

INDÚSTRIA 5.0

Modelos de negócio e industriais centralizados no Ser Humano e na Sociedade

Integração Máquina/Homem

Sustentabilidade/ Economia Circular

Flexibilidade e Resiliência

2030

Carlos Manuel de Oliveira,2022 ©

INDÚSTRIA 5.0

Sustentável

vvv

Respeita o Planeta

Human-centric

Ultrapersonalização
Respeita Bem estar,
Talento,
Diversidade e
Inclusão

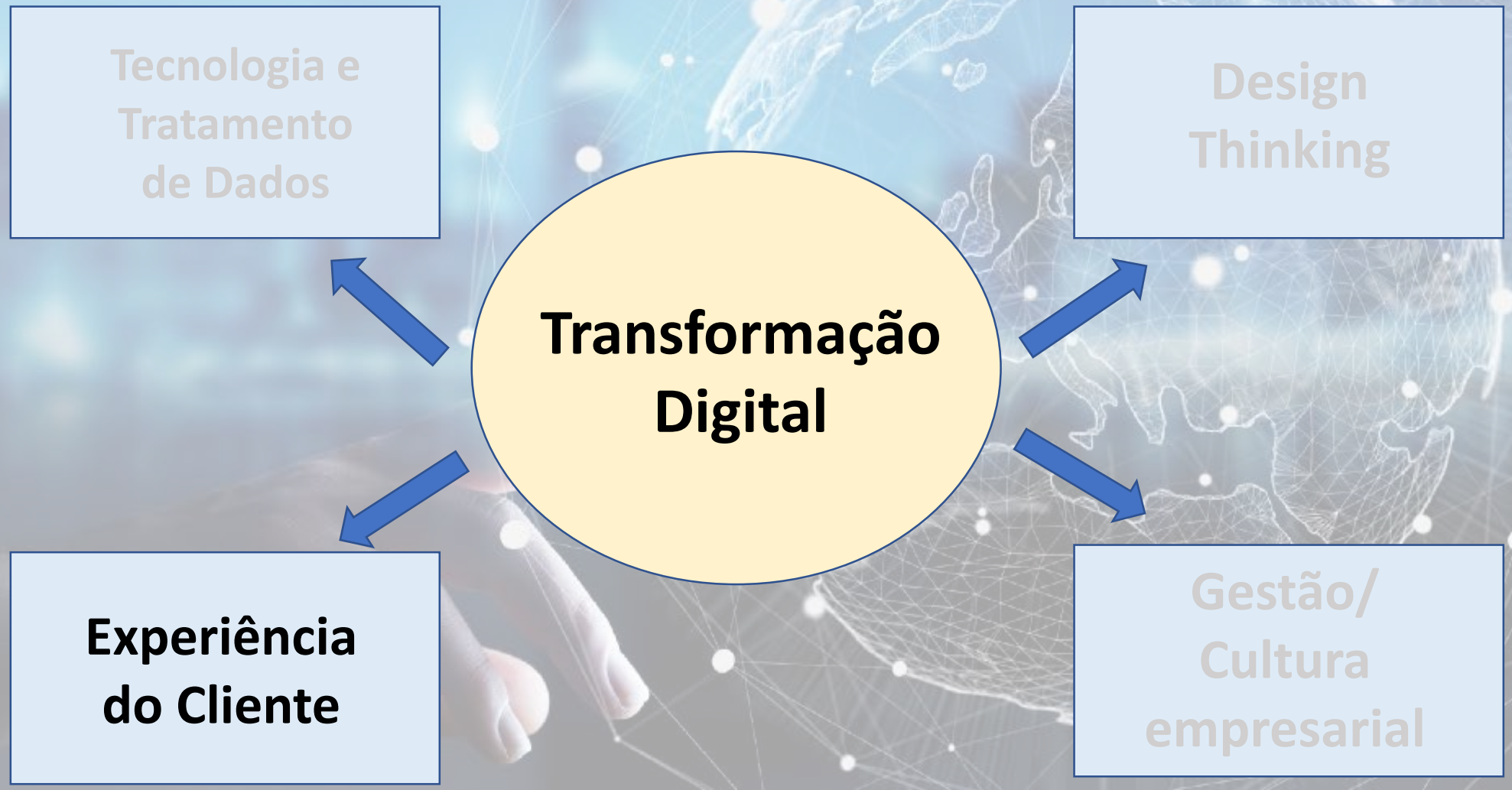
Resiliente

vvv

Tecnologias
Flexíveis e
Adaptáveis

TECNOLOGIA HUMANIZADA

Carlos Manuel de Oliveira,2022


Tecnologia e Tratamento de Dados
Design Thinking
Transformação Digital
Experiência do Cliente
Gestão/ Cultura empresarial

Compreensão da PESSOA na sua plenitude

Carlos Manuel de Oliveira,2021 ©

H2H
+ Empatia
+ Relevância
=
+ Preferência
SER HUMANO
ANTECIPAÇÃO das Necessidades para ajudar a resolver problemas
Carlos Manuel de Oliveira,2021 ©

MAPEAMENTO DA JORNADA DO CLIENTE

IA – Chatbots (Machine Learning; Natural Language Processing (NLP)

Conversational marketing

CLIENTE	Procura de contactos	Consideração de compra	Compra	Utilização e experiência: produto e relação	Satisfação	Defesa
	AWARENESS	**AQUISIÇÃO**	**ENVOLVIMENTO**	**ADOPÇÃO**	**ASSIMILAÇÃO**	**ADVOCACY**
EMPRESA	Para conhecer Conquistar visitantes	Incentivar a Compra Converter leads em vendas	Desenvolver Relação	Converter cliente	Oferecer a melhor Experiência	Incentivo à Defesa da marca

Optimizar a Jornada do Cliente

Carlos Manuel de Oliveira,2021 ©

VENDEDOR/
PESSOAL DE
CONTACTO

CRIADORES DE
EXPERIÊNCIAS

Pontos relevantes de contacto

Elementos de recolha de informação

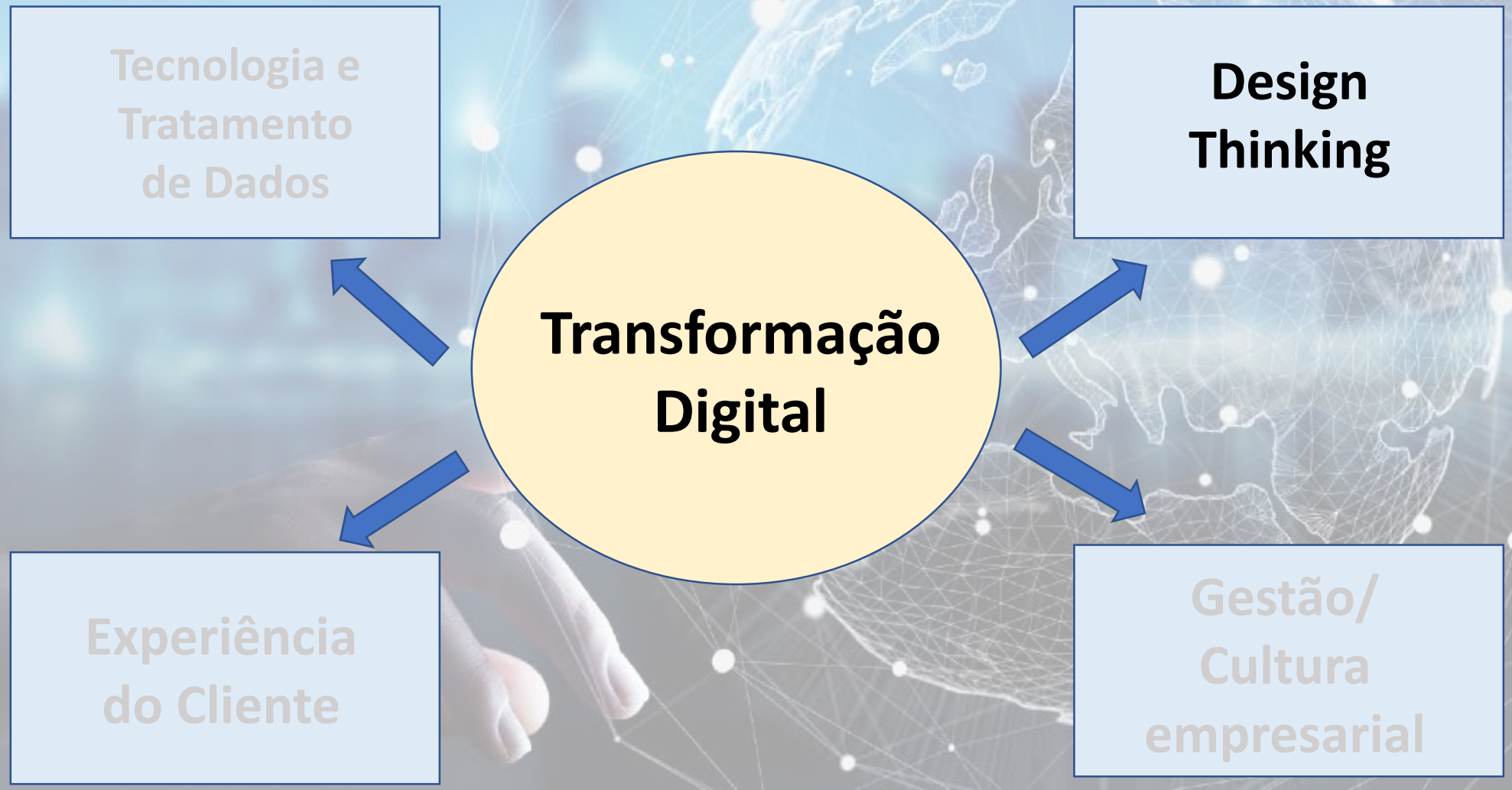
Propiciadores de experiências locais

Carlos Manuel de Oliveira,2021 ©

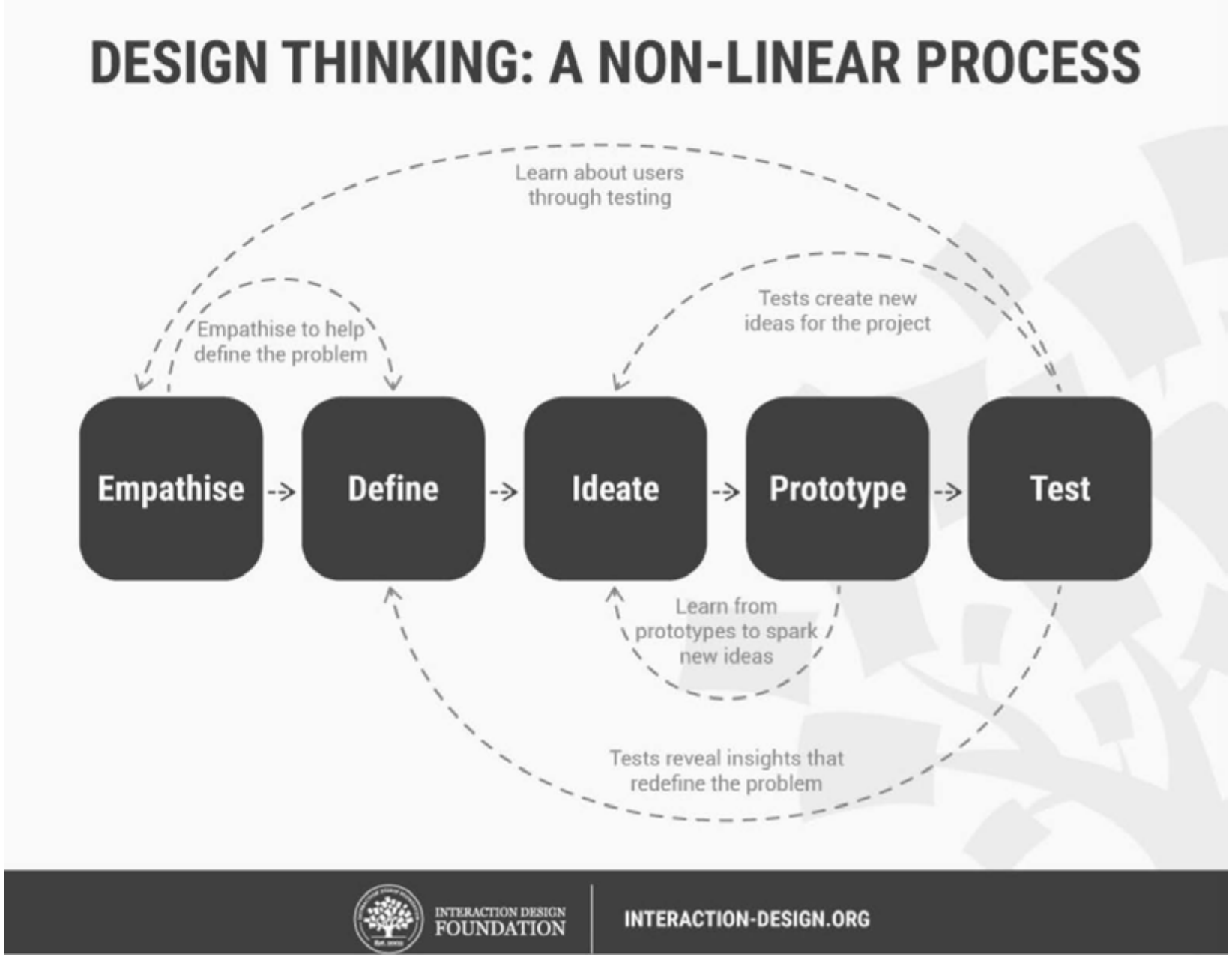
O que contribui para a Experiência +?

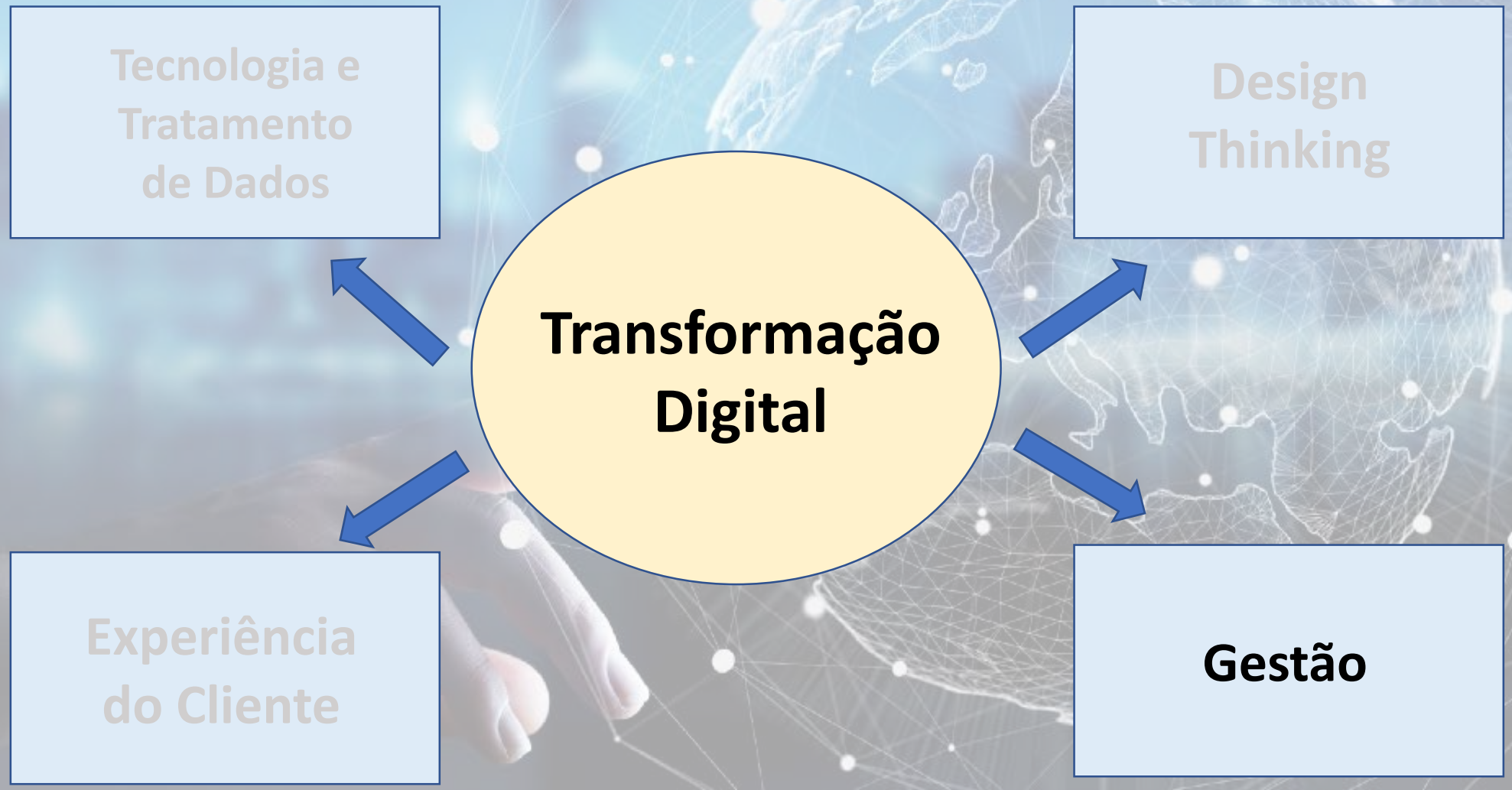
- Ter uma Visão do negócio centrada no cliente
- Antecipar as necessidades
- Distribuição Omnicanal
- Pós-venda
- Capturar feed-back (colaboradores e clientes)
- Qualidade do produto e serviço
- Personalização
- Atendimento
- Tratamento do cliente como único
- Conhecer e Optimizar a Jornada do Cliente/Envolvimento/Apoio
- Criar uma Relação Emocional
- Ausência de fricções
- Eventuais promoções

Carlos Manuel de Oliveira,2022


Tecnologia e Tratamento de Dados
Design Thinking
Transformação Digital
Experiência do Cliente
Gestão/ Cultura empresarial

MISSÃO da empresa




Tecnologia e Tratamento de Dados
Design Thinking
Transformação Digital
Experiência do Cliente
Gestão

Transformação digital é uma mudança de mentalidade que as empresas têm de atravessar, com o objetivo de se tornarem mais modernas e acompanharem os avanços tecnológicos

Centrada nos Clientes

Carlos Manuel de Oliveira,2021 ©

Com todo o enquadramento a mudar,
<u>é necessário um Novo Modelo de Negócio</u>

Mudança do Modelo de Negócio,
<u>da Oferta para a Procura</u>

O *UPSIDE-DOWN* DO NEGÓCIO!

OLHAR PARA A EMPRESA DE FORA PARA DENTRO

Carlos Manuel de Oliveira,2022

Bases da transformação digital

Criar uma cultura digital

Ambiente colaborativo

Entregas Ágeis/Redução de fricções

Liderança Aberta à Mudança

Foco/centralidade no Cliente e na Criação de Valor

Orientação a Dados

Abertura à Experimentação

Feed-back permanente

Adaptação/Flexibilidade/ Agilidade face à mudança

	De →	Para
AS GRANDES TRANSFORMAÇÕES	Ciência Tecnologia Engenharia Matemática Privacidade Exploração matérias-primas	**Criatividade** **Originalidade Reciprocidade** **Empatia** **Intuição** **Transparência** **Sustentabilidade**
	Um Mundo: Racional Lógico Previsível	**Aleatório** **VUCAA**
	Concorrência Manipulação Ultra racionalidade	**Colaboração** **Resolução de problemas** **Emoção**
	Comando hierárquico Estruturas de controlo, rígidas	**Achatamento hierarquias** **Estruturas (networks) flexíveis, multifuncionais e multiespecialistas**
	Centralidade: Eficiência Controlo Redução de custos Lucro Consumidor Gestão curto prazo	**Conexão** **Velocidade/Adaptabilidade** **Empowerment** **Estímulo** **Propósito e Stakeholders** **Ser Humano** **Gestão médio/longo prazos**

Com base em Michael Haupt, e Tanmay Vora, adaptado e desenvolvido por Oliveira,C Manuel, 2022

Mudanças de *mindset* para a transformação empresarial e digital

De	Para
Lucro	Propósito e Stakeholders
Hierarquia	Networks
Controlo	Empowerment
Planeamento	Experimentação
Privacidade	Transparência
Gestão c.prazo	Gestão m.l.prazos

Tanmay Vora, adaptado, por Oliveira, 2020

Achatamento das estruturas hierárquicas

Carlos Manuel de Oliveira,2021 ©

Grupos interdisciplinares. Cross-functional agile teams

Process-based management

Redes

Plataformas colaborativas

Test & Learn

Carlos Manuel de Oliveira,2021 ©

Vantagens da Transformação Digital para a empresa

- Torna a **Comunicação mais rápida, segmentada e assertiva**
- Integra Sectores, tornando as **equipas mais sintonizadas e colaborativas**
- **Permite aceder a Informações completas** de maneira mais global
- **Automatiza Processos e diminuir a Burocratização (melhorar eficiência)**
- **Favorece as Tomadas de decisão** através de suporte com dados
- **Melhora a Interacção com os clientes** por meio de canais mais instantâneos
- **Facilita a Análise de desempenho** graças a modernas ferramentas de gestão
- Aumenta a **Competitividade**
- Permite a Criação de **Novos Modelos de Negócio**

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

Vantagens da Transformação Digital para os clientes/mercado

Acompanhar a Jornada de Leads e Clientes

Melhor Experiência dos os Clientes

Foco/Centralidade no Cliente e na Criação de Valor

Maior Personalização

Redução dos Tempos de Resposta

Co-criação com o Cliente

Atendimento e Venda em Tempo Real (e-commerce)

MÉTRICAS

Melhores Insights dos Clientes e do Mercado

Em suma

Atracção de novos Clientes

Potencialidade de maior Fidelização

Aumento da Produtividade e das Receitas

Carlos Manuel de Oliveira,2022

80% empresas que fizeram a Transformação Digital aumentaram os lucros
85% afirmam que aumentaram a sua Quota de mercado
TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
Fonte: SAP Center of Business Insights

Os novos desafios da era Pós-digital

Inovação permanente

1. **Onlife**
Resposta ao cliente **e** actuação em tempo real

2. Estruturas empresariais **agilizadas** e **Fricções eliminadas** com o cliente

3. **Relações H2H - 1 to Moment -**

4. Oferta e Serviço, co-criados, centrados na **Emoção** e em **Experiências Imersivas, Personalizadas e Memoráveis**

10. Insights baseados na análise **Big Data+Small Data**

Centralidade no Ser Humano (Empatia)

9. **Mindset Empresarial Aberto**, Colaborativo. Visão de Longo Prazo

5. Desenvolvimento de uma cultura de **Agilidade e Flexibilidade**

6. **Tecnologias Integradas. Planeamento Dinâmico.**

7. **Marketing e Gestão Sustentáveis,** Socialmente Responsáveis

8. **Transformação Digital** centrada no Cliente e **na Cadeia de Valor**

Marca com Diferenciação e Propósito

Obsessão na Criação de Valor para o cliente

de Oliveira, Carlos Manuel
"Marketing pós-digital",2021

Um processo de Transformação Digital
tem, naturalmente, riscos…

…mas, quem o não fizer,
vai perder e ficar fora do mercado.

”A melhor forma de prever o futuro é criá-lo”

Abraham Lincoln

“A mudança é a lei da vida. E aqueles que olham unicamente para o passado ou para o presente, vão certamente perder o futuro”

John F. Kennedy

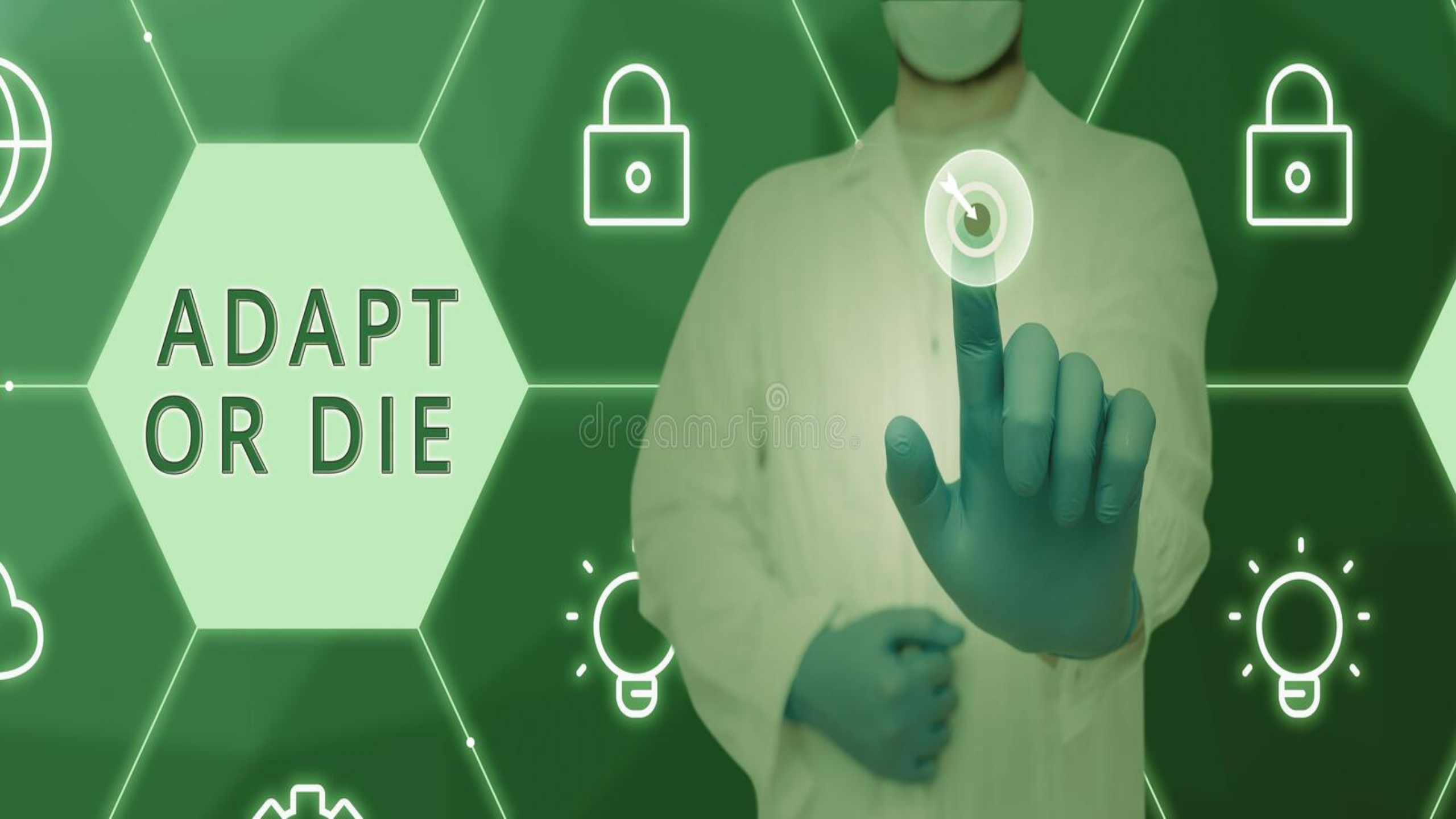
“Perguntar, dentro de poucos anos, a um gestor:
“Usa a Inteligência Artificial ?”,
é o mesmo que perguntar hoje,
“Usa um computador?”

Jim Sterne, Director Emérito da Digital Analytics Association

Boas notícias!

Fabricantes aderem à plataforma

Digitalização dos materiais e construção avança em bom ritmo com projeto APCMC Datacheck


ADAPT
OR DIE

Algumas questões

- Já alguma vez se tentou colocar “na pele” do seu cliente, antes de tomar qualquer decisão que o vá impactar?
- A sua organização garante a coerência total de informação, qualquer que seja o canal utilizado pelo seu cliente?
- Se a sua empresa tem uma presença online, website ou redes sociais, efectua o acompanhamento permanente dessa presença?
- Sente que a sua equipa está aberta à mudança e tecnologicamente preparada para a enfrentar?
- Dispõe de alguma sistema de registo de todas as conexões, reacções, reclamações, dos seus clientes?
- Os seus colaboradores são recompensados pelo trabalho dedicado de qualidade e pelo esforço de inovação e contribuição para os resultados da empresa?

Obrigado

Carlos Manuel de Oliveira

Email: marketingmania.cmo@gmail.com

LinkedIn: Carlos Manuel de Oliveira

Facebook: marketingmania

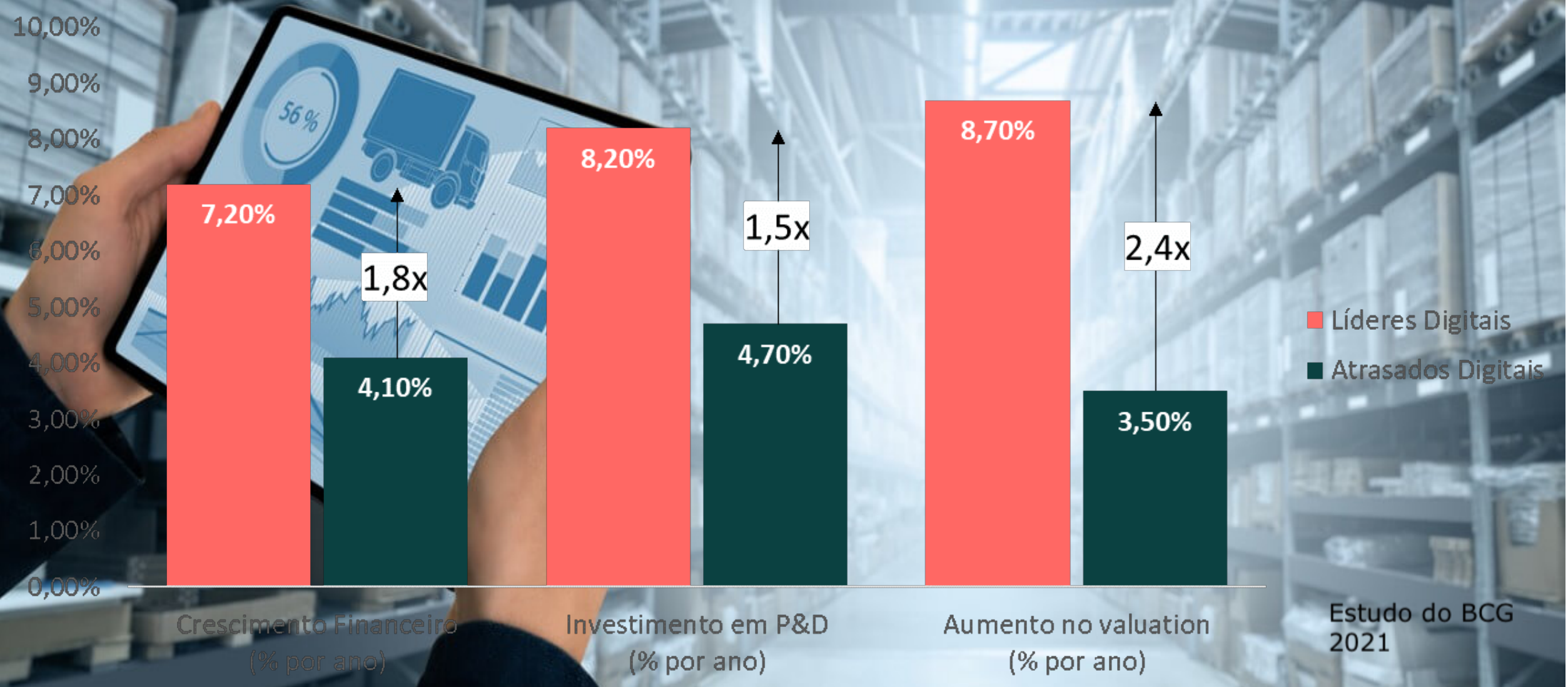
YouTube: marketingmania talks

Carlos Manuel de Oliveira,2021

Satya Nadella,
Presidente Microsoft

Maior agilidade

Melhores resultados



Estudo do BCG 2021