

Contribuições tecnológicas ao Marketing

MOSTRAR A IMPORTÂNCIA DAS TELECOMUNICAÇÕES PARA O MARKETING DIGITAL

AUTOR(A): PROF. ANA CAROLINA CALDAS DIAS JORDAN

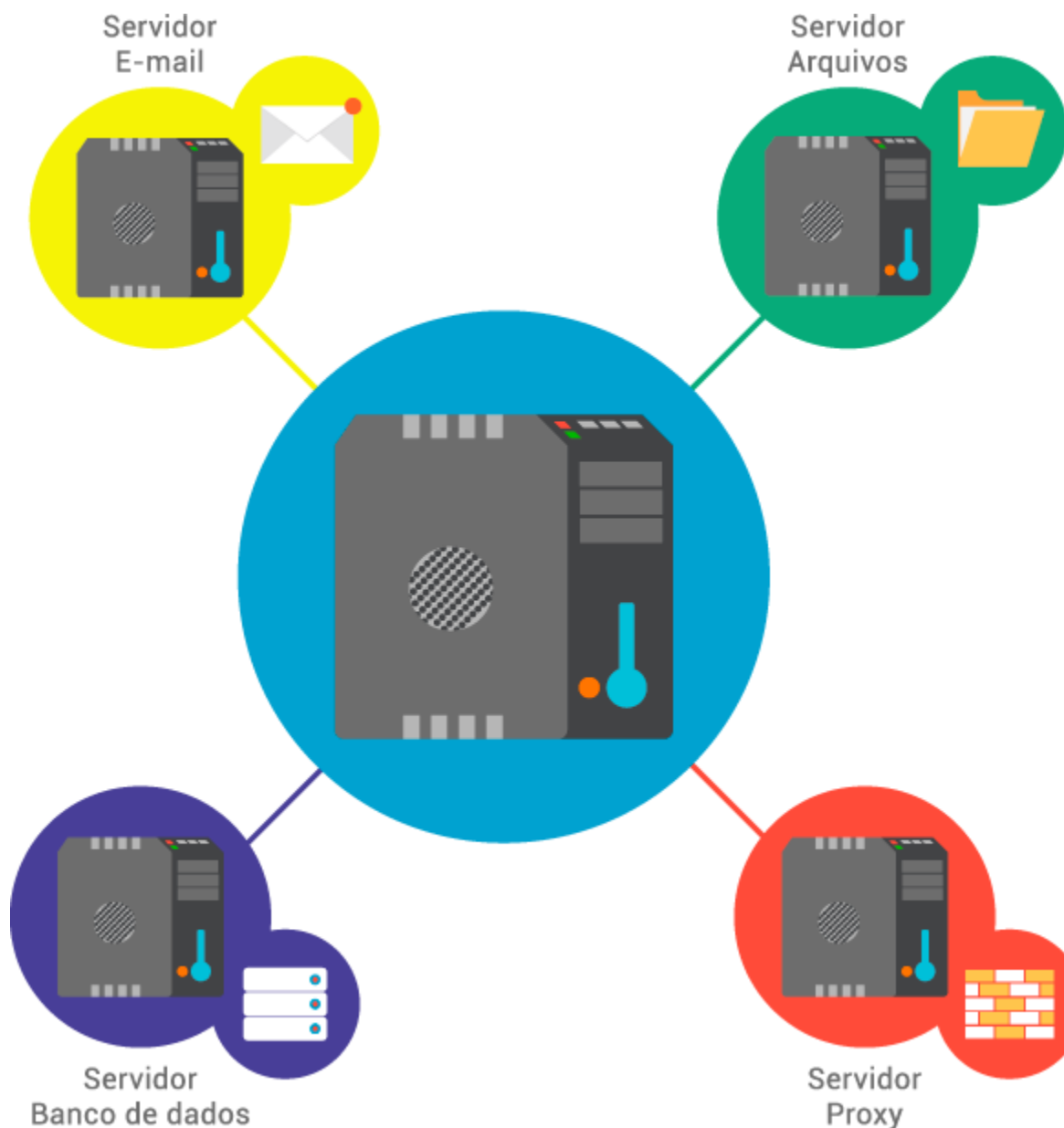
Telecomunicações

De acordo com O'Brien (2012), nos últimos anos, a competitividade nos serviços de telecomunicações alterou-se drasticamente em diversos países. A indústria de telecomunicações passou de uns poucos monopólios controlados pelo governo para um mercado privatizado com muitos fornecedores de serviços de telecomunicações em feroz competição. Atualmente, muitas companhias oferecem a empresas e consumidores uma opção dentre muitas, desde serviços telefônicos locais e mundiais até canais de satélite de comunicações, rádio móvel, TV a cabo, serviços de telefone celular e acesso à internet.

O crescimento explosivo da internet e da rede mundial de computadores gerou um arsenal de novos produtos, serviços e fornecedores de telecomunicações. Dirigindo esse crescimento e em resposta a ele, as empresas têm aumentando drasticamente seu uso da internet e da rede para o comércio eletrônico e a colaboração. Desta forma, as opções de serviço e fornecimento disponíveis para atender às necessidades de telecomunicações de uma empresa aumentaram consideravelmente, tal como as alternativas de decisões dos gerentes das empresas.



Legenda: EQUIPAMENTOS DE TELECOMUNICAÇÕES



Legenda: SERVIÇOS DISPONIBILIZADOS PELAS TELECOMUNICAÇÕES

As telecomunicações também estão sendo revolucionadas pela rápida mudança de tecnologia de rede analógica para a tecnologia de rede digital. As telecomunicações sempre dependeram de sistemas de transmissão analógica orientados por voz, destinados a transmitir as frequências elétricas variáveis geradas por ondas sonoras da voz humana.

Entretanto, as redes de telecomunicações locais e globais estão rapidamente sendo convertidas para as tecnologias de transmissão digital, que transmitem informações, maior economia e margens muito menores de erro do que os sistemas analógicos. Além disso, as tecnologias digitais permitem que as redes de telecomunicações transportem múltiplos tipos de comunicações (dados, voz, vídeo) pelos mesmos circuitos.

Outra tendência na tecnologia das telecomunicações é a mudança da mídia baseada no cabo de cobre e sistemas repetidores de microondas terrestres para transmissões por linhas de fibra ótica e celulares, PCs, satélite de comunicações e outras tecnologias sem fio. A transmissão por fibra ótica, que utiliza pulsos de luz gerados por laser, oferece consideráveis vantagens em termos de tamanho reduzido e esforço de instalação, capacidade de comunicação muitíssimo maior, velocidades de transmissão muito mais rápidas e ausência de interferência elétrica. A transmissão via satélite oferece vantagens significativas para organizações que precisam transmitir quantidades enormes de dados, áudio e vídeo por redes mundiais, principalmente para áreas isoladas.



Legenda: POSSIBILIDADES DE SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES

Aplicação do uso das telecomunicações nas empresas

De acordo com O'Brien (2012), as mudanças nas indústrias e as tecnologias de telecomunicações que acabamos de mencionar estão provocando uma mudança significativa no uso comercial das telecomunicações. A tendência rumo a mais fornecedores, serviços, tecnologias de internet e sistemas abertos, e o rápido crescimento da internet, rede mundial de computadores, intranets e extranets nas empresas, aumenta radicalmente o número viável de aplicações de telecomunicações. Desta forma, as

redes de telecomunicações estão agora desempenhando papéis vitais e generalizados no comércio eletrônico, na colaboração entre e nas empresas, e em outras aplicações e de e-business que apoiam o planejamento, o gerenciamento e os objetivos estratégicos tanto de grandes como de pequenas empresas. As redes locais e mundiais de computadores de uma organização podem cortar drasticamente os custos, encurtar os tempos de indicação de negócios e os tempos de resposta, apoiar o comércio eletrônico, aumentar a colaboração entre grupos de trabalho, desenvolver processos operacionais on-line, compartilhar recursos, reter clientes e fornecedores e desenvolver novos produtos e serviços. Isso torna as telecomunicações uma área de decisão mais complexa e importante para as empresas que precisam cada vez mais encontrar novas maneiras de competir tanto em mercados internos como mundiais.

Conforme o autor O'Brien, a tecnologia da informação, especialmente em aplicações baseadas em telecomunicações, ajuda uma companhia a transpor barreiras geográficas, temporais, de custos e estruturais para conseguir sucesso.

Por exemplo, os vendedores viajantes e os que trabalham em escritórios regionais de vendas podem usar a internet, extranets e outras redes para transmitir pedidos de clientes utilizando seus PCs portáteis ou de escritório, rompendo, desta forma, limitações geográficas. Terminais de ponto de venda e uma rede de processamento de transações de vendas on-line podem romper barreiras de tempo apoiando a autorização imediata de crédito e o processo de vendas. Teleconferências podem ser utilizadas para reduzir custos, diminuindo a necessidade de viagens de negócios caras, uma vez que permitem aos clientes, fornecedores e funcionários participarem de reuniões e colaborarem em projetos conjuntos. Finalmente, os sites de e-commerce do tipo empresa a empresa (B2B) são utilizados por estas para estabelecer relações estratégicas com seus clientes e fornecedores, tornando as transações comerciais rápidas, acessíveis e ajustadas às necessidades das empresas que se envolvem nessa parceria.

Neste tópico, conhecemos o conceito central das telecomunicações, foi possível perceber o quanto imprescindível ficou o acesso à internet.

Porém, é importante você aluno refletir!!!! Já imaginou a sua vida sem as telecomunicações ou sem a internet? Não? Pois é. Imagine várias ferramentas web sem nenhuma serventia, pois a mesma funciona somente com infraestrutura de telecomunicações. Essa é a conclusão que deve ter consigo, as telecomunicações, é uma estrutura fundamental para que o marketing digital possa ser trabalhado.



Legenda: COMUNICAÇÃO ULTRAPASSANDO BARREIRAS TERRITORIAIS

Tecnologia no Marketing Digital

Segundo KARTAJAYA, SETIAWAN e KOTLER (2010) nos últimos 60 anos o marketing evoluiu sob três marcos: marketing 1.0 – abordagem da gestão do produto e suas funcionalidades; marketing 2.0 – gestão do consumidor, em que o cliente ainda é passivo em suas ações, porém a sua preocupação é a tecnologia da informação e o surgimento da internet; marketing 3.0 – centrado nos consumidores, responsabilidade corporativa quanto aos anseios humanos, utilizando artifícios de persuasão de sensibilização e engajamento, seu foco é a nova onda tecnológica.

As contribuições tecnológicas ao marketing são visíveis aos olhos de todos nós, como em nosso cotidiano, nas empresas, nos meios de comunicação, na saúde, dentre outros. Mas, a contribuição efetiva ao mercado de varejo é um caso deve ser referenciado. Sendo assim, é importante citar alguns números para que se possa demonstrar tamanha potencialidade.

No final de 2014, a internet tinha aproximadamente 3 bilhões de usuários, atraindo milhares de oportunidades de negócio. Segundo Webshoppers (2016), relatório de comércio eletrônico do E-BIT e Buscapé Company – 15 % das vendas foram via dispositivos móveis.

As contribuições tecnológicas são consideráveis pela mobilidade, centralização e disponibilidade de informações, onde e quando necessário, conectividade de quaisquer equipamentos eletrônicos, a facilidade e rapidez para adquirir coisas em qualquer lugar, independentemente do tamanho e valor. É relevante destacar que quase toda a relação entre cliente e empresa é realizada via web, transações comerciais e de relacionamento pós-venda.

MOBILE DAY

É possível ver com mais clareza os aspectos de Marketing Digital e a tecnologia que tão intrínsecos ao nosso dia a dia neste vídeo: <https://www.youtube.com/watch?v=19n9u5fo-zc>

(ht

tp:

//s

av

efr

o

m.

ne

t/?

url

=h

ttp

s

%

3A

%

2F

%

2F

w

w

w.

yo

ut

ub

e.c

o

m
%
2F
wa
tc
h
%
3F
v
%
3D
19
n9
u5
fo
-
zc
&
ut
m
_s
ou
rc
e=
ch
a
m
ele
on
&
ut
m
-
m
ed
iu
m
=e

xt
en
si
on
s
&
ut
m
_c
a
m
pa
ig
n=
lin
k_
m
od
ifi

(<https://www.youtube.com/watch?v=19n9u5fo-zc>) – Mobile Day.

Internet das Coisas (IoT – Internet of Things)

De acordo com a revista digital Computerworld, na reportagem intitulada por “Dez aplicações possíveis do conceito de Internet das Coisas em PMEs”, mostra que a ideia da Internet das coisas é conectar os diversos objetos utilizados no dia-a-dia à internet, com o intuito de facilitar e agilizar a vida cotidiana das pessoas. Isso traz uma evolução imensa, pois conecta qualquer “coisa/equipamento” à rede de internet e ainda os integrando, isso significa que aparelhos domésticos, carros, acessórios pessoais, dentre outros, serão provedores de produtos e serviços na internet, como atualmente já acontece com as TV’s e consoles de videogame.

Porém, essa tecnologia gera uma grande demanda de recursos de comunicação e de infraestrutura, isto é, grande desafio tecnológico brasileiro, devido seu alto custo de implementação.

As possibilidades de uso são infinitas, poderão ser aplicadas em áreas como: Design e marketing de produto, manutenção de produto, vendas, engenharia do produto, logística, processos de fabricação, manutenção de frota, transporte, agricultura, medicina, dentre outros.

10 POSSÍVEIS APLICAÇÕES DO CONCEITO DE INTERNET DAS COISAS EM PME'S

Veja a reportagem na íntegra:

<http://computerworld.com.br/dez-aplicacoes-possiveis-do-conceito-de-internet-das-coisas-em-pmes>
(<http://computerworld.com.br/dez-aplicacoes-possiveis-do-conceito-de-internet-das-coisas-em-pmes>)

LABORATÓRIO COLABORATIVO - INTERNET DAS COISAS

Conforme revista digital Computerworld, a cidade de Campinas, abrigará um laboratório colaborativo com intuito de criar soluções de internet das coisas. O “Tech Experience Network” surge como uma iniciativa de um grupo de empresas: Aceleradora, CI&T, Icaro Tech, Matera System e Softex. O objetivo central desta iniciativa é transformar os projetos da internet das coisas de forma massiva. Obtendo um ambiente de experimentação e fomento para futuros negócios na área, acelerando o ciclo de inovação.

Veja a reportagem e alguns vídeos sobre o tema:

<http://computerworld.com.br/campinas-tera-laboratorio-colaborativo-de-internet-das-coisas>
(<http://computerworld.com.br/campinas-tera-laboratorio-colaborativo-de-internet-das-coisas>)

<https://www.youtube.com/watch?v=jlkvzcG1UMk>

<https://www.youtube.com/watch?v=pcxjB7AxuZI>

<https://www.youtube.com/watch?v=frNDLod1m7M>

Resumo

Neste tópico, foi possível tomar ciência de como os serviços de telecomunicações transformou drasticamente nosso cotidiano, a forma de trabalhar, estudar, comprar e viver. O crescimento explosivo da internet a tornou necessária e essencial em praticamente tudo o que fazemos, as empresas ficaram dependentes deste recurso em sua cadeia de valor, para o comércio eletrônico e a colaboração entre seus pares e colaboradores.

A revolução tecnológica relacionada aos termos mobilidade, conectividade e interatividade visivelmente infinita de possibilidades, onde a inovação e a tecnologia estão intrínsecas em todo lugar. Atualmente podemos fazer qualquer tarefa de qualquer lugar, a mobilidade nos trouxe liberdade e organização para

executar nossas tarefas do dia a dia, podendo economizar tempo para a qualidade de vida e lazer.

Com todos esses atributos, a internet, trouxe com força total a aplicação do marketing digital, processo em que aplico a teoria e ações de marketing on-line, com ferramentas que me permitem saber tudo e qualquer coisa dos clientes, informações sobre consumo, características pessoais, perfil de compra, detalhes minuciosos, sem contratar nenhum tipo de pesquisa para isso, simplesmente utilizo ferramentas on-line para obtê-las.

Por fim, adentramos no tema "Internet das Coisas", que trata de forma ilustrativa o movimento maior, que a contribuição tecnológica vem nos trazendo, o sonho da automatização total de nossas tarefas.

ATIVIDADE

Complete a frase:

As redes locais e mundiais de computadores de uma organização podem cortar drasticamente

os _____, encurtar os _____ de indicação de negócios e os tempos de resposta, apoiar o _____, aumentar a colaboração entre grupos de trabalho, desenvolver processos operacionais _____, compartilhar recursos, reter clientes e fornecedores e desenvolver _____.

A. custos; tempos; comércio eletrônico; on-line; novos produtos e serviços.

B. tempos; custos; negócio; off-line; novos produtos e serviços.

C. custos; tempos; comércio eletrônico; off-line; novos produtos e serviços.