




José Luiz Fondacaro



Como eu recebo os
slides
e o certificado eletrônico
de participação ?

<https://alterdata.software/gurupi1710>

* Nome completo:

* Email:

Dados importantes para o envio de seu certificado impresso:

* Endereço: * Número:

* Bairro: * CEP:

* Cidade/UF: /

* Telefone de contato:

Você já cadastrou uma senha anteriormente.

* O evento atendeu suas expectativas?



Não gostei

Você tem alguma pergunta sobre o assunto que não foi feita ao palestrante Alterdata no evento?

Sim Não

Você aceitaria conhecer na prática os recursos dos sistemas Alterdata citados na palestra, dentre outros, em uma demonstração sem compromisso?

Sim Não



A 4º Revolução Industrial trouxe mudanças exponenciais

Gestão

Ação

Resultado

4ª Revolução Industrial

- 1 - CAPACIDADE DE ARMAZENAR CONTEUDO GIGANTESCO DE INFORMAÇÕES
- 2 - ANALISAR DADOS E IDENTIFICAR TENDÊNCIAS;
- 3 - INTEGRAR VÁRIAS TECNOLOGIAS.

Revoluções da Indústria



INDÚSTRIA 1.0

Mecanização, tear e força à vapor

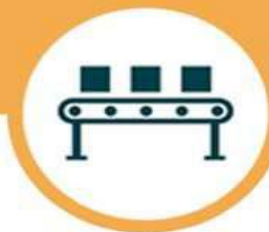


1784



INDÚSTRIA 2.0

Produção em escala, linha de montagem, eletricidade e combustão

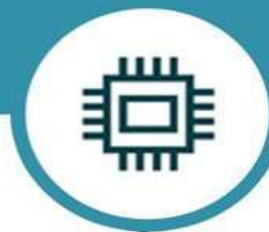


1870



INDÚSTRIA 3.0

Automação, robótica computadores, internet e eletrônicos



1969



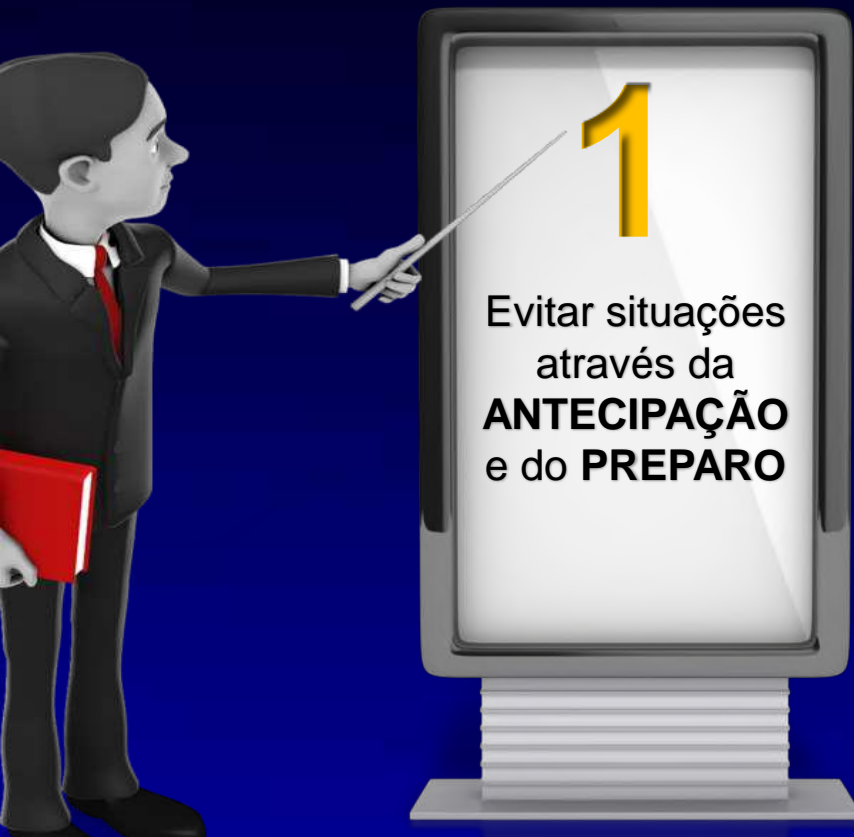
INDÚSTRIA 4.0

Sistemas cibernéticos, internet das coisas, redes e inteligência artificial



HOJE

Ações importantes na Gestão





1

**ANTECIPAÇÃO
e PREPARO**



Jan
2011



Não termos usado as **informações disponíveis** e a **experiência do passado** fez com que a calamidade atingisse de forma avassaladora



Sobrevivencialismo

Cultura de **preparação e estratégias** de sobrevivência de possíveis problemas naturais, políticos e econômicos que venham **ameaçar nossa existência.**



INFORMAÇÃO

**Empresas
Grandes**

**Empresas
Pequenas**



Estamos coletando o máximo de informações sobre o ambiente que estamos inseridos para podermos sobreviver?



Tecnologia IA - IoT

Potencializa a
performance das
empresas

Mais clientes com
menor custo
operacional

4ª Revolução Industrial

ESCRITÓRIO
TRADICIONAL



ESCRITÓRIO
4.0



FISCO antes da 4ª Revolução Industrial



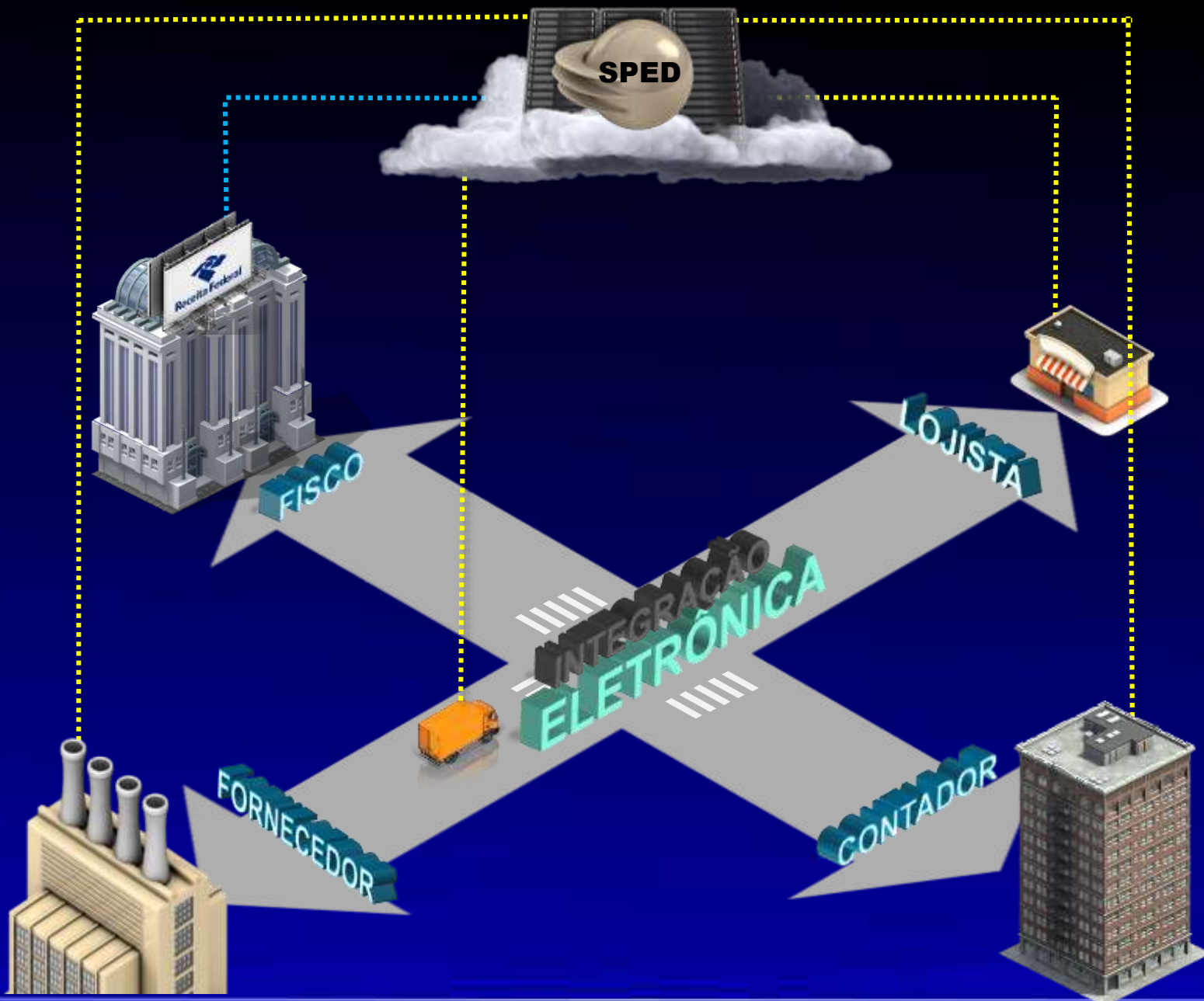
ATIVO



SPED - Sistema Público de Escrituração Digital



**Prevenção a possíveis sonegações,
fomentando aumento na arrecadação**



FISCO 4.0



PASSIVO

Previsível



2

4ª Revolução Industrial

Preparo precisa ser
IMEDIATO





Que **preparos**
e **estratégias**
são **hoje**
fundamentais
para nos
manter no
mercado ?

“A arte de administrar uma empresa em **tempos de recessão** é comparável às estratégias de pilotos de corrida: **ganha quem é mais rápido nas curvas e não quem acelera apenas nas retas.**”

Sergio Rial
CEO Santander

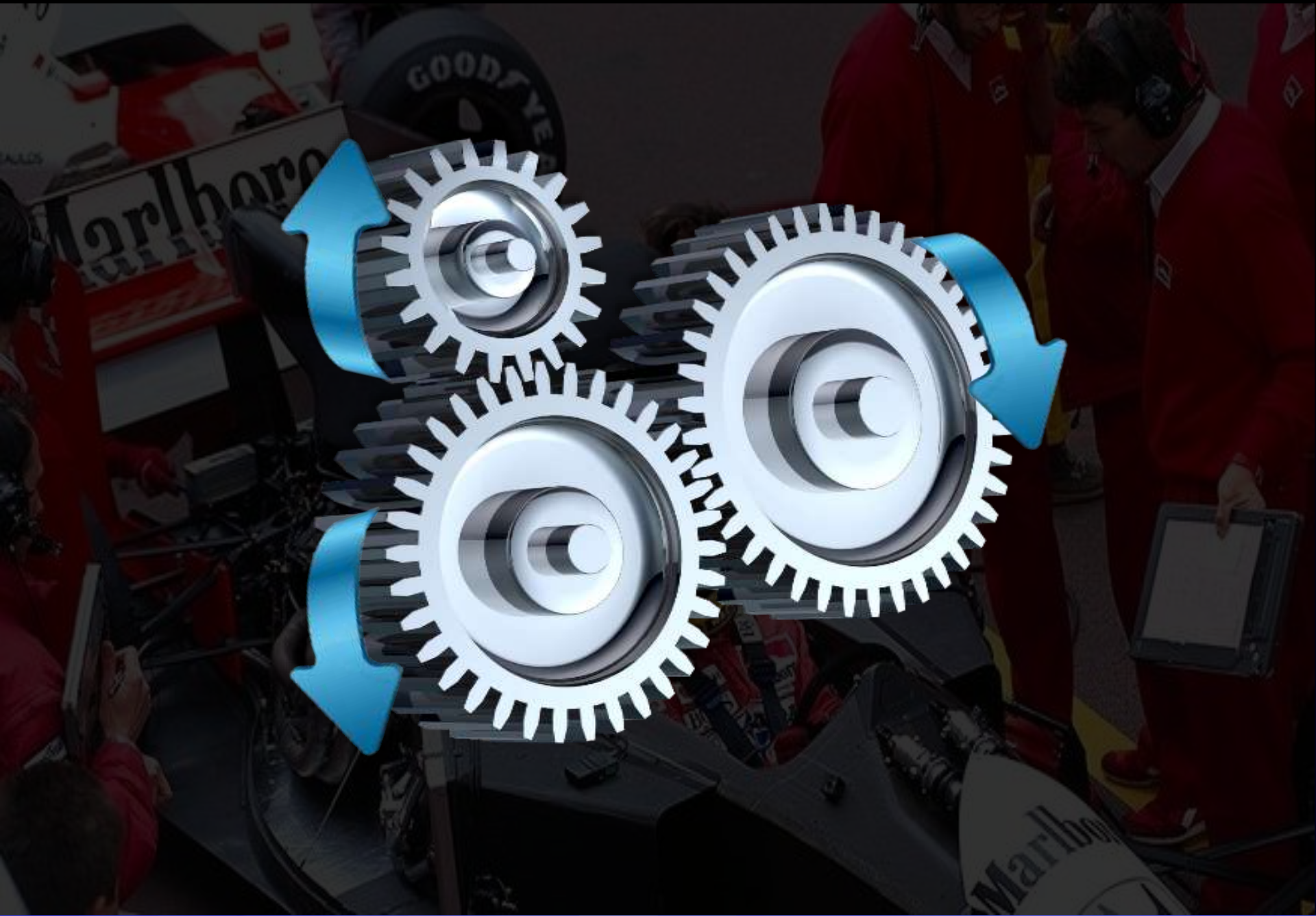




Estrategista

Ayrton Senna
Piloto





Preparo para a
Sobrevivência
Corporativa

Gestão
por Indicadores

Informação

Entender de
Ser Humano

Liderança

Aprender
Sempre

Inovação

INFORMAÇÃO



INFORMAÇÃO

Relembrando





INFORMAÇÃO



Antes...



GESTÃO POR DADOS E POR PAPEL



INFORMAÇÃO

DADOS

Que por si só não transmitem nenhuma conclusão.

Exemplo:

Relatório de vendas de uma empresa.

Total no mês = **R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais)**



Este resultado é bom ou ruim?





INFORMAÇÃO

DADOS PASSARAM A GERAR INFORMAÇÕES:

Ou seja, dados foram analisados, interpretados e qualificados.





INFORMAÇÃO



CENÁRIO 1 - dados

Vendas no mês **R\$ 500.000,00**

RESULTADO

Inconclusivo

CENÁRIO 2 - informações

Vendas no mês **R\$ 500.000,00**

Meta do mês **R\$ 800.000,00**

Custos fixos e variáveis

Não alcançado **- R\$ 300.000,00**

RESULTADO

Negativo

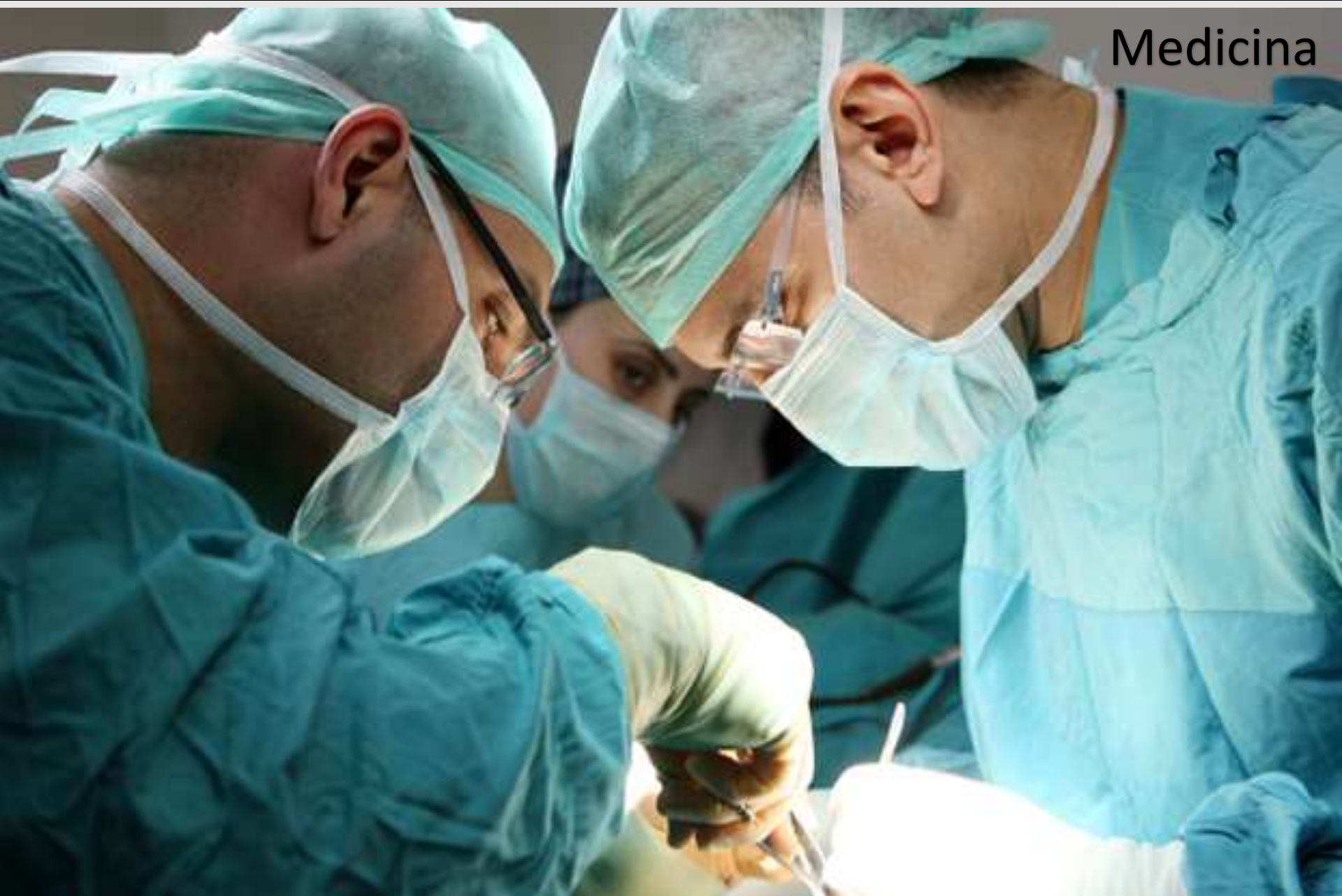


INFORMAÇÃO

Era SPED

Ações para sobreviver ?





Técnica / Conhecimento



Ambiente adequado (Reestruturação)



Soluções de análise (Tecnologia)



Ferramentas corretas





INFORMAÇÃO

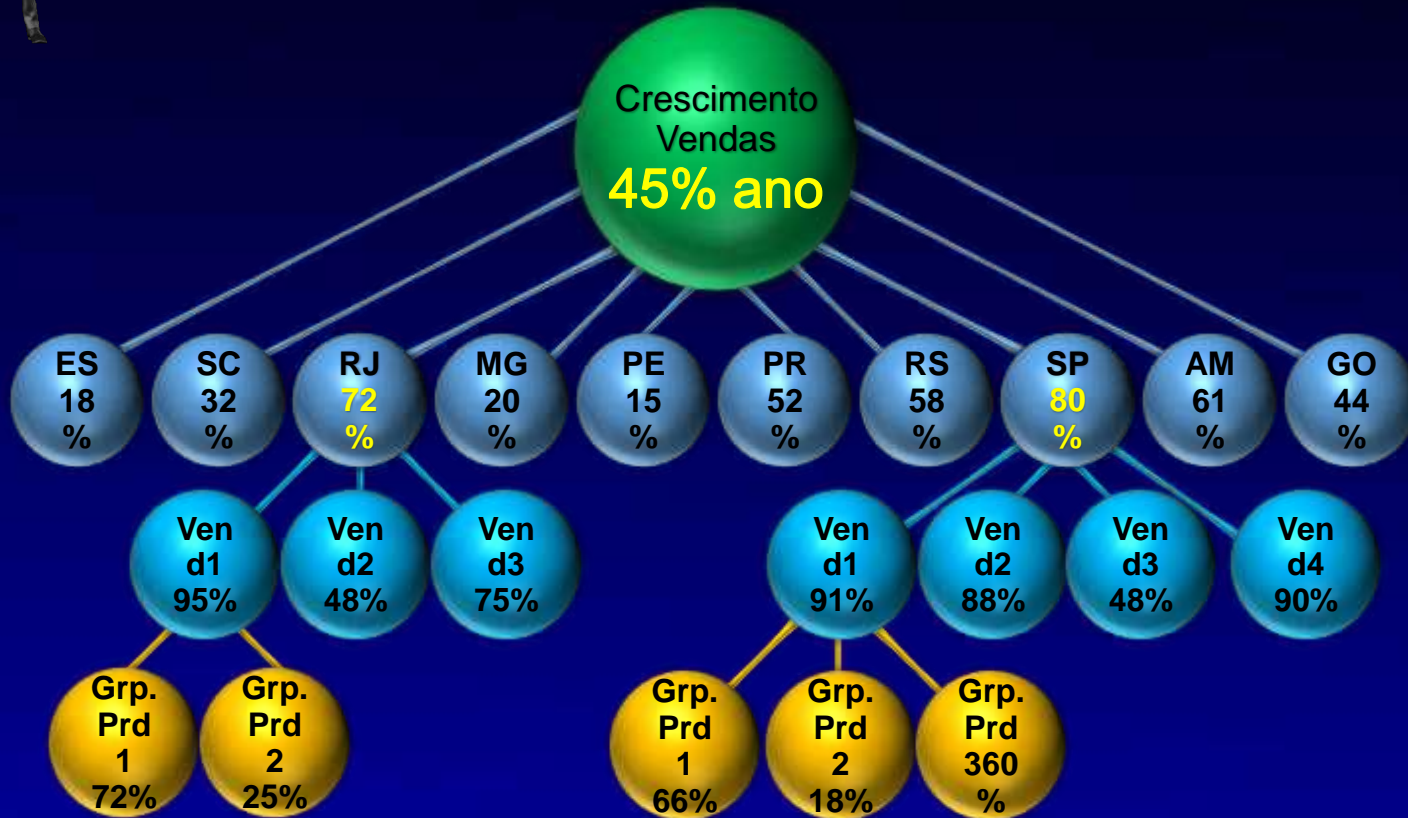


Jordi
Canals
Reitor da
**escola de
negócios
espanhol**
a IESE
Business
School

“Um **gestor competente hoje**, é aquele com habilidades para fazer **diagnósticos do momento** e desenvolver **pontos de vista sobre o futuro**”



1 INFORMAÇÃO



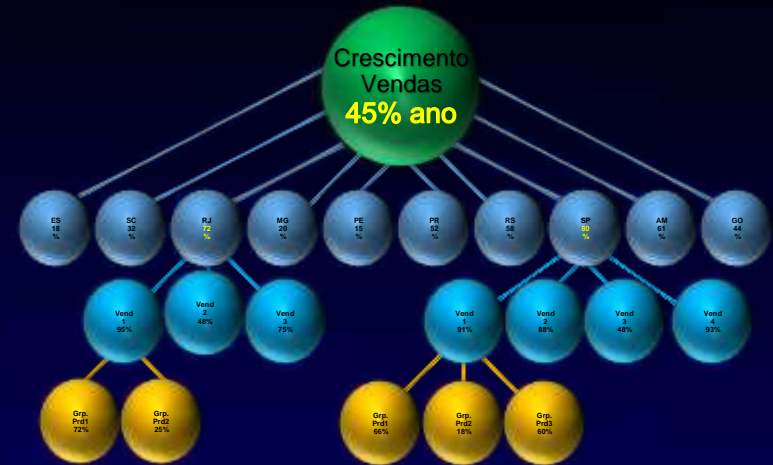


INFORMAÇÃO



ANTES

Diagnóstico precipitado podendo levar a ações superficiais



DEPOIS

Diagnóstico profundo gera novos cenários, estimulando ações diferenciadas

INTELIGENCIA DE NEGÓCIOS – B.I.

Fazer **MAIS** com a informação que **já está em sua empresa.**



1 INFORMAÇÃO

Gerando
informações

Elementos visuais facilitam a compreensão





1 INFORMAÇÃO

Gerando
informações

Elementos visuais facilitam a compreensão





1 INFORMAÇÃO

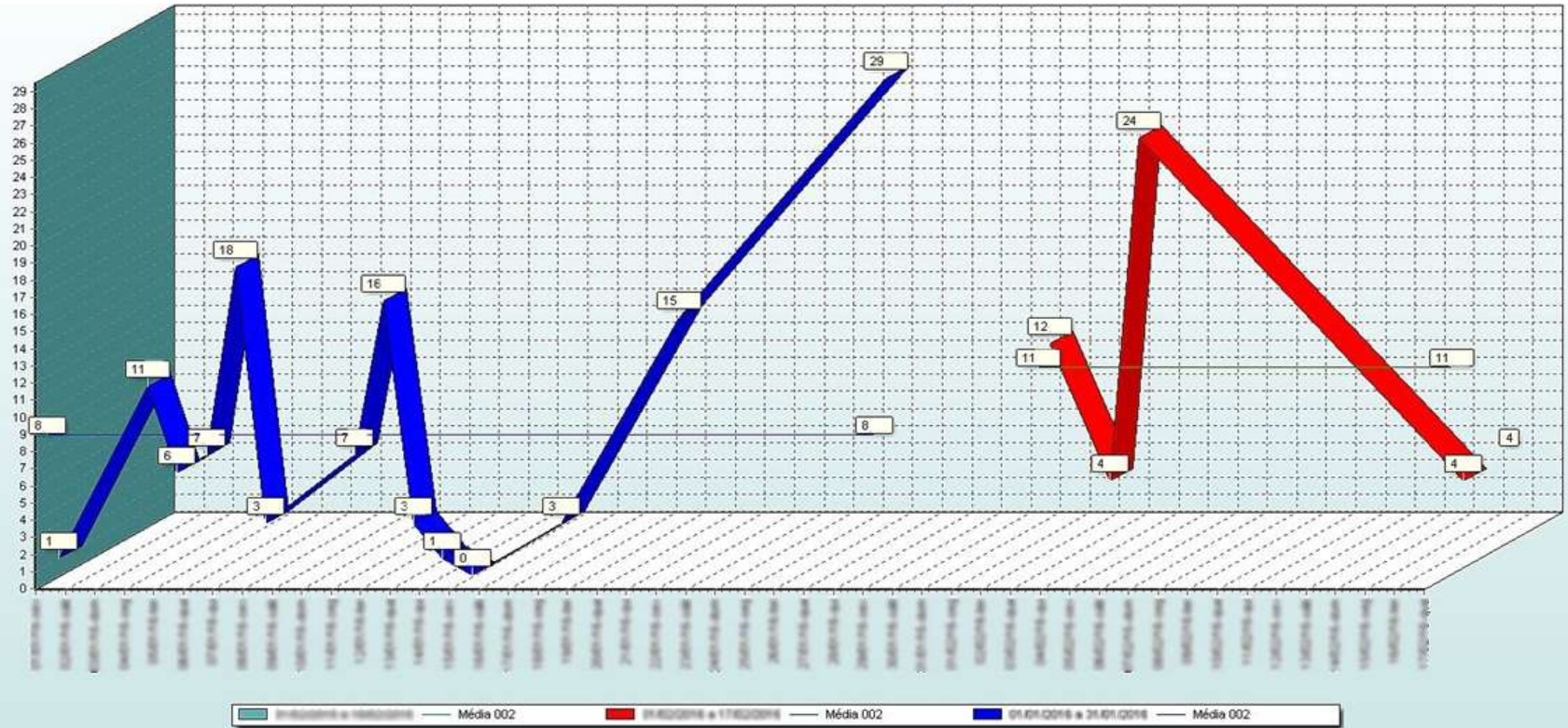
Valor de Vendas / Dia





1 INFORMAÇÃO

Número de Vendas / Dia





1 INFORMAÇÃO

CNPJ: 00.000.000/0000-00 0 IE: 00.000.000
 11/07/2010 19:09:380 CCF:117539 COD:121958
CUPOM FISCAL
 ITEM CODIGO DESCRICAO QTD.UN. VL UNIT(R\$) SI. VL ITEM(R\$)
 001 0000000000010 FETTUCCINE 1 un X 13,90 T13,00% 13,90
 002 0000000000048 CHA GELADO 1 un X 3,50 F1 3,50
 003 0000000000101 DESCONTO R\$4 1 un X 0,01 II 0,01
 Subtotal R\$ 17,41
 DESCONTO-ICMS -4,00
TOTAL R\$ 13,41
 CT DEBITO 13,41
 RD-5: 6369f5185d11942c80eb7f9604e9c597
 SNACKCONTROL Versao: 73.0.0.8 - D: 8
 VALIDO PARA CUPOM MANIA
 SNACKCONTROL Versao: 73.0.0.8
 125 5B57A 19A16 E9A07E 11 175128 4EB05 364D3 79B
 DARUMA AUTOMACAO FS600
 ECF-IF VERSAO:01.04.00 ECF:002 Lj:0010
 AAAAAAAAAACFEFEJEDE 11/07/2010 19:11:30V
 FAB:DR0205BR000000069067 BR

Hora da venda

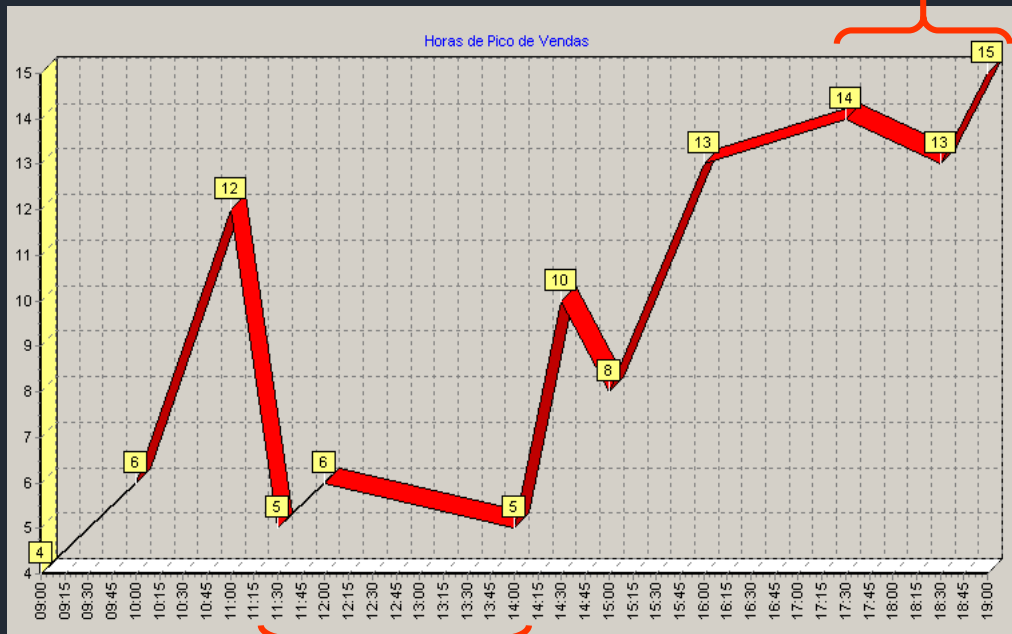
Referência	Tipo de Operação	Série	Espécie	Hora	NºDocumento	Total
13/5/2009	V	ECF-P	CF	08:31:15	0020001186	191,01
13/5/2009	V	ECF-P	CF	08:29:02	0020001184	335,16
14/5/2009	V	n	n	16:46:23	002000132	67,30
14/5/2009	V	n	n	16:44:31	002000131	49,27
14/5/2009	V	1	1	16:42:09	002000130	223,10
14/5/2009	V	n	n	16:40:51	002000129	121,55
14/5/2009	V			15:08:00	002000128	440,00
14/5/2009	C			15:01:17	002000127	22,31
14/5/2009	V	ECF-P	CF	14:41:15	0020001222	22,00
14/5/2009	E	1	PDV	14:16:59	0020001212-E	22,00
14/5/2009	V	ECF-P	CF	14:16:55	0020001213	13,79
14/5/2009	V	ECF-P	CF	08:36:36	0020001208	124,74
14/5/2009	V	ECF-P	CF	08:35:16	0020001207	44,20
14/5/2009	V	ECF-P	CF	08:34:16	0020001206	35,77
14/5/2009	V	ECF-P	CF	08:21:55	0020001205	39,47
14/5/2009	V	ECF-P	CF	08:08:47	0020001204	450,00
14/5/2009	V			14:56:22	002000126	72,00
18/5/2009	C	n	n	11:12:15	3543545	263,64
18/5/2009	C	n	n	11:11:28	6543453	558,52
18/5/2009	C	n	n	11:09:23	3545343	1.121,50
18/5/2009	C	n	n	11:07:57	36434	92,50
18/5/2009	V	ECF-P	CF	08:42:09	0020001248	450,00
18/5/2009	V	ECF-P	CF	08:41:41	0020001247	475,09
18/5/2009	V	ECF-P	CF	08:40:44	0020001246	201,90
18/5/2009	V	ECF-P	CF	08:40:15	0020001245	943,40
18/5/2009	V	ECF-P	CF	08:39:15	0020001244	154,40
18/5/2009	V	ECF-P	CF	08:38:47	0020001243	177,55



1 INFORMAÇÃO

Você olha para a sua empresa dessa forma ?

Horários em que a loja **MAIS** vende



Horários em que a loja **MENOS** vende



1 INFORMAÇÃO

Horários em que a loja **MAIS** vende — Estou ausente?

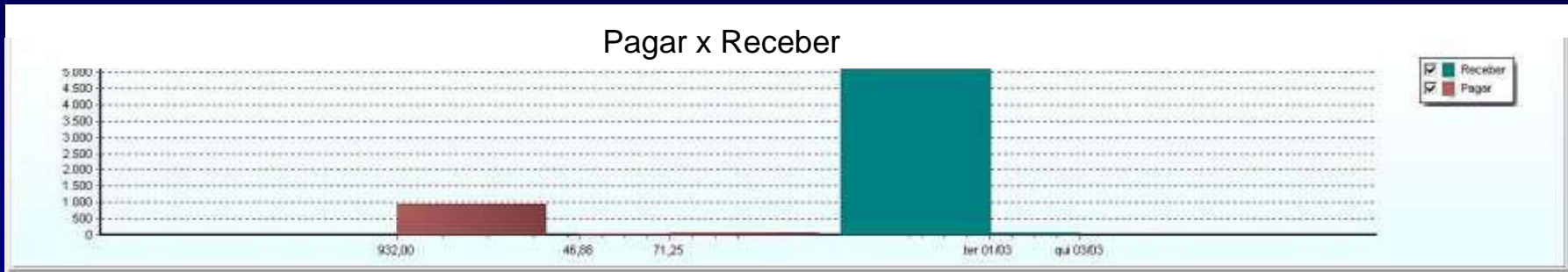
- *Identificar QUEM SÃO seus melhores clientes;*
 - *A decoração é adequada para este público ?*
 - *Há estoque em quantidade e variedade que atenda?*
 - *Existe demanda reprimida ?*
 - *Estou ocupado ou me ausentando neste horário?*

Horários em que a loja **MENOS** vende

- *Como aumentar vendas?*
 - *Promoções pontuais ?*
 - *Orientações a vendedores ?*
 - *Atender fornecedores ? Fazer Banco ?*
 - *Quem são meus clientes e porquê não compram ?*



1 INFORMAÇÃO





1 INFORMAÇÃO

Ticket Médio

Valor do Ticket Médio

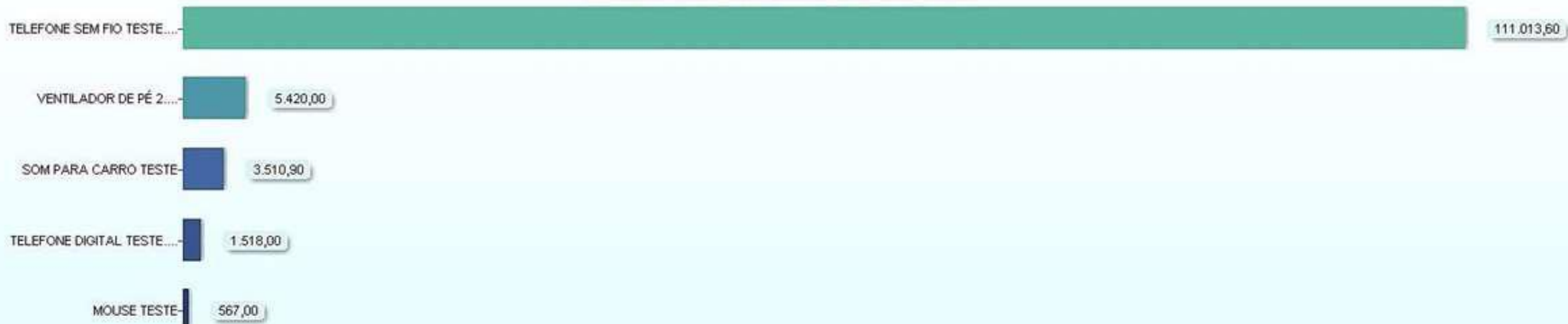




1 INFORMAÇÃO

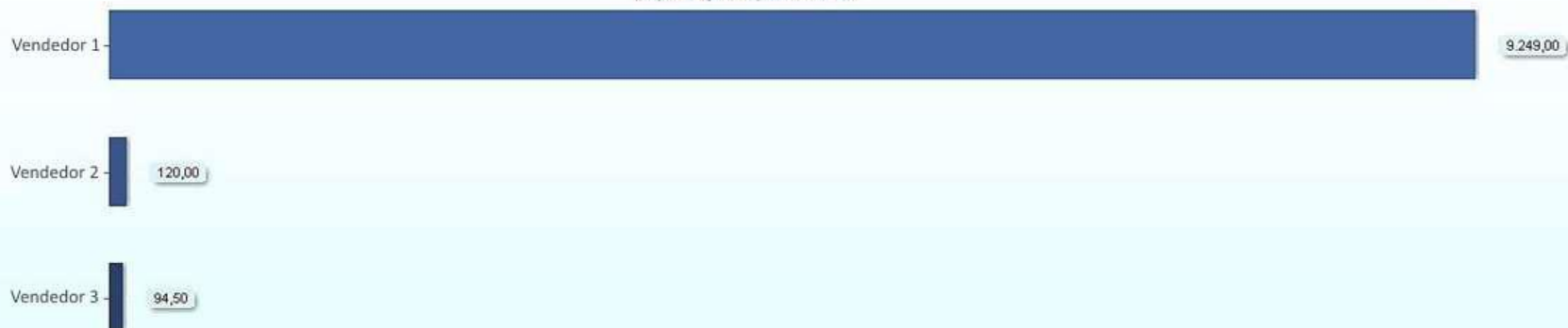
Top 10

10 Produtos com Melhores Vendas - 06/01/2016 a 06/02/2016



Top 10 Vendedores
(clique no gráfico para detalhar)

[Detalhar Vendedores](#)

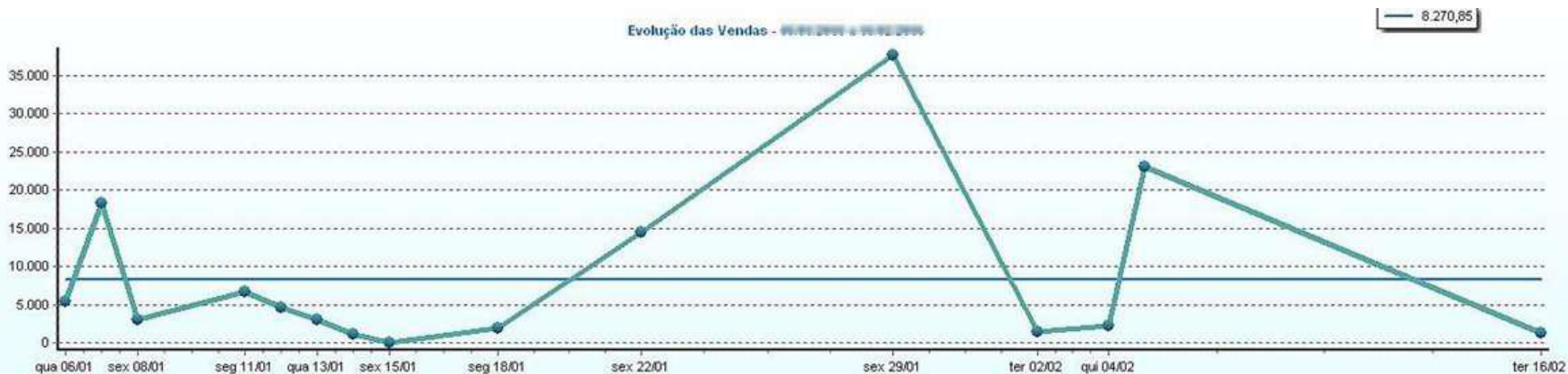




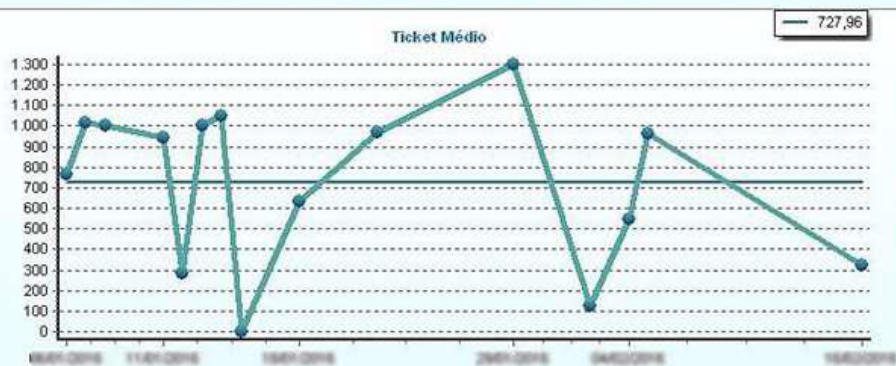
1 INFORMAÇÃO

ENXERGAR MINHA EMPRESA COMO UM TODO

Evolução das Vendas - 06/01/2016 a 16/02/2016



Ticket Médio



Número de Atendimentos





INFORMAÇÃO

Métricas

**FUNDAMENTAIS
PARA O SEU
NEGÓCIO
SOBREVIVER**





INFORMAÇÃO

Métricas

- Faturamento
- Inadimplência
- Lucratividade
- Custos
- Despesas
- Outros índices



INFORMAÇÃO

E quando somamos
métricas +
elementos visuais

??????

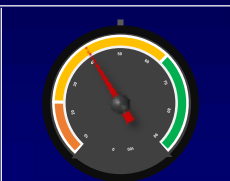


1 INFORMAÇÃO

Visão diferenciada DASHBOARDS

1000,00	1000,00	1000,00
1000,00	1000,00	1000,00

1000,00
1000,00
1000,00
1000,00

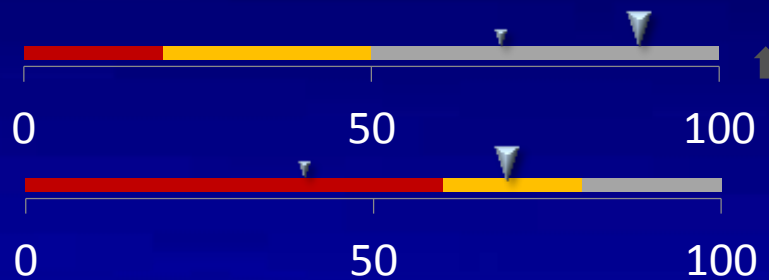


1000,00



1000,00

1000,00
1000,00
1000,00
1000,00
1000,00



1000,00



1 INFORMAÇÃO

Medindo na Prática Vendas

Evolução de vendas

Meta anual: 2013 22.946.231,00	Meta mensal: 2013 1.912.185,92	Proj. vendas para 2013 18.166.946,12
Meta até 30/06/2013 8.486.962,15	Vendas até 30/06/2013 6.719.281,44	Vendas até 30/06/2013 7.413.231,64
% Vendas x Meta até 30/06/2013		Compara ano anterior

79

89

Meta mensal recalculada
2.116.558,64

Meta recal. x Meta mês
111

Vendas até Maio

Vendas anuais a partir de 2011

Vendas anuais por grupo de produto até Maio: 2013 x 3 anos

Arraste campos de filtro aqui

Venda	Ano			
Grupo	2011	2012	2013	2010
01 - Conexus	1.247.296,33	1.515.512,99	1.313.890,53	576.786,35
02 - Sistemas para Automação Comercial	1.343.146,86	2.048.728,13	1.826.466,66	2.289.220,47
03 - Automação Contábil Windows	1.534.747,47	2.371.042,73	1.667.634,89	1.320.395,33
04 - Administração de Imóveis e Condomínios	122.915,93	116.563,15	65.922,09	60.991,34
05 - Ponto eletrônico	108.068,44	100.831,04	143.494,96	165.030,25
06 - NFe - ICMS	434.745,51	600.061,61	720.486,27	830.991,21
07 - NFe - ISS	14.287,21	19.042,51	18.259,50	1.278,00

Diferença Meta x venda
-1.767.680,71



1 INFORMAÇÃO

Medindo na Prática Vendas Granuladas UF





1 INFORMAÇÃO

Medindo na Prática Contatos abertos





INFORMAÇÃO

O Cliente



INFORMAÇÃO

CONHECER

O Cliente



1 INFORMAÇÃO

Conheça o
cliente

É fundamental saber quem é o seu público-alvo





INFORMAÇÃO

Conheça o
cliente



CIA. Elétrica do Reino Unido



1 INFORMAÇÃO

Conheça o
cliente

Cartões entregues para POSTES





INFORMAÇÃO

Conheça o cliente



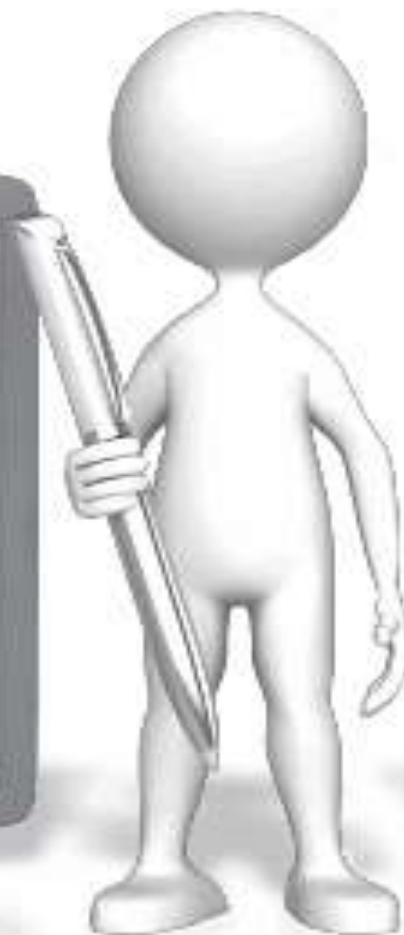
Energia
Compartilhada



INFORMAÇÃO

Conheça o
cliente





IMPORTANTE !



INFORMAÇÃO

ANALISAR O POTENCIAL

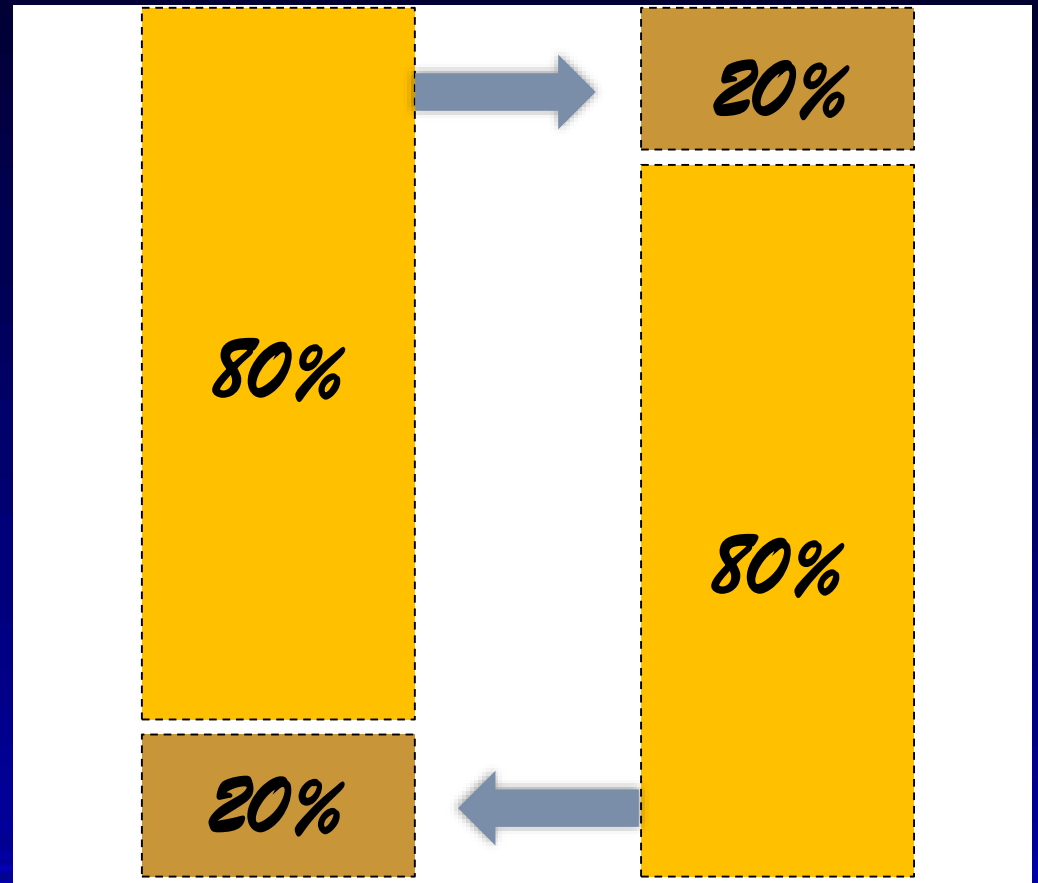


O Cliente



INFORMAÇÃO

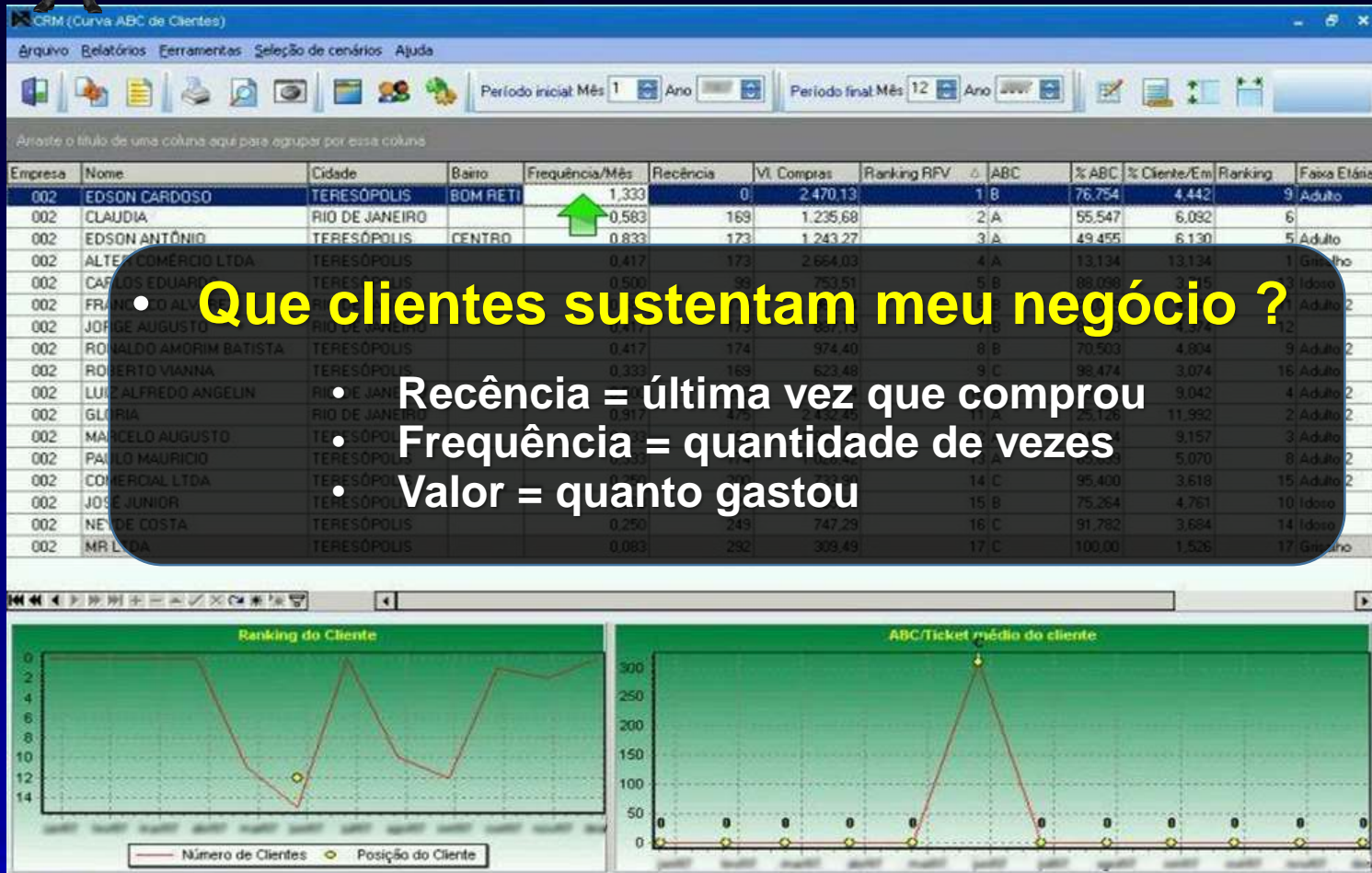
PRINCÍPIO DE PARETO





INFORMAÇÃO

Análise





1 INFORMAÇÃO

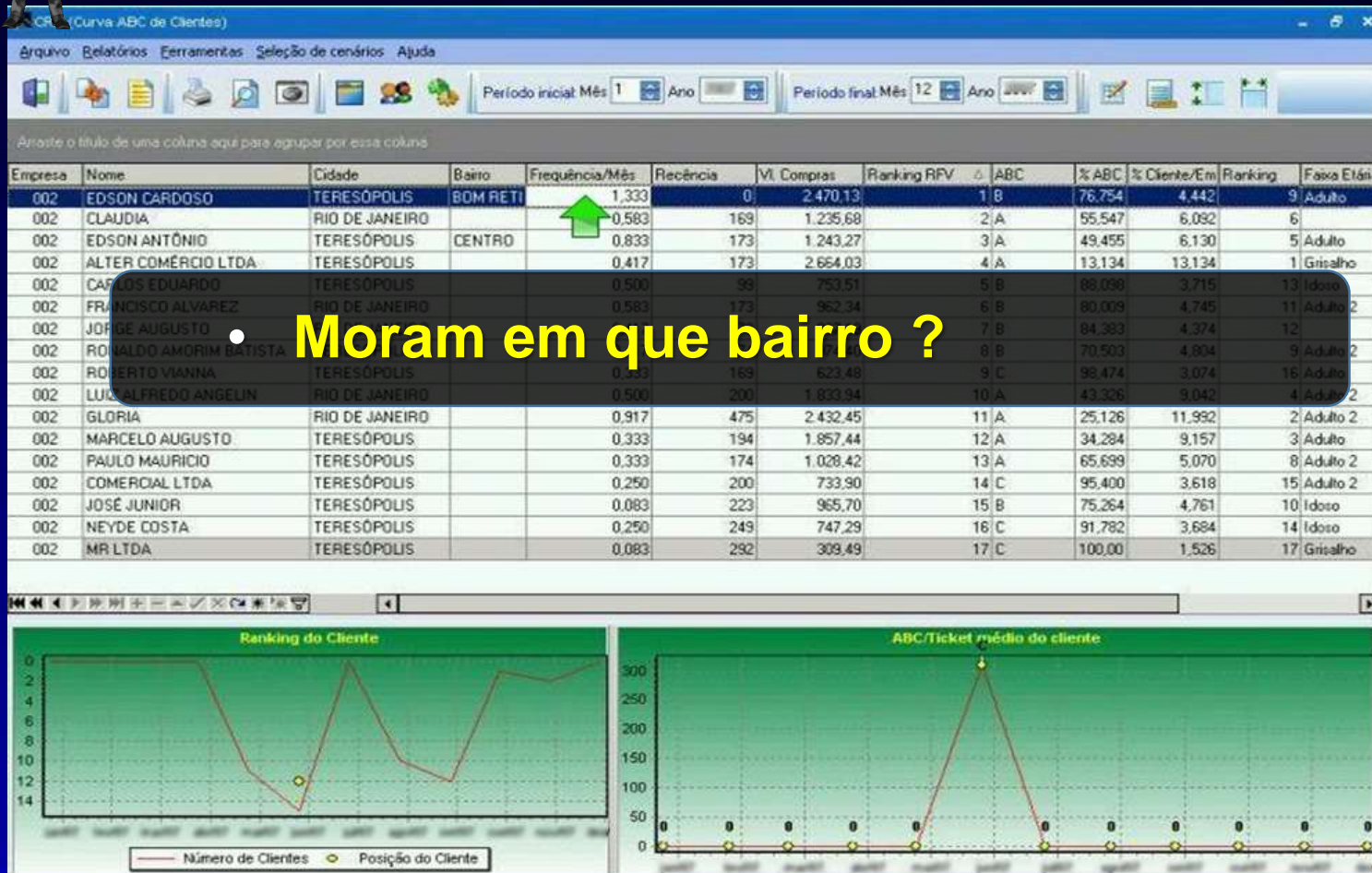
Análise





1 INFORMAÇÃO

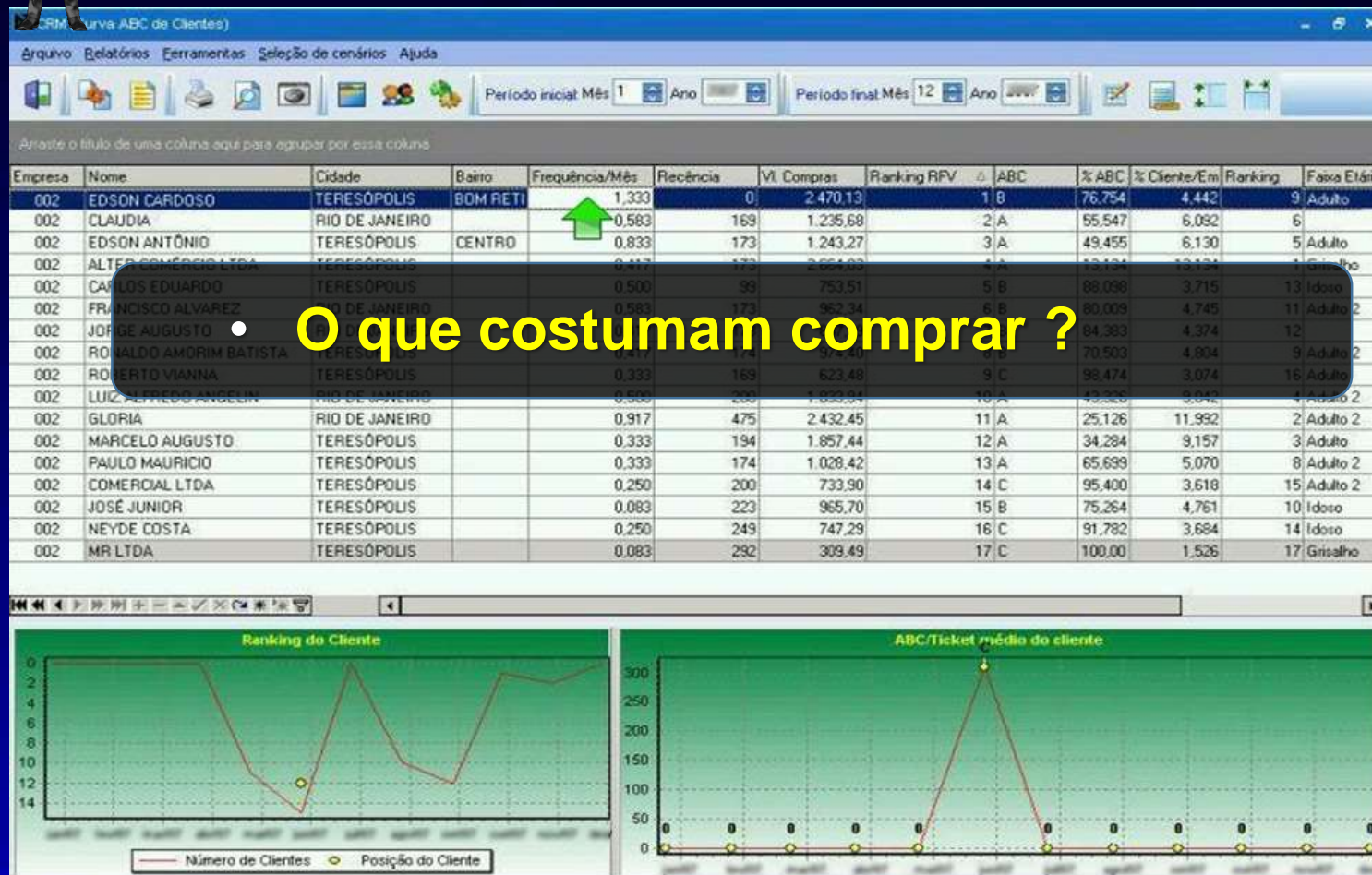
Análise





1 INFORMAÇÃO

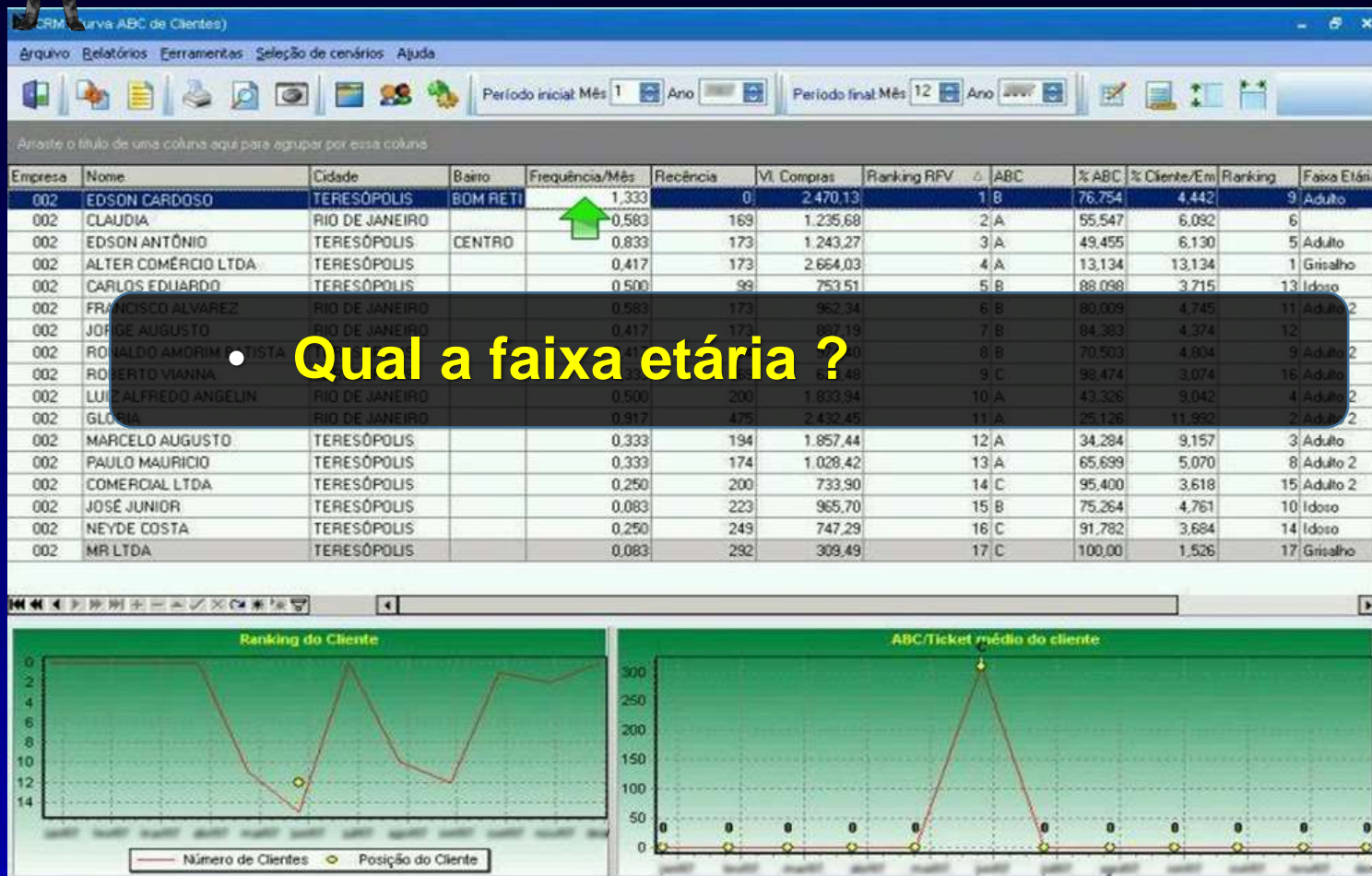
Análise





1 INFORMAÇÃO

Análise





INFORMAÇÃO



COMUNICAR

O Cliente



INFORMAÇÃO

Como nos conectamos ?

ANTES



DEPOIS



HOJE





INFORMAÇÃO

Marketing de Mídia Social





INFORMAÇÃO

Marketing de Mídia Social

Para promover sua empresa e seus produtos.

Se qualifica como uma forma de **Marketing Viral**.





INFORMAÇÃO

Tradicional

Contando uma notícia...



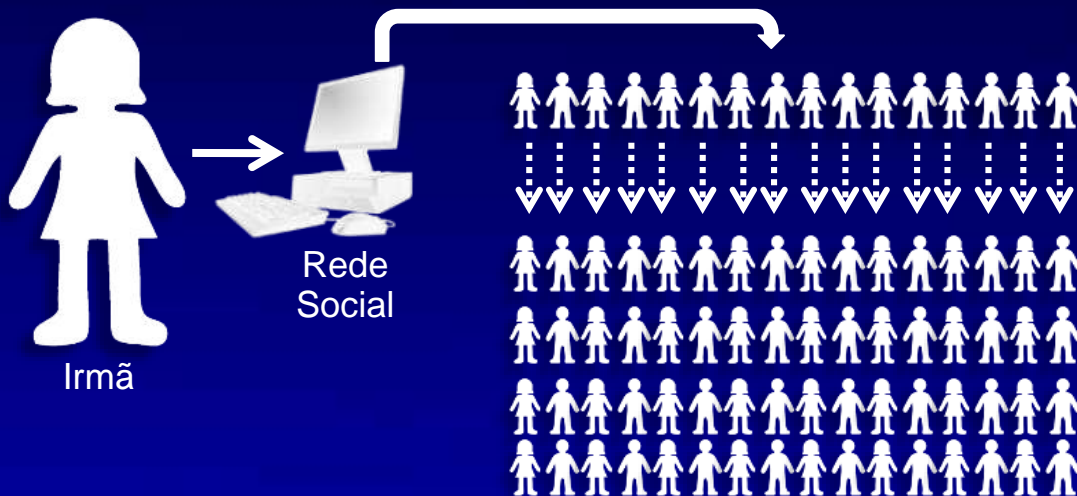
Notícia caminha lentamente



1 INFORMAÇÃO

Marketing de Mídia Social

Contando uma notícia...



Notícia caminha mais longe e mais rápido



INFORMAÇÃO



ESTIMULAR O RETORNO

O Cliente



INFORMAÇÃO

Estimulando o retorno do cliente





INFORMAÇÃO

Estimulando o retorno do cliente pela **Fidelização**





INFORMAÇÃO

Ações devem ser
Presenciais e Online





INFORMAÇÃO

**Sua empresa
está online ?**





INFORMAÇÃO

Os seus concorrentes estão online ?

O que eles estão
fazendo ?





INFORMAÇÃO

Se eles estiverem em algum lugar, **por que você não está ?**





INFORMAÇÃO

Se eles estiverem atrasados, torne-se um **líder na área**





INFORMAÇÃO

“Done is better
than perfect”

*“Feito é
melhor
do que
perfeito”*



Sheryl Sandberg
Economista / COO
Facebook



INFORMAÇÃO

Dicas



INFORMAÇÃO

Dica:



inurl: suaempresa

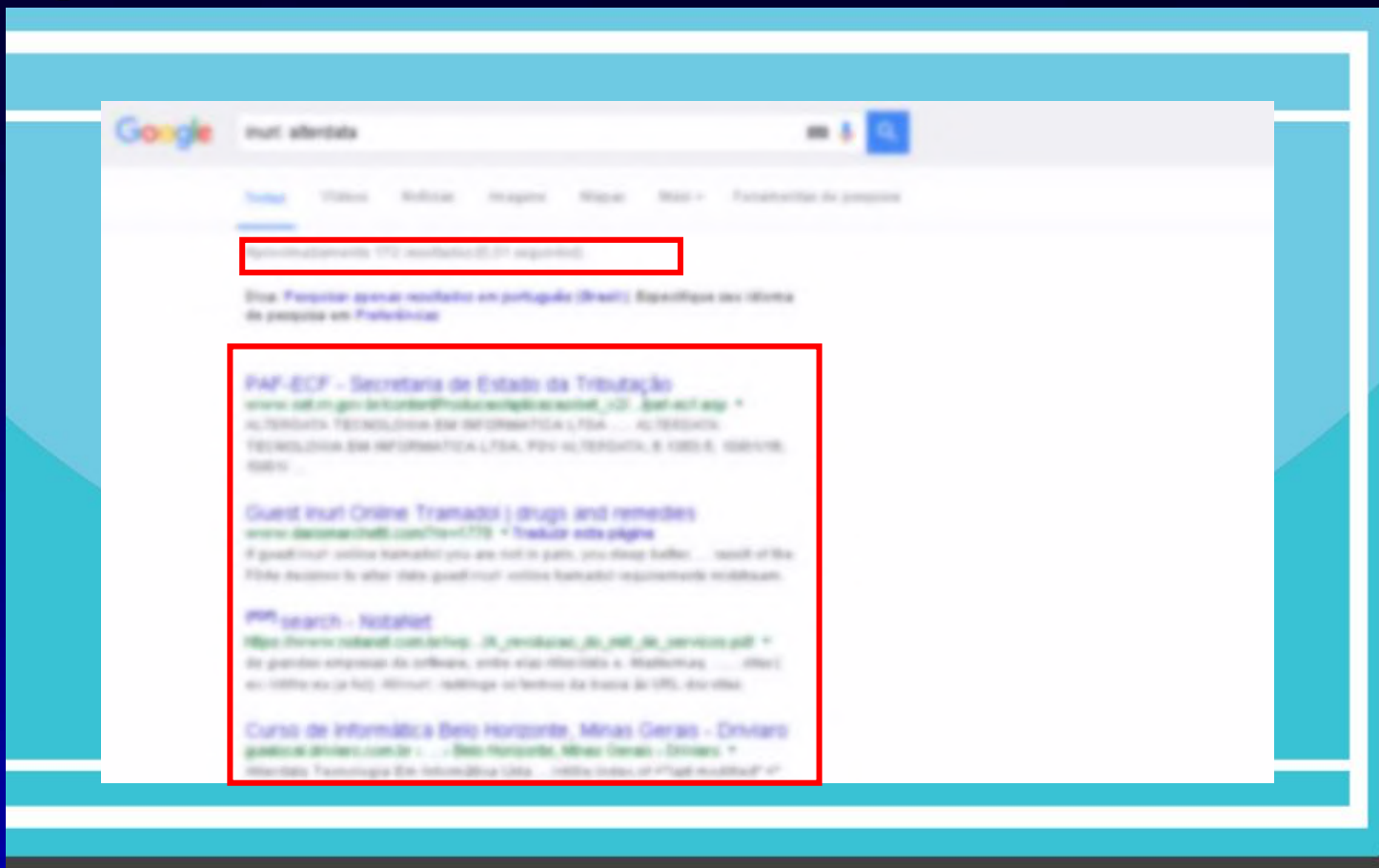
Pesquisa do Google

Sinto-me com sorte

inurl: *suaempresa*



1 INFORMAÇÃO





INFORMAÇÃO

Dica:

Medindo interesse



www.google.com/trends



1 INFORMAÇÃO

Google Trends

Estados Unidos

Veja o que o mundo está pesquisando

IPAD, IPHONE

Opção: comece com um desses exemplos

- Taylor Swift
- Kim Kardashian
- Copa do Mundo
- Futebol
- Futebol americano

OCULTAR



INFORMAÇÃO

Google Trends

Comparar



● ipad
Termo de pesquisa

● iphone
Termo de pesquisa

+ Adicionar comparação

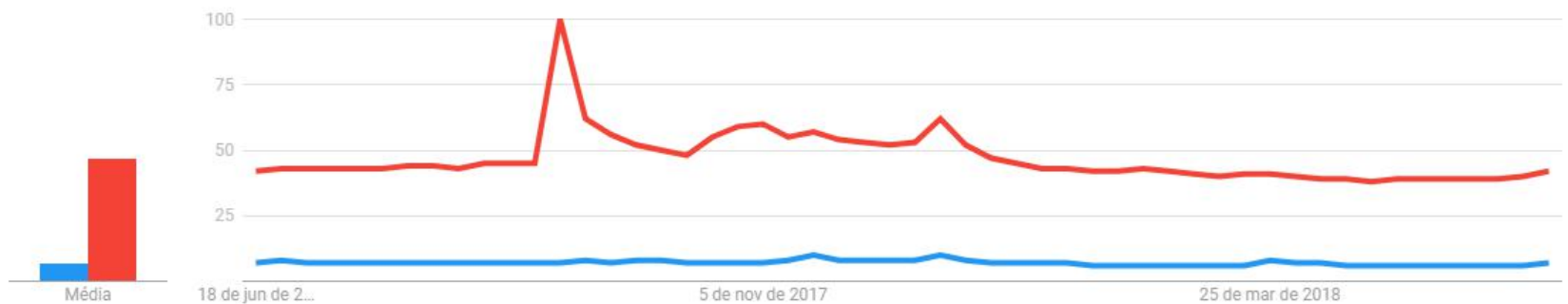
Todo o mundo

Últimos 12 meses

Todas as categorias

Pesquisa na Web

Interesse ao longo do tempo





INFORMAÇÃO

● ipad ● iphone

Todo o mundo, Últimos 12 meses

Detalhamento comparado por região

Região [dropdown] [download] [refresh] [share]

● ipad ● iphone



A intensidade da cor representa o percentual de pesquisas SAIBA MAIS

Classificar: Interesse em ipad [dropdown]

1	Austrália	[Bar chart: iPad vs iPhone]
2	Dinamarca	[Bar chart: iPad vs iPhone]
3	Reino Unido	[Bar chart: iPad vs iPhone]
4	Nova Zelândia	[Bar chart: iPad vs iPhone]
5	Canadá	[Bar chart: iPad vs iPhone]

Incluir regiões com baixo volume de pesquisa

< Mostrando 1 a 5 de 51 regiões >



1 INFORMAÇÃO

Google Trends Comparar



ipad iphone

Todo o mundo, Últimos 12 meses

Detalhamento comparado por região

Região

ipad iphone

Classificar Interesse em iphone



1	Turquia	
2	Indonésia	
3	Brasil	
4	Romênia	
5	Polônia	

A intensidade da cor representa o percentual de pesquisas [SAIBA MAIS](#)

Incluir regiões com baixo volume de pesquisa

Mostrando 1 a 5 de 50 regiões



INFORMAÇÃO

Google Trends Comparar



● **ipad**
Termo de pesquisa

● **iphone**
Termo de pesquisa

+ Adicionar comparação

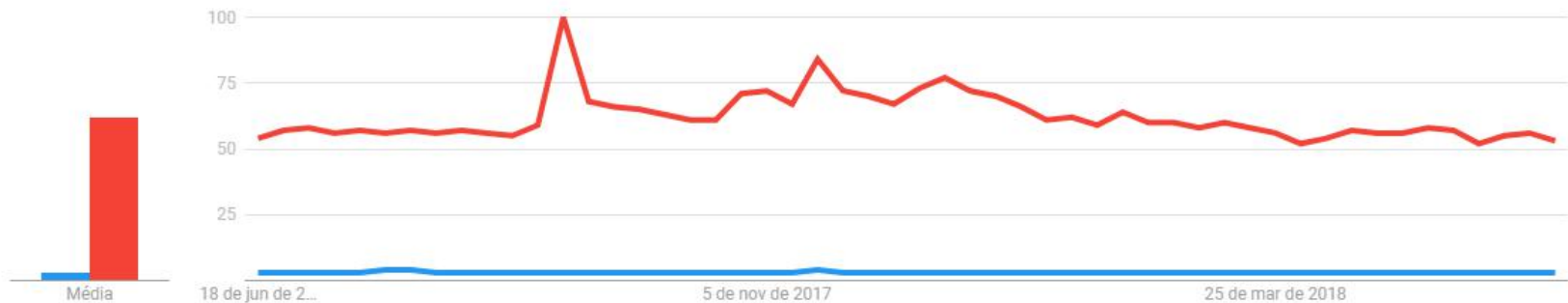
Brasil

Últimos 12 meses

Todas as categorias

Pesquisa na Web

Interesse ao longo do tempo





INFORMAÇÃO

ipad iphone

Detalhamento comparado por sub-região

Sub-região

ipad iphone



A intensidade da cor representa o percentual de pesquisas SAIBA MAIS

Classificar: Interesse em ipad

1	Distrito Federal	
2	São Paulo	
3	Rio de Janeiro	
4	Roraima	
5	Espírito Santo	

Mostrando 1 a 5 de 27 sub-regiões

ipad



INFORMAÇÃO



Google Trends

Comparar



● ipad ● iphone

Brasil, Últimos 12 meses

Detalhamento comparado por sub-região

[Sem título]ão ▾ ⬇ ⏪ ⏩ ⚡

● ipad ● iphone



A intensidade da cor representa o percentual de pesquisas [SAIBA MAIS](#)

Classificar: Interesse em iphone ▾

1	Sergipe	
2	Mato Grosso do Sul	
3	Goiás	
4	Bahia	
5	Piauí	

< Mostrando 1 a 5 de 27 sub-regiões >

ipad



INFORMAÇÃO



Pesquisa Quantitativa Fenacon

Avaliação de preços e serviços contábeis
Setembro de 2014





INFORMAÇÃO

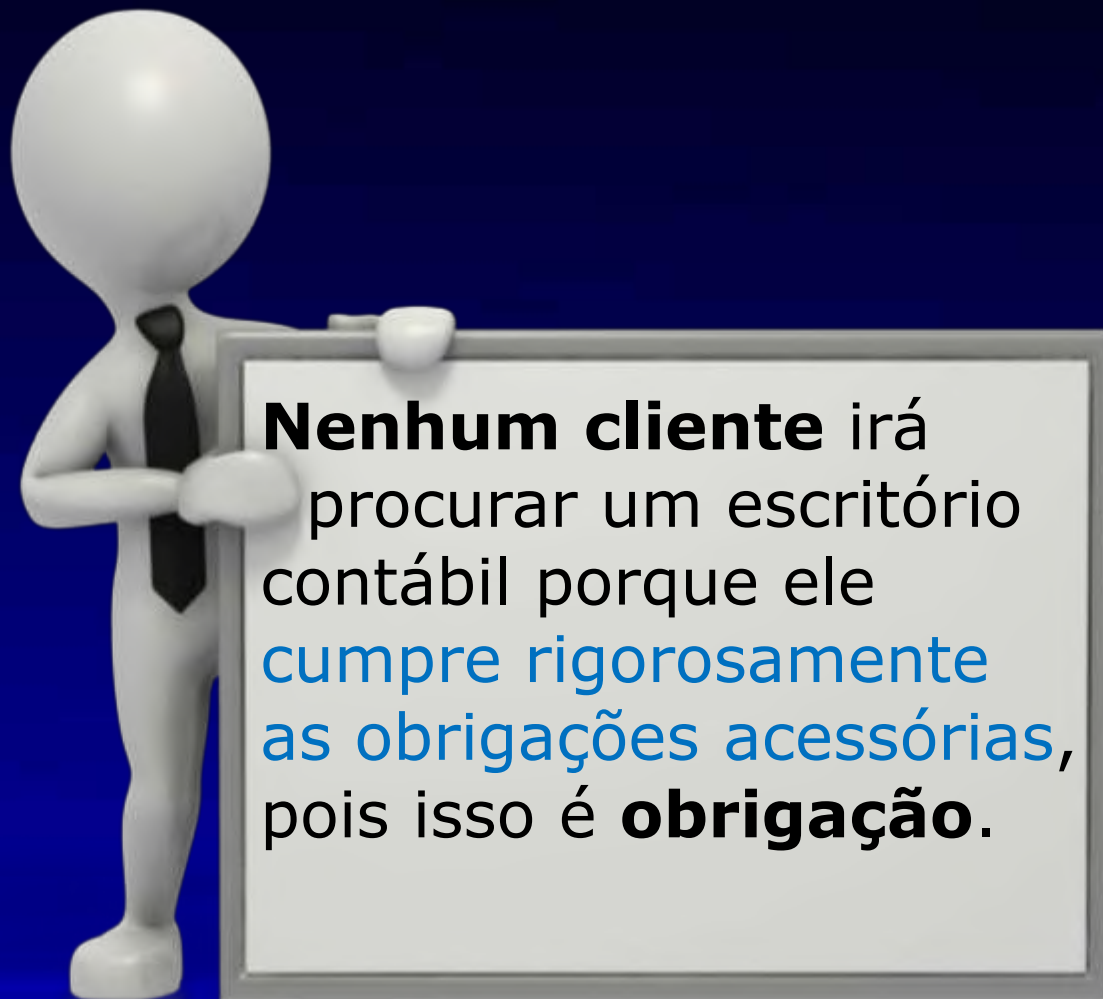
67,2% delas não realizam pesquisas de satisfação com os clientes

85,1% jamais implantaram qualquer programa de qualidade.

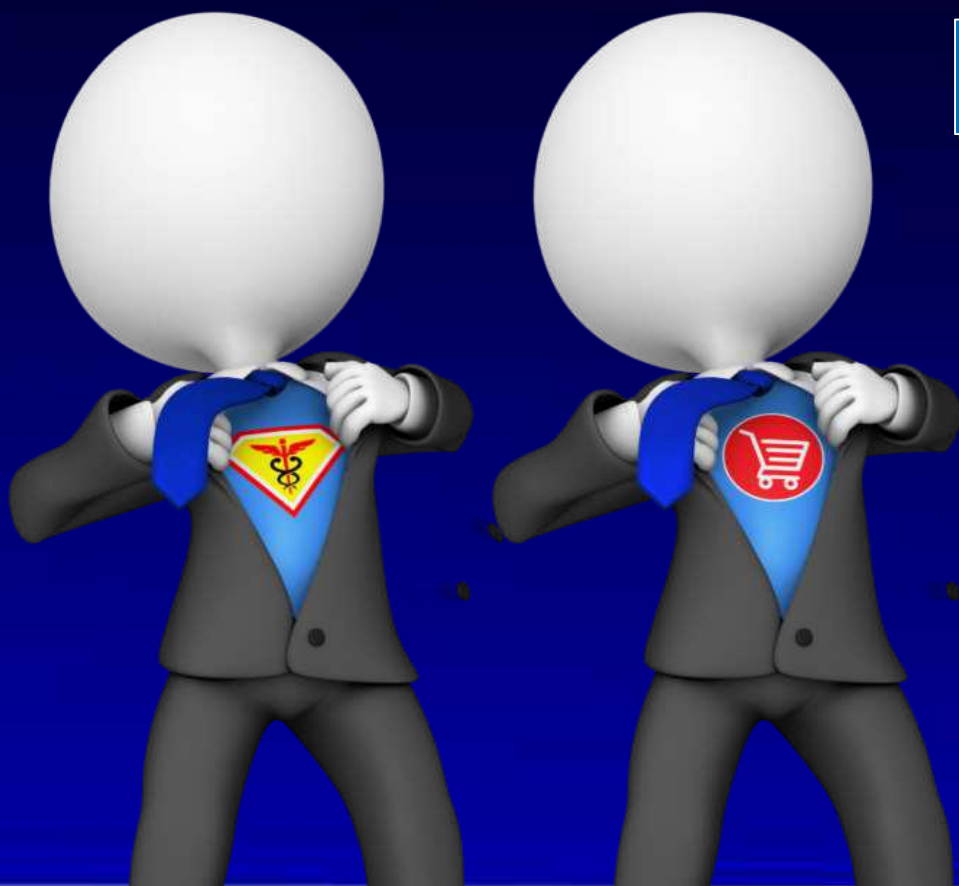




INFORMAÇÃO



Nenhum cliente irá procurar um escritório contábil porque ele **cumpe rigorosamente as obrigações acessórias**, pois isso é **obrigação**.



Como seu cliente enxerga a
DIFERENÇA
entre a sua empresa e os seus
concorrentes ?

INOVAÇÃO



INOVAÇÃO



“A **inovação** é o que faz a diferença entre um **líder** e um seguidor”.

STEVE JOBS



INOVAÇÃO

INOVAÇÃO

latin *innovatio*, refere-se a uma ideia, método ou objeto que é criado e que pouco se parece com padrões anteriores

- Inovação do produto
- Inovação do processo
- Inovação organizacional
- Inovação de marketing

AÇÃO



INOVAÇÃO

NOKIA

FUNDADA EM 1865



PRODUTORA DE PAPEL



2 INOVAÇÃO

BOTAS DE BORRACHA





INOVAÇÃO

CAPAS DE CHUVA



RIFLES DE CAÇA





INOVAÇÃO



Eletrônicos e Celulares



NOKIA
Connecting People



2 INOVAÇÃO

Globalização



INFORMAÇÃO

Empresas Fortes

Empresas Fracas



2 INOVAÇÃO

Vantagens Competitivas nas últimas décadas



Powered by oomfo



Económico

HOME MERCADOS ECONOMIA/POLÍTICA EMPRESAS/FINANÇAS DINHEIRO OPINIÃO MAIS

Empresas

20 Jan 2012

Kodak declara falência 131 anos após ter revolucionado a fotografia

RICHARD WATERS, EM SÃO FRANCISCO
20 Jan 2012

A histórica norte-americana avançou ontem com um pedido de protecção contra os credores.

A longa batalha da Eastman Kodak, empresa fundada há 131 anos e que desempenhou um papel crucial na transformação da fotografia num passatempo popular, mas que nunca conseguiu entrar verdadeiramente na era digital, chegou ao fim esta quinta-feira com o anúncio de abertura de falência e pedido de protecção contra os credores.

A empresa invocou o capítulo 11 da Lei das Falências dos Estados Unidos para ganhar tempo e reorganizar as suas finanças e operações americanas, até ao próximo ano. De acordo com a Kodak, que se pronunciou ontem através de um comunicado, o pedido de protecção visa, entre outras coisas, facilitar a "monetização de propriedade intelectual não estratégica". Isto, assume a empresa, para além de ajudar a estimular a sua liquidez financeira, com a provisão de uma linha de crédito especial junto do Citigroup, no montante de 950 milhões de dólares (o equivalente a 735 milhões de euros), que permitirá à empresa recentrar a atenção nas suas "linhas de negócio mais valiosas".

A Kodak reconheceu também que a transição para o segmento digital da captação e transmissão de imagens poderia comprometer as vendas de filme e papel. Este dois elementos eram pilares do negócio da empresa.





Kodak sai da falência com foco em impressão comercial

Nova Kodak vai focar em produtos comerciais como tecnologia de impressão digital de alta velocidade e impressão de embalagens flexíveis para produtos de consumo



Kodak: companhia saiu nesta terça-feira do Capítulo 11 da lei norte-americana de proteção a falência

Leia Mais

08/09/2014 | Empresa de painéis de madeira investe em marketing

03/09/2014 | Pedidos de falência crescem 5,7% em agosto, diz Serasa

03/09/2014 | Aumento dos pedidos de falência perde força em agosto

03/09/2014 | Pedidos de falência no Brasil sobem em agosto ante julho

A nova Kodak vai focar em produtos comerciais como tecnologia de impressão digital de alta velocidade e impressão de embalagens flexíveis para produtos de consumo.

"Vocês não podem imaginar o quanto eu esperei por este momento... Esta é uma companhia totalmente nova", disse a repórteres o presidente-executivo Antonio Perez.

Fundada em 1880 por George Eastman, a Kodak foi por anos sinônimo de câmeras domésticas de uso familiar. A empresa apresentou falência de 6,75 bilhões de dólares em janeiro de 2012, pressionada pelos altos custos de fundos de pensão e longos anos de atraso em adotar a tecnologia de câmeras digitais.

A nova companhia espera ter receita de 2,5 bilhões de dólares este ano, disse Perez.

A companhia resolveu em abril uma disputa crucial com seu fundo de pensão britânico, que desistiu de uma demanda de 2,8 bilhões de dólares contra a Kodak. O fundo também comprou os negócios de imagens personalizadas e impressão de documentos da companhia por 650 milhões de dólares.



INOVAÇÃO

Pepsi Phone P1 é lançado na China com tela de 5,5", 2 GB de RAM e mais



百事移动定制版

产品简介：百事P1移动定制版

产品型号	百事 P1
操作系统	安卓 5.1 (移动定制版)
主屏幕	5.5"
分辨率	1080x1920
网络	4G LTE, 3G, 2G
内存	2GB, 16GB
尺寸 (mm)	157x76x7.8
重量	150g
摄像头	13MP
电池	2000mAh
芯片	MT6752
GPU	Mali-T720
指纹识别	支持
其他	支持 NFC, 支持 OTG

Seabest

Todos - Pesquisa Rápidas - View do produto

Entrar Favoritos Carrinho

CATEGORIAS OFERTAS NOVIDADE EXPLORAR

Página Inicial > Celulares > Smartphones > Celulares

Pepsi P1S 4G Phablet - Dourado

Android 5.1 5.5 polegadas 2.5D Arc Screen MTK6582 Octa-Core 1.7GHz 2GB RAM 16GB ROM GPS Scanner de Impressão Digital 130MP Camera Traseira HiFi

Por favor, consulte a descrição em inglês

4.7 23 Comentários do cliente | Faça uma pergunta

Preço: **R\$471.55**

Envio: **ENTREGA GRÁTUA** a Brasil Via Correio Aéreo Registrado

Cad:

Qtd:



2 INOVAÇÃO

VANTAGEM COMPETITIVA





INOVAÇÃO

Desafio atual

“Que tipo
de
vantagem
competitiva
eu tenho
hoje ?”



“O **quão**
rápido eu
posso criar
uma **nova**
vantagem?”





2 INOVAÇÃO

Inove seu negócio

Como a mudança é uma constante, a inovação será a forma com que seus clientes irão se sentir renovados no relacionamento com seu negócio.

O que é preciso para que sua empresa se mantenha criativa e adaptada ao mercado ?



Como fazer com que o seu público alvo se sinta atraído a conhecer seu produto ?

Algumas empresas perceberam que há formas inovadoras de tornar as pessoas mais receptivas a venda.





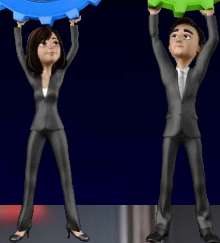
INOVAÇÃO

Realidade Aumentada





INOVAÇÃO



Realidade Aumentada





Empresas mudam
por uma questão
de Sobrevivência
Pessoas precisam
mudar para
operacionalizar a sobrevivência

LIDERANÇA



LIDERANÇA

Como construir uma empresa :

- **Mudar tão rápido** quanto a própria mudança
- **inovação** é um trabalho de todos, todo o tempo, todo dia
- tragam iniciativa da **criatividade e paixão**



O **Segredo do sucesso** das empresas na crise não está fora, mas **dentro** da empresa.

“**Quem não se aproximar todos os dias de seus funcionários não irá sobreviver**”

*Rodrigo Borer
CEO Buscapé*



LIDERANÇA

EQUIPE PRONTA





LIDERANÇA

100% dos
seus clientes
são pessoas



100% dos seus
funcionários são
pessoas

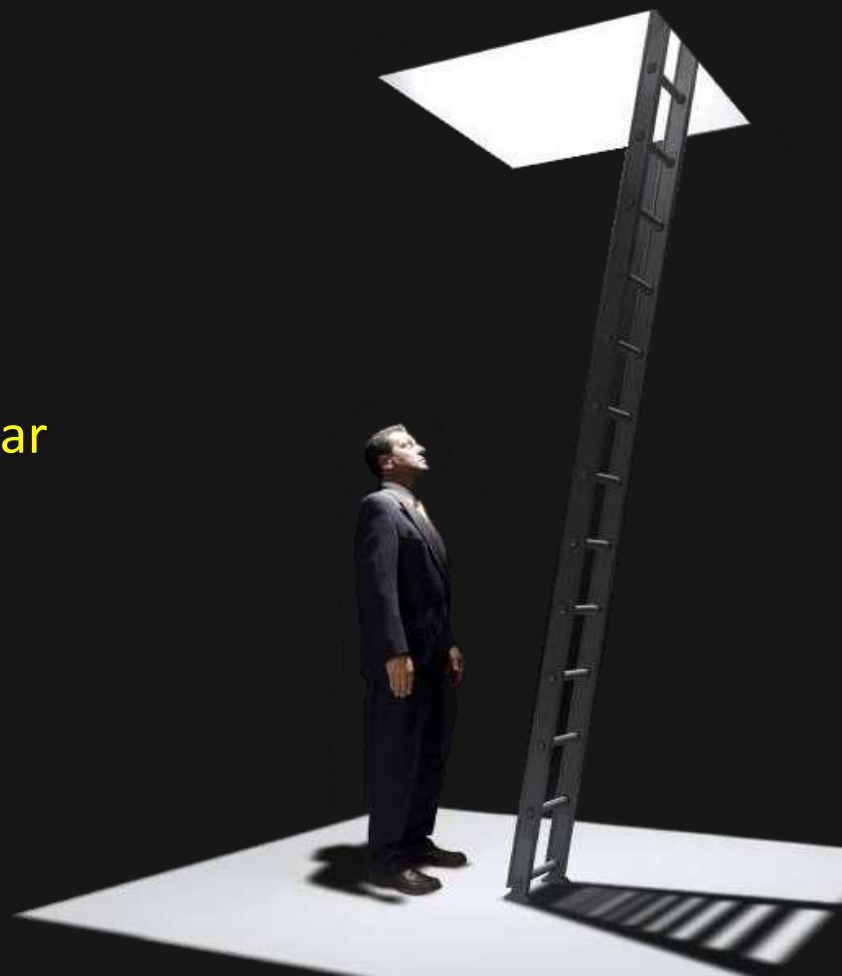
**Domine o entendimento de pessoas,
para dominar o entendimento de negócios.**



LIDERANÇA

Dificuldades em Relação às pessoas

- Não gostam de mudar forma de **trabalhar**
- **Pontos de vista** diferentes
- **Personalidades e valores** diferentes
- Outros **níveis de conhecimento**
- Dificuldade de assumir **riscos** e **partilhar méritos**
- Não gostam de **mudar de software** ou **Hardware**





LIDERANÇA



LIDERANÇA

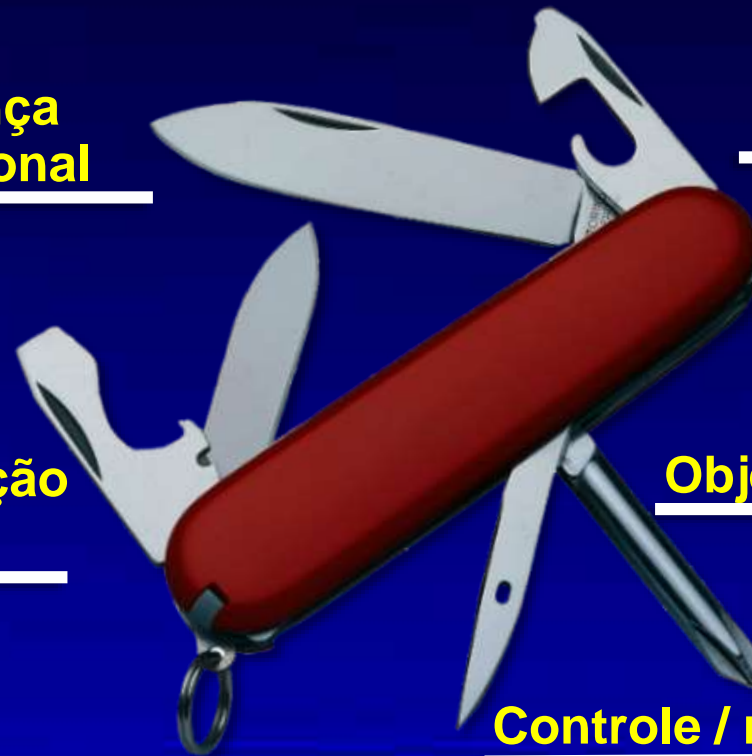
Ferramentas

Liderança Situacional

Neurolinguística

Comunicação adequada

Objetivos e Metas



Controle / medição



LIDERANÇA

Liderança Situacional



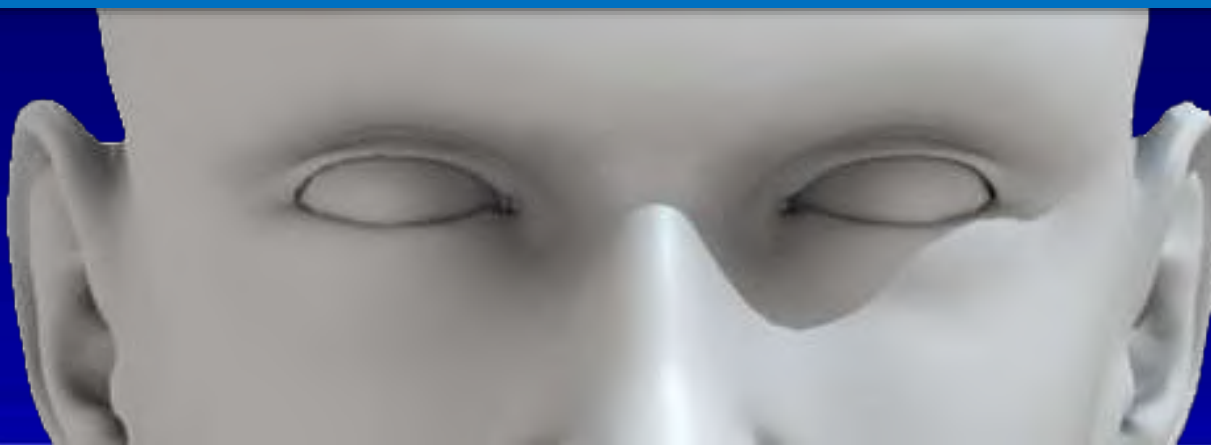
Estimular o Comprometimento
Saber usar o Reconhecimento
Manter o foco na Produtividade



LIDERANÇA

Programação Neurolinguística

“É a ciência que estuda a combinação da bioquímica neural com a estrutura da linguagem”





LIDERANÇA

Perceber o perfil de quem nos comunicamos para gerar empatia

VISUAL



Usará imagens no seu processo de pensamento.
Palavras: foco, forma, colorido, calibre, extensão

AUDITIVO



Presta mais atenção no que ouve.
Conversa consigo antes de falar com outras pessoas.
Palavras: ouvir, dizer, harmonioso, sonoro, soa bem

CINESTÉSICO



Se deixa conduzir principalmente por sentimentos e se comunica através deles.
Palavras: sinto, bateu comigo, legal, percebo



LIDERANÇA

Ao saber **como** uma pessoa monta sua comunicação, fica fácil de entender a sua realidade e **comunicar-se de forma mais produtiva.**



LIDERANÇA

Numa situação de tomada de decisão:

Para o **VISUAL**, ver é crer
"mostre" ao visual que a compra vale a pena.



*“A cor desse
carro lhe
agrada,
senhor?”*



LIDERANÇA

Numa situação de tomada de decisão:

Já o **auditivo** precisa ouvir.

Use “oratória” ou um recurso com “sons”.



*“**Ouça o ronco** desse motor!”*



LIDERANÇA

Numa situação de tomada de decisão:

O **cinestésico** precisa sentir.
Faça-o experimentar.

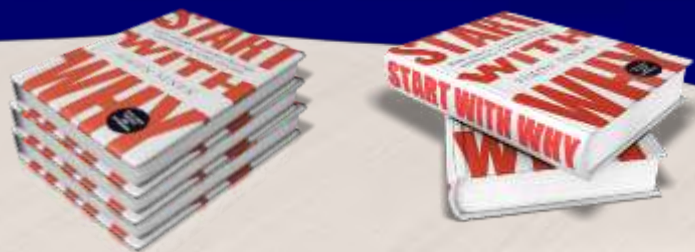


*“ Entre no
carro, **sinta
o cheiro** de
carro novo.
Quer dar
uma volta? ”*



LIDERANÇA

Comece com Porque





LIDERANÇA

Cada pessoa sabe **O QUE** faz (100%)

Alguns sabem **COMO** fazem

Muito poucos sabem o **POR QUE** fazem





LIDERANÇA

Comunicação **Normal**
de **fora** para **dentro**

Do que é **mais fácil** para
o que é **mais difícil** informar





LIDERANÇA

Comunicação de
Grandes Líderes

comunicação de
dentro para **fora**





LIDERANÇA

Martin Luther King Jr.

Jan. 15, 1929 – April 4, 1968





LIDERANÇA



Se eles **fossem como os outros**,
o apelo de marketing soaria assim:

O que

“Nós criamos grandes computadores”

Como

“Belo design, simples de usar e amigável”

Você se interessou?



LIDERANÇA

Como eles
se comunicam



PORQUE



“**Em tudo** o que fazemos, nós acreditamos em desafiar o *Status Quo*.”



Think different.

“Nós acreditamos em **pensar diferente**.”



COMO

“A forma em que **desafiamos** é fazendo produtos com um **belo design, simples e amigáveis de se usar.**”

O QUE

“Nós simplesmente criamos **Grandes Computadores.**”

Você **quer comprar** um?



LIDERANÇA

Neurolinguística

- Potencializa a capacidade de persuasão
- Influenciar o comportamento e o porquê
- Influencia em decisões e valores





LIDERANÇA



Objetivos e Metas

"Todas as coisas são difíceis
antes de se tornarem fáceis."

(John Norley)



LIDERANÇA

Sem objetivos e metas claras
viver torna-se uma mera sequência de ações

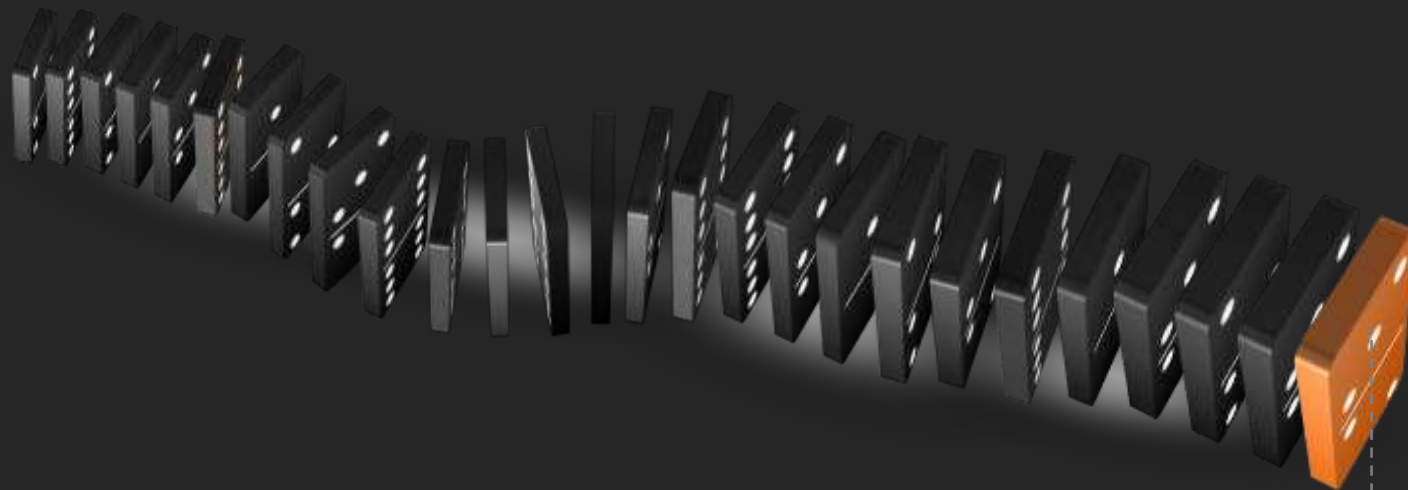
“O tempo é a única riqueza que é distribuída igualmente por todos os homens.”

(Saint-John Perse)



LIDERANÇA

Trace um objetivo: determine aonde chegar

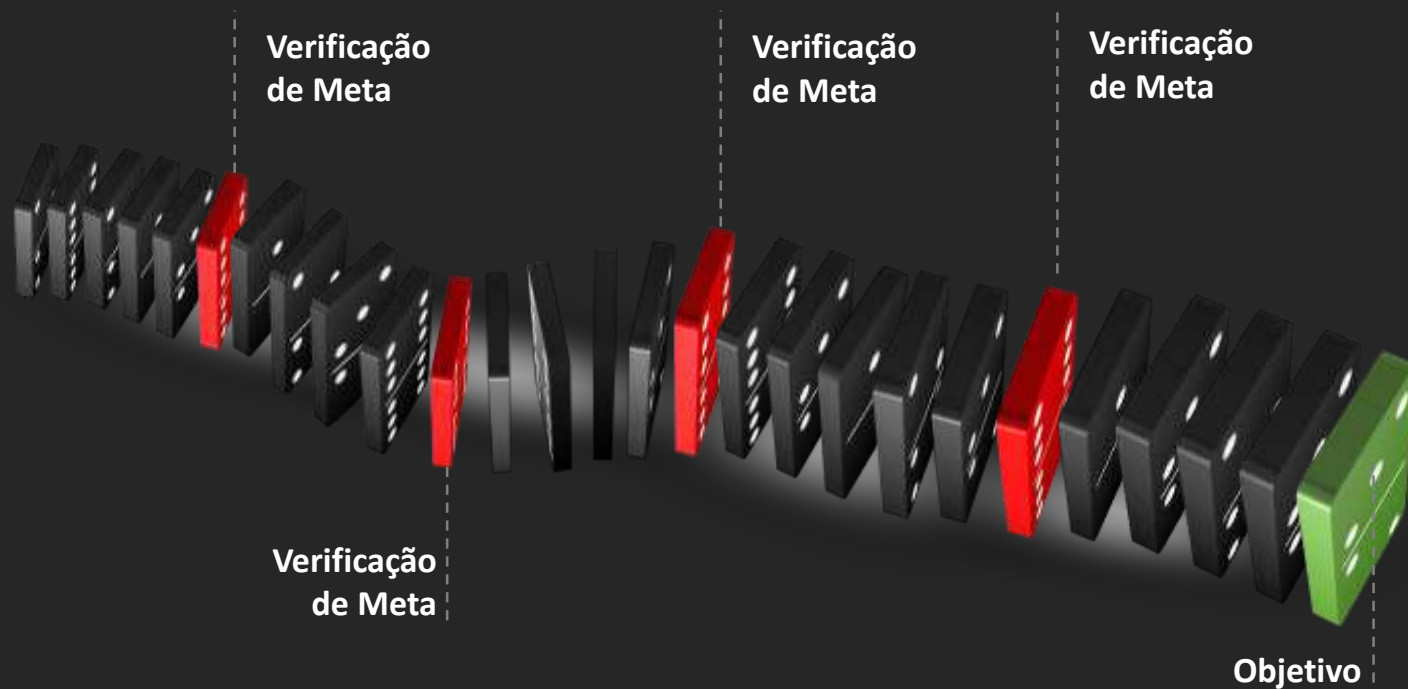


Objetivo



LIDERANÇA

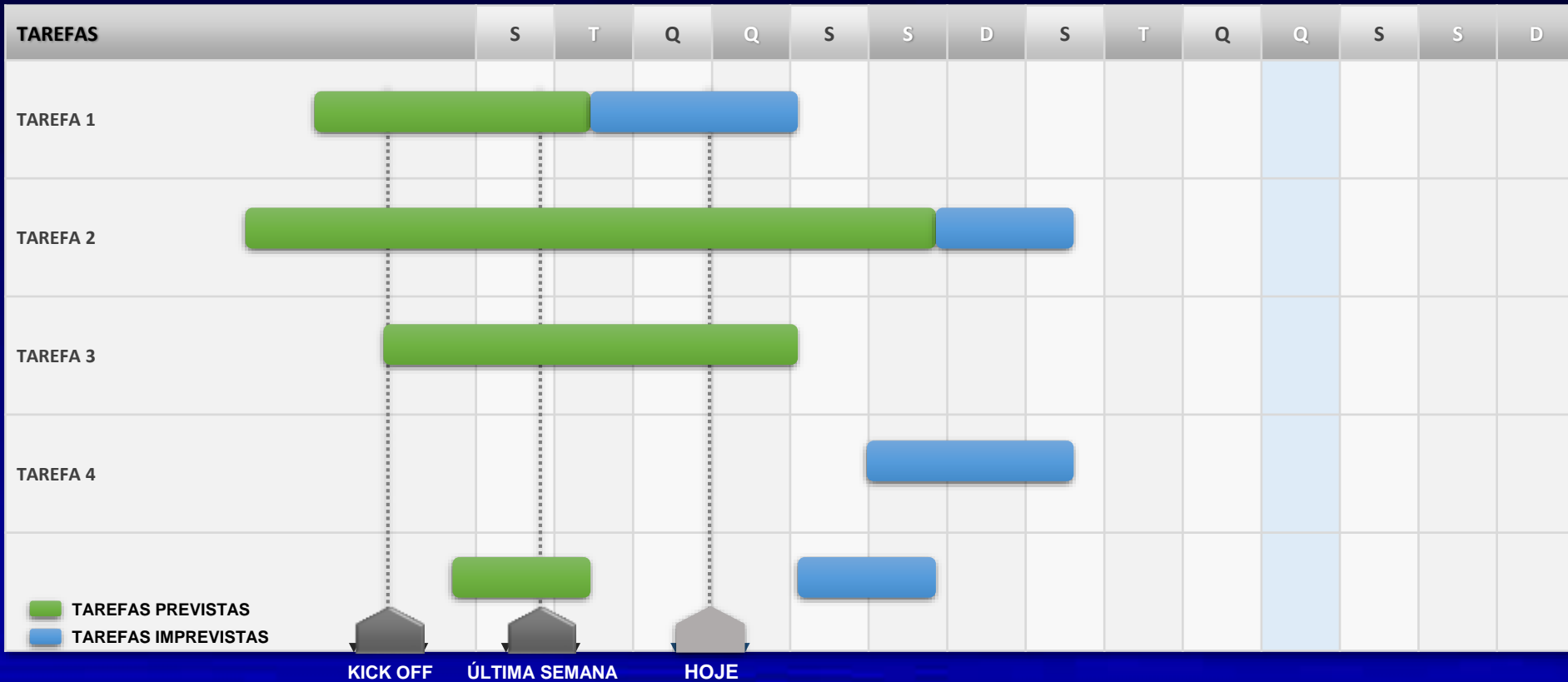
Defina metas curtas para avaliar a progressão





LIDERANÇA

Objetivos e Metas



Preparo para a
Sobrevivência
Corporativa

Gestão
por Indicadores

Informação

Entender de
Ser Humano

Liderança

Aprender
Sempre

Inovação



**“O PESSIMISTA RECLAMA DO VENTO.
O OTIMISTA ESPERA ELE MUDAR.
O REALISTA AJUSTA AS VELAS”.**

LARS GRAEL

PREOCUPAÇÕES

INFORMAÇÕES

?

AÇÃO

<https://alterdata.software/gurupi1710>

Lembrando
Para receber os slides
e
Certificado



**30 anos
Produzindo
software**

Alterdata Matriz

TERESÓPOLIS - RJ

0800-704-1418



Alliance 

 alterdata

A 3D map of Brazil, colored in shades of green and yellow, showing the outlines of the states and Federal District. The map is rendered with a perspective effect, giving it a three-dimensional appearance.

ALTERDATA
30 anos

100 Bases
27 Estados

- Atuando no mercado de softwares desde 1989
- Mais de 1.600 Funcionários
- Mais de 300 mil softwares
- Mais de 1 milhão de usuários

A EMPRESA

Instalada em Teresópolis, região serrana do RJ, em uma sede própria com 8 mil m2.

Construção sustentável que visa o conforto e qualidade de vida com respeito total ao meio ambiente.





Prédio ecológico

Alliance 

 alterdata



Entrada principal

Alliance 

 alterdata



Universidade Corporativa Alterdata

Alliance 

 alterdata

Obrigado . . .



Alterdata

s o f t w a r e



José Luiz Fonda