EDITORIAL

A inovação chega para todos os negócios?

Empreender e inovar andam juntos. E, cada vez mais, a tecnologia se torna uma aliada de quem precisa otimizar o tempo, organizar processos e administrar um negócio. São inúmeros os aplicativos e ferramentas que prometem facilitar a rotina dos empreendedores. Mas uma pergunta precisa ser feita: essas soluções estão chegando a todos?

A inovação alcança os pequenos e micronegócios? Está acessível a quem toca o próprio empreendimento sozinho, muitas vezes na informalidade? Em meio a tantos avanços tecnológicos, é fundamental olhar para quem está na ponta e entender suas necessidades. Afinal, a inovação só cumpre seu papel quando seus benefícios chegam também a quem mais precisa.

No Rio Grande do Sul, iniciativas mostram que esse olhar pode transformar realidades. É o caso de Mohamed Nacif, de 20 anos, que vende batidas de frutas no sinal e criou o Vant, um aplicativo de gestão financeira voltado a vendedores de rua. A plataforma, que já ultrapassou 100 assinantes, utiliza Inteligência Artificial e gamificação para simplificar a administração desses pequenos negócios.

A história está presente na central desta semana do GeraçãoE (pág. 4), mostrando que inovar vai além da criação de novas tecnologias, atendendo as dores de quem ainda está no caminho para consolidar o negócio. Democratizar o acesso a essas ferramentas é também uma forma de fortalecer o empreendedorismo.

JÚLIA FERNANDES
@eujuliafernandes

EXPLORAR

Dicas para fortalecer a sua marca

DIVULGAÇÃO/JC



Confira as dicas de Genaro Galli, autor do livro Branding Estratégico: Construção e Marca na Prática

Genaro Galli, fundador da Estrategeria Consulting.

A marca de uma empresa vai muito além do logotipo e da sua identidade visual. Ela é um dos principais ativos do negócio: conecta a empresa ao mercado e traduz sua promessa e sua proposta de valor para os públicos de interesse.

Sou Genaro Galli, fundador da Estrategeria Consulting, professor de MBA e autor do livro publicado recentemente "Branding Estratégico: Construção de Marca na Prática", que destaca a importância das marcas para os negócios e para a atuação de empreendedores e gestores.

Quero compartilhar três dicas para fortalecer sua marca, agregar valor ao negócio e torná-la mais relevante no mercado.

Primeira: defina as associações desejadas para sua marca. Quando alguém pensar na sua marca, quais são as três principais associações que devem vir à mente? Ter essa resposta clara ajuda a orientar o que a marca deve representar e construir ao longo do tempo.

Segunda: comunique sua proposta de valor em uma comunicação clara. Traduza as associações desejadas e os benefícios da sua marca em uma mensagem que o público compreenda. Lembre-se: quem quer ser tudo pode acabar não sendo reconhecido por nada. Clareza não significa que toda comunicação precisa ser literal. Imagens, vídeos, palavras e experiências podem expressar o que sua marca deseja representar.

Terceira: gere experiências nos principais pontos de contato. Onde o público entra em contato com sua marca? No ponto de venda, no site, nas redes sociais ou no atendimento de um vendedor? Mapeie os pontos de contato mais importantes e assegure que eles expressem as associações desejadas, o posicionamento e a promessa central da marca. Cada interação é uma oportunidade de gerar experiências que fortalecem a promessa da marca.

Essas três dicas podem ser aplicadas a qualquer negócio, independentemente do setor ou do porte. Olhe para sua marca como um ativo estratégico e faça com que sua promessa se concretize na experiência dos seus públicos. É assim que o branding estratégico ganha vida na prática.

Geração-e

Cervejaria lança nova linha de produtos sem glúten

A cervejaria Factory Beer, com sede em Sapucaia do Sul, na Região Metropolitana de Porto Alegre, apresenta uma novidade ao mercado gaúcho: o lançamento de uma nova linha de cervejas sem glúten. As três cervejas, Pilsen sem álcool (sem álcool e sem glúten), Session IPA (sem álcool e sem glúten) e Ultra Light (baixa caloria e sem glúten), foram apresentadas durante evento no barco Cisne Branco, em Porto Alegre.

A Factory Beer é a segunda cervejaria mais antiga do Rio Grande do Sul - a empresa está em atividade desde 1998. O diretor industrial, Thiago Daitx, destaca que a empresa decidiu apresentar ao mercado uma nova família de cervejas desenvolvida para acompanhar as transformações nos hábitos de consumo e a busca do consumidor por cervejas leves e sem álcool. Aponte a câmera para o QR Code ao lado e confira.

VINI OLIVEIRA/COFILMS/DIVULGAÇÃO/JC



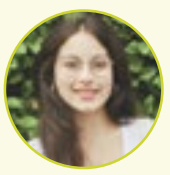
Ge



ISADORA JACOBY
Editora-assistente
@isajacoby



JÚLIA FERNANDES
Repórter
@eujuliafernandes



MANUELA CASSANO
Estagiária
@manu.cassano



GUSTAVO MARCHANT
Estagiário
@marchxnt

Editor-chefe:
Guilherme Kolling

Projeto gráfico:
Luís Gustavo
Van Ondheusden

Geração-e Publicação do Jornal do Comércio de Porto Alegre

geracaoe@jornaldocomercio.com.br