



YouTube – Tendências de webvídeo

Greta Paz (*)

A comunicação em vídeo tem crescido de forma significativa, principalmente com a ajuda de algumas plataformas

YouTube, Snapchat, Instagram e Facebook são os principais responsáveis pelo crescimento e vem contribuindo de forma determinante neste crescimento. Estima-se que em 2017, o vídeo representará aproximadamente 69% do tráfego da internet por consumidores. Porém, a utilização de serviços de vídeo online vai dobrar nesse período, atingindo mais de 80% de todos os usuários de internet no mundo. Por este motivo, os profissionais de marketing precisam estar atentos e atualizados com as novas tendências desse mercado para os próximos anos. É preciso inventar e reinventar de forma inovadora para conseguir espaço no mercado.

O YouTube tem tido um crescimento promissor desde o seu surgimento e se tornando um dos canais mais promissores. Para as empresas, virou o principal canal de branded content, sendo uma das formas mais efetivas de comunicação direta para que empresas possam se comunicar melhor com seus consumidores. Além disso, abre espaço para os novos youtubers, que buscam seu espaço.

Com o passar dos anos, o vídeo deixou de ser um complemento e passou a ser estratégico para a comunicação das marcas que desejam interagir com seu público. Além disso, muitas delas ainda pecam na estratégia de produção de conteúdos. Pensando nisso, listei abaixo as três principais tendências para o mercado de webvídeos para esse ano:

Maior investimento

Uma pesquisa realizada pela Interactive Advertising Bureau, de 300 grandes marcas, aponta que mais de 65% delas já

estão deixando de investir na televisão e passando a investir somente em webvídeos. A tendência é de cada vez mais os vídeos sejam grandes apostas e pouco será falado sobre focar na publicidade na TV.

Marcas como produtoras de conteúdo

Para esse ano, a grande aposta para quem quer estar sempre na frente são as empresas especializadas em vídeos online, como produtoras de conteúdo. Atualmente, percebemos que as marcas não precisam mais da mídia para falar com seu público, elas já conseguem estabelecer um relacionamento e criar diálogos próprios e por isso, estão apostando também em seus conteúdos originais. Afinal, quem melhor do que uma universidade para falar de educação ou uma marca de cosméticos para falar de beleza, por exemplo. Cada empresa sabe muito bem sobre seu conteúdo e muitas vezes muito melhor que a mídia.

Foco em resultado

O branded por branded não faz mais tanto sentido como antes. As marcas precisam estar atentas nisso e também sobre o retorno do investimento. O mercado já oferece diversas ferramentas que podem auxiliar para não perder o foco, só que o mais importante é a empresa ter planejamento e análise de dados.

Por fim, vale reforçar que é preciso desenvolver materiais interativos, com conteúdos relevantes e, claro, que atendam as necessidades dos consumidores. Somente desta forma sua empresa estará pronta para competir de igual para igual com os gigantes do mercado.

(*) É fundadora da MPQuatro, é a primeira startup do Brasil dedicada a estratégias no YouTube. A empresa atua na produção, roteirização, finalização de webvídeos e seu diferencial está na ativação desse conteúdo no ambiente online, com um custo acessível às PME's porque realiza o ciclo completo de divulgação e elimina a necessidade de contratação de diversos prestadores de serviço.

Check-up tecnológico em tempos de crise

Não permita que o pânico se instale em sua empresa e aproveite o momento para apostar em inovações que alavancarão o negócio

Reynaldo Ajauskas (*)

Estamos rodeados de notícias e acontecimentos complexos, seja no cenário político ou econômico, e vivemos uma das maiores crises já enfrentadas no Brasil. O tempo passa, lá se foi o primeiro trimestre, e somos arrastados de volta, literalmente, em marcha a ré! Esse é o momento de se reorganizar, replanejar, analisar cuidadosamente tudo que será gasto, revisar os contratos e custos.

Mas, se você se curvar à crise e ao pânico e não repensar, não conseguirá enxergar nenhuma das oportunidades que aparecem. Foque o seu pensamento e direcione a sua energia pra isso. Faça agora, neste momento, o seu planejamento de maneira serena e estratégica, pois as oportunidades vão surgir daí: do seu próprio negócio, das suas próprias ideias e as de sua equipe.

A melhor forma de começar a se reestruturar é apostar na tecnologia da informação, que tem grande poder nestas horas, pois sendo aplicada corretamente pode proporcionar redução efetiva de custos. É sabido que investir em tecnologia proporciona conhecimento e controle de processos, qualidade, prazos, flexibilidade e inovação. Mas um ponto interessante neste cenário, onde a incapacidade e a incerteza para investir é presente, é que os serviços em tecnologia podem retardar investimentos.



Um bom exemplo, é que na área de banco de dados, o Diagnóstico de Ambiente pode ser comparado ao check-up médico, onde especialistas examinam servidores, sistemas operacionais e gerenciadores de banco de dados, buscando revisar melhores práticas, otimizar consumo de recursos de memória, processador e discos, e criticando consultas com desempenho ruim. Proporcionando como resultado sistemas estáveis, performáticos e com baixos riscos de paradas não programadas, sem a necessidade de adquirir hardware ou atualizar software.

As soluções em nuvem também podem ser grandes aliadas no momento de crise, pois existem ofertas consistentes, que efetivamente proporcionam redução nos custos de propriedade para rodar os sistemas, mantê-los seguros e sempre disponíveis, o que toda empresa deseja. Estes são apenas alguns exemplos de como a tecnologia é vantajosa em momentos de instabilidade dentro das empresas.

O cenário, economicamente ruim, não significa estagnação permanente. A crise é uma oportunidade de crescimento futuro, onde sua empresa se mantém como referência no mercado. Investir em tempos difíceis não se trata apenas do mero conceito da palavra, mas sim de algo que vai muito além dela: é pensar no aqui e agora, mirando os anos vindouros.

(*) É Diretor de Operações da DBACorp.

APP de otimização de PCs ganha atualização gratuita em versão mais robusta

A companhia alemã Nero AG, que no final do ano passado lançou seu primeiro aplicativo de "faxina" e melhoria de desempenho em PCs Windows, está liberando mundialmente a primeira nova versão de 2016 do Nero TuneItUp com diversas novidades tanto para sua edição gratuita quanto para a Professional. Para quem já tem instalado o aplicativo, profissional ou grátis, a atualização é gratuita.

Resultado de um semestre de pesquisas diretas com consumidores de todo o mundo, a nova versão atende a dois requisitos fundamentais dos usuários: simplificar ainda mais a operação do aplicativo e unificar as soluções apresentadas, as automatizando sempre que possível.

A Nero equationou esse pedido dos usuários dando maior autonomia à inteligência do software para resolver problemas encontrados no PC, após o que são gerados resumos simplificados para usuários "normais" e relatórios e análises para usuários técnicos. O monitoramento do PC também ficou mais inteligente. Ele informa o usuário sempre que o desempenho do computador entra em declínio, oferecendo



uma solução em um só clique ou detalhamento aprofundado do problema.

Outro ponto da nova versão é a robustez incrementada em medidas contra invasão de privacidade - foram incluídas ferramentas para corrigir 15 potenciais pontos falhos de privacidade no Windows 10 e para limpeza profunda de vestígios deixados pelos principais browsers do mercado.

"Em poucos meses de mercado, o Nero TuneItUp se consolidou como uma das principais soluções do mercado mundial para análise, reparo e monitoramento da saúde de computadores Windows", diz Eduardo Vento, Gerente Mundial de Relações Públicas da Nero. "Após rodar o TuneItUp, que em si já algo em que não se gasta grande tempo, o usuário percebe na hora que o PC tem início mais veloz, passa a responder com maior rapidez a comandos e estica o tempo de funcionamento com bateria."

A nova versão do Nero TuneItUp PRO está disponível a partir de 11 de abril de 2016 a um preço sugerido de R\$ 109 por ano ou por R\$ 149,99 por ano para até três PCs. Para baixar o aplicativo ou obter mais informações, visite www.nero.com/ptb/.

Guia prático "como abrir empresas nos estados unidos" chega à 3ª edição

O guia "Como abrir empresas nos Estados Unidos", produzido pela Câmara Americana de Comércio do Brasil (Amcham) em parceria com a consultoria internacional Drummond Advisors, chega à terceira edição. A publicação mais consultada do projeto "How to do business and invest in the US" reúne informações estratégicas para o empresário brasileiro que deseja conquistar o mercado norte-americano.

A renovação do manual marca o cenário de crescente demanda de companhias

brasileiras em busca de oportunidades no exterior, especialmente nos EUA, país que é porta de entrada para o mercado global. Para dar uma visão ampla do processo de internacionalização, a publicação mostra o panorama atual da economia americana e orienta sobre os principais aspectos da abertura da empresa, como: estruturação, tipos de entidade, implicações tributárias, vistos de entrada e contratação de mão de obra.

A terceira edição conta também com um capítulo inédito, que aborda as diretrizes

para o investimento direto voltado à pessoa física estrangeira, com orientações práticas contemplando o ambiente tributário para o empreendedor brasileiro.

O guia "Como abrir empresas nos Estados Unidos" tem versão impressa, disponível nas sedes da Amcham do Brasil e durante os eventos e comitês da organização, e online. O download é gratuito (<http://www.amcham.com.br/howtous/publications-howtous/sectorial-information/law/como-abrir-empresas-nos-eua>).

Número de lojas virtuais cresceu 89% no estado de São Paulo em 2015

Em 2015, o número de pessoas que abriram uma loja virtual no estado de São Paulo cresceu 89%, comparado com o ano de 2014. Segundo levantamento realizado em março deste ano, foram 13.146 novas lojas abertas só na Loja Integrada, (www.lojaintegrada.com.br), plataforma de e-commerce mais popular do Brasil, com 280 mil lojas criadas.

O levantamento mostrou ainda que o segmento que mais se destacou em São Paulo durante o ano passado foi o de artigos para bebê, ficando pela primeira vez entre os 5 que mais venderam no ano. Em 2015, esse nicho faturou cerca de R\$ 1,2 milhão só na plataforma da Loja Integrada. Outros segmentos que também apresentaram bons resultados foram: Moda e Acessórios, com crescimento de 17%, e Perfumaria e Cosmético, com 16%.

"O consumidor está em busca de economia e comprar do pequeno lojista virtual é uma opção mais vantajosa para produtos de nichos, como artigos para bebês, por exemplo", diz Adriano Caetano, especialista em comércio eletrônico e Diretor da Loja Integrada.

A Lojista Daniela Cabrera, da loja Letiti identificou um nicho de mercado que ainda não existia no Brasil. Começou a produzir um acessório para bebês conhecido como "meias sapatinhos" e vender pela internet. "Abri minha loja virtual de roupas personalizadas para bebês em junho de 2015. Com o e-commerce, consegui trabalhar de casa e ficar perto

da minha filha. Mesmo com a crise, após 9 meses de loja virtual consegui capital para montar meu quiosque e expor minhas peças. Hoje atendemos o Brasil todo e temos pedidos até internacionais. Estamos crescendo" conta Daniela.

Para quem pretende investir no e-commerce em 2016, acontece em São Paulo, no próximo dia 28 de abril, (quinta-feira) o Ciclo MPE.net. Durante todo o evento, serão ministrados seminários gratuitos para capacitar micro e pequenos empreendedores interessados em abrir uma loja na internet ou aprimorar o seu negócio.

Entre as palestras, o especialista em comércio eletrônico Adriano Caetano apresenta as principais dicas para quem abrir um e-commerce mas não entende da tecnologia. O Ciclo MPE é iniciativa da Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico (camara-e.net) e as inscrições podem ser feitas gratuitamente pela internet.

Ciclo MPE SP
Endereço:
Quando: 18 de abril às 8h
Auditório da escola de negócios do Sebrae-SP
Alameda Nothmann, 598, Campos Elíseos, São Paulo/SP, CEP: 01216-000
Inscrições Gratuitas: <http://www.ciclo-mpe.net/web/inscricao/index/eventid/122>
Palestra: Escolhendo a sua plataforma de e-commerce
Palestrante: Adriano Caetano - Diretor da Loja Integrada
Horário: 10h50 às 11h35
Local: Auditório
Ciclo MPE é iniciativa da Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico (camara-e.net)

News @

Dell amplia portfólio de infraestrutura hiperconvergente

@ A Dell - uma das maiores fornecedoras de soluções de TI ponta-a-ponta do mundo - anuncia a expansão do seu portfólio de infraestrutura hiperconvergente, com tecnologias que ajudam as empresas a acelerar e simplificar a implementação e gestão dos projetos de TI. Os lançamentos incluem a incorporação no portfólio da Dell dos appliances convergentes da EMC (VCE VxRail e VCE VxRack); a expansão do portfólio de soluções e serviços para ambientes VMware baseados em servidores PowerEdge 13g; e a atualização da linha de appliances Dell XC, em parceria com a Nutanix, com os novos processadores Intel Xeon E5-2600 v4 (www.dell.com.br).

Emissor gratuito de NF-e e CT-e

@ A Secretaria da Fazenda do Estado de São Paulo (Sefaz) informou que irá descontinuar a última versão dos seus emissores gratuitos de

Nota Fiscal Eletrônica (NF-e) e Conhecimento de Transporte Eletrônico (CT-e). Os aplicativos, em sua versão atual, não terão um sucessor, e conforme forem surgindo alterações legais para emissão, os aplicativos já instalados se tornarão obsoletos, pois trabalharão com regras desatualizadas. A decisão passa a valer em janeiro de 2017, e os empresários de São Paulo que emitem NF-e e CT-e devem buscar se atualizar com uma ferramenta profissional, dentro dos próximos nove meses.

Solução multicloud

@ O UOLDIVEO, empresa do Grupo UOL focada em Outsourcing de TI para o mercado corporativo, amplia suas ofertas de computação em nuvem e passa a operar verdadeiramente em formato multicloud, endereçando as principais dores percebidas pela empresa junto aos CIO's e executivos de TI, tais como a preservação de seus investimentos, a previsibilidade e o controle de custos, a instabilidade cambial, os riscos fiscais na importação de produtos e serviços, a maturidade e evolução de suas aplicações e a simplificação na gestão (www.uoldiveo.com.br).