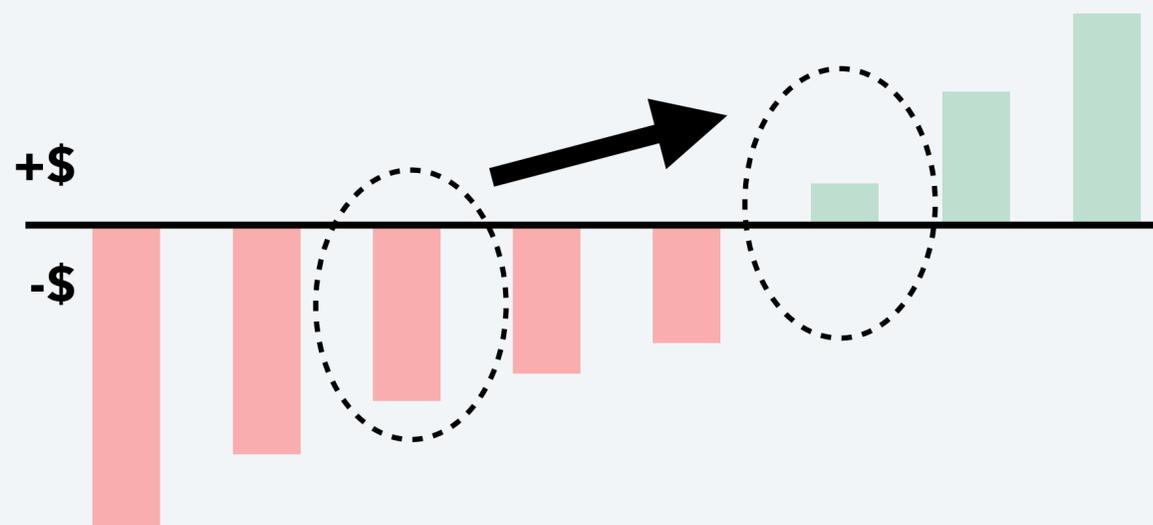


RELATÓRIO DE ESTRATÉGIA

Os vencedores na "Economia Low Touch"

Como as empresas podem recuperar e
vencer no novo normal

Como posso juntar-me aos vencedores da "Economia Low Touch"?



Apenas 15% das empresas estão a ganhar na economia actual

Esta é a grande questão que abordamos neste relatório actualizado.
Esperamos que estas respostas que partilhamos vos sejam úteis.
Se tiverem qual questão ou feedback, são bem-vindos e convidados para nos contactar.

Phil & Nick



Philippe De Ridder

CEO | Co-founder | Author | Speaker
philippe@boardofinnovation.com
[Connect on LinkedIn](#)



Nick De Mey

Insights lead | Co-founder | Speaker
nick@boardofinnovation.com
[Connect on LinkedIn](#)

board of innovation

Future
exploration

Growth
strategy

Opportunity
identification

Go-to-market

Entrepreneur-
in-residence

Business
design

FERRING
PHARMACEUTICALS

TD Bank



DANONE



KLM

ENGIE

Roche

BNP PARIBAS



proximus

Volkswagen



NOVARTIS

ING

Valmet

LVMH
MOÛT HENNESSY · LOUIS VUITTON



adidas

gsk

NN



Nestlé



BRITISH AIRWAYS

PHILIPS

Board of Innovation é uma empresa de **estratégia e business design**. Nós somos parceiros das maiores organizações do mundo, para resolver os seus maiores desafios, através de **“meaningful innovation”** - implacavelmente focada em impacto.

Orgulhosamente independentes por + 10 anos
New York - Amsterdam - Antwerp - Singapore

Learn more:

www.boardofinnovation.com/client-cases/

Capitulos

1. O que é a Low Touch Economy?

- O estado do "Novo Normal"

2. Adaptar a estratégia da sua organização

- Framework para impacto e estratégia

3. As oportunidades para crescimento curto-prazo

- Copiar as soluções dos pioneiros

4. As oportunidades de longo-prazo: novos "white spaces"

- Explorar modelos de negocio "pivots"

5. O futuro dos X

- 10 perspectivas de peritos

Olhando para o estado atual

Olhando para o futuro

Capitulos

1. O que é a Low Touch Economy?

- O estado do "Novo Normal"

2. Adaptar a estratégia da sua organização

- Framework para impacto e estratégia

3. As oportunidades para crescimento curto-prazo

- Copiar as soluções dos pioneiros

4. As oportunidades de longo-prazo: novos "white spaces"

- Explorar modelos de negocio "pivots"

5. O futuro dos X

- 10 perspectivas de peritos

Olhando para o estado atual

Olhando para o futuro

Bem vindos a Economia Low Touch

A Economia Low Touch é **o novo estado da nossa sociedade e economia**, permanentemente alterado pelo Covid-19. É caracterizado pelas interações *low-touch*, pelas medidas de protecção de saúde e segurança, novos comportamentos humanos e mudanças das indústrias/sectores permanentes.

A Economia Low Touch chegou para ficar. Ela oferece oportunidades nunca antes vistas a inovadores preparados para dar passos ousados, no presente.

O primeiro relatório do Board of Innovation sobre o mundo pós-pandemia já foi **lido +100,000 vezes**.

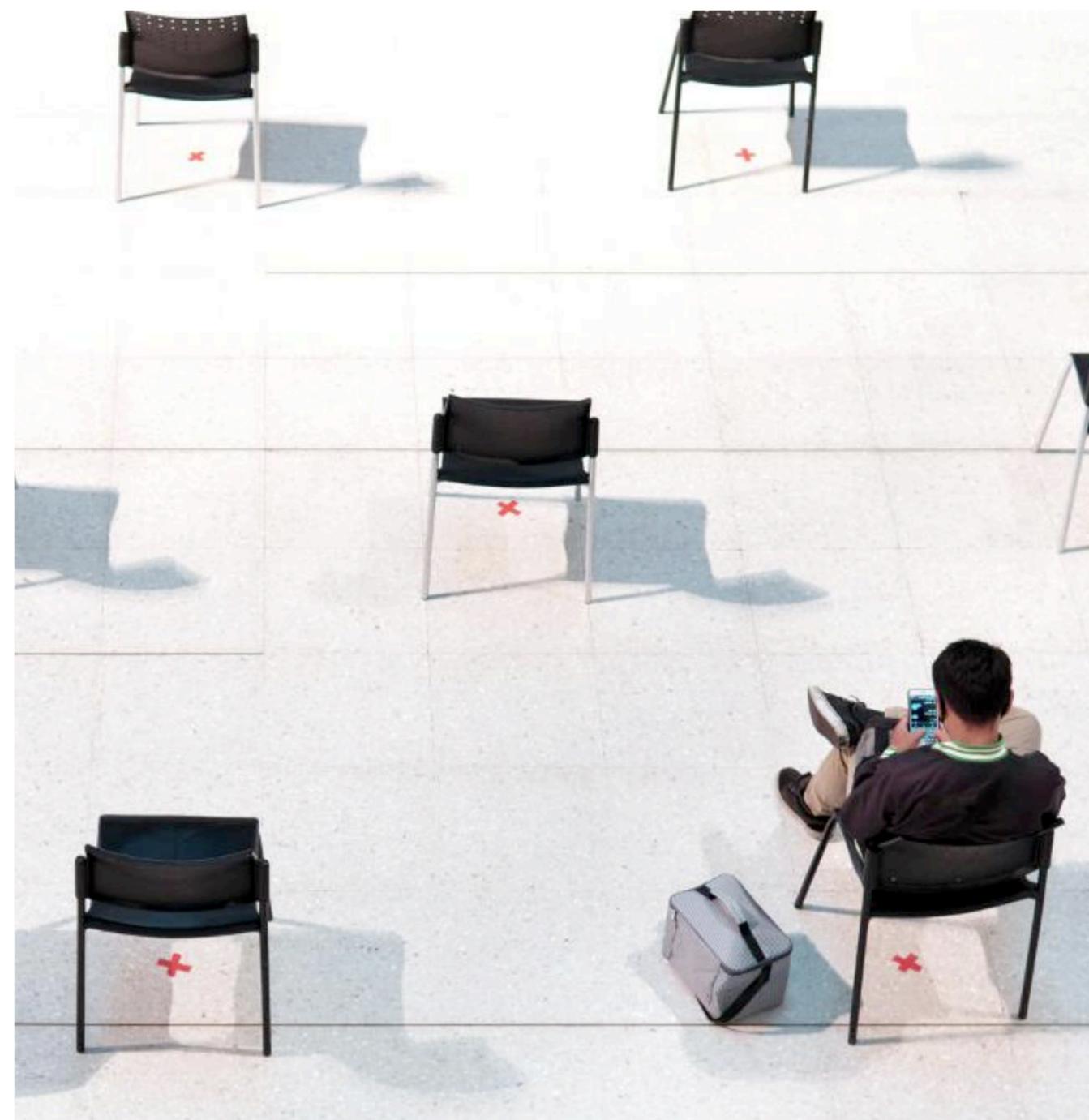
A Low Touch Economy foi destacada em:

Bloomberg

sifted / backed by
FT
FINANCIAL
TIMES

THE STRAITS TIMES

BUSINESS
INSIDER



A Economia Low Touch toca em todas as partes da nossa vida

Contexto Profissional

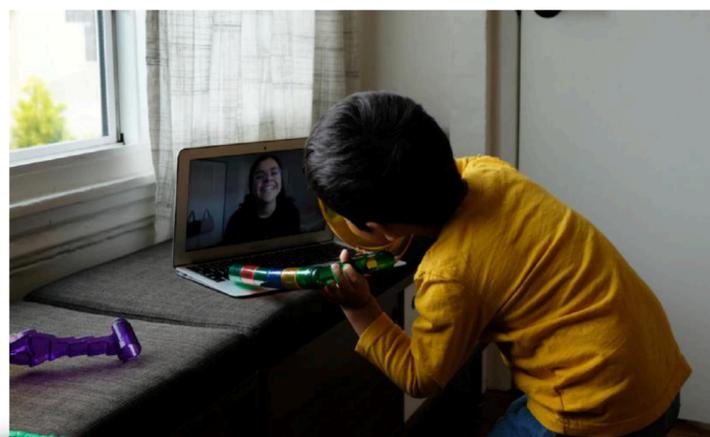


Unidades fabris redesenharam o espaço para proteger os empregados



Robots substituem interações humanas de alto risco nos serviços

Contexto Familiar



Zoom babysitters ajudam os pais em casa, enquanto estes trabalham ou fazem outras tarefas



Visitas a familiares vulneráveis com uma barreira de vidro

Contexto Social



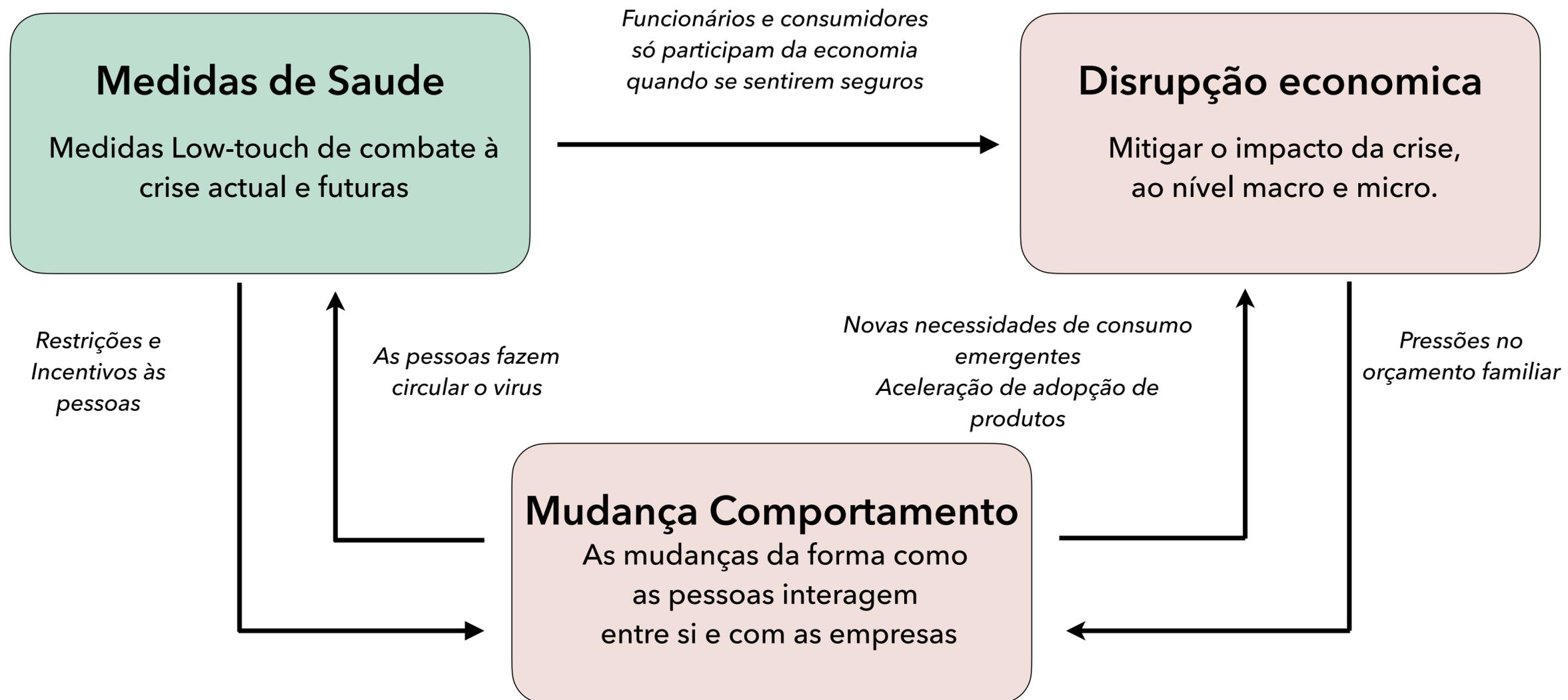
Tentativas para tornar o jantar fora em segurança e com prazer ao mesmo tempo.



Concertos virtuais tentam substituir eventos presenciais

O “feedback loop” da Economia Low Touch

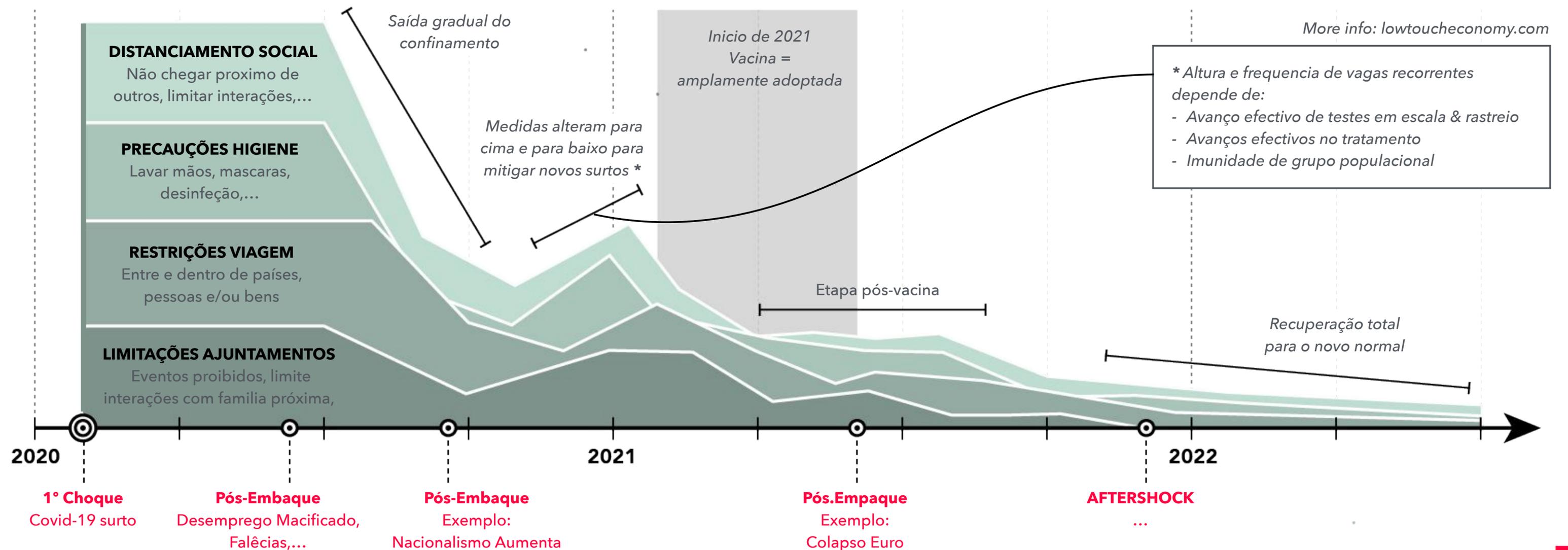
Uma série de medidas de saúde para controle de pandemia leva a mudanças de comportamento e interrupção económica, criando um sistema bastante imprevisível. Quanto mais as medidas de saúde se mantiverem, mais fundamentais serão as mudanças de comportamento e as rupturas económicas.



A maioria dos peritos concordam que enfrentamos uma retoma longa, lenta e atribulada

Caraterísticas da Low Touch de primeira ordem (gestão da crise de saúde)

Caraterísticas da Low Touch de segunda ordem (gestão crise económica)



A Economia Low Touch irá definir as nossas vidas no mínimo 1-2 anos

As empresas de sucesso desta era serão aquelas que adaptarão os seus modelos de negócio para trabalhar com as diferentes medidas de saúde bem como os outros desafios colocados pelo Covid-19

A redução das interações físicas entre empregados e consumidores é uma das restrições mais visíveis para o “business-as-usual”, e é por isso que nós criamos o termo “Low Touch Economy” (Economia Low Touch)

Apesar de se referir sobretudo ao distanciamento social e medidas relacionadas com a higiene e segurança, a Economia Low Touch também incorpora restrições como proibições para viajar, limitações a grandes ajuntamentos, o isolamento de grupos vulneráveis, entre outros.

A era da Economia Low Touch trás consigo instabilidade. As organizações têm que se adaptar com rapidez.

Design de Low Touch Business

Baseado nas interações **low-touch** entre clientes e empregados

+

Capacidade de operar com restrições: **proibição de viagens e novas medidas de higiene**

+

Acesso limitado para grupos vulneráveis e não envolve grandes ajuntamentos

+

Flexibilidade para **navegar múltiplos pós-embaques** na economia global

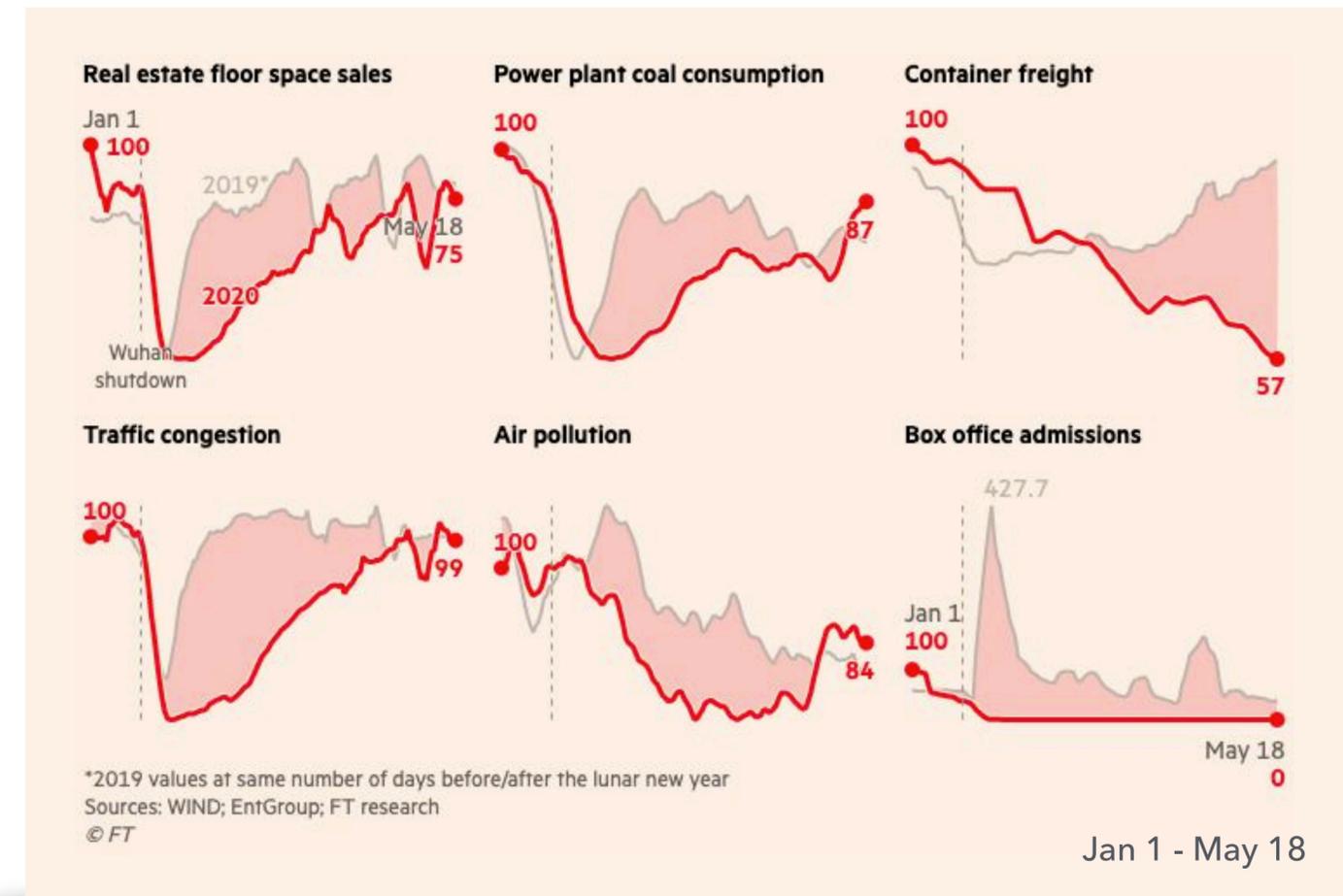
+

Capacidade de criar **forte impacto** via inovação e **business models** transformados

O que podemos aprender com as regiões que já ultrapassaram o (primeiro) pico de crise-saúde ?

Aprendizagens chave e percepções

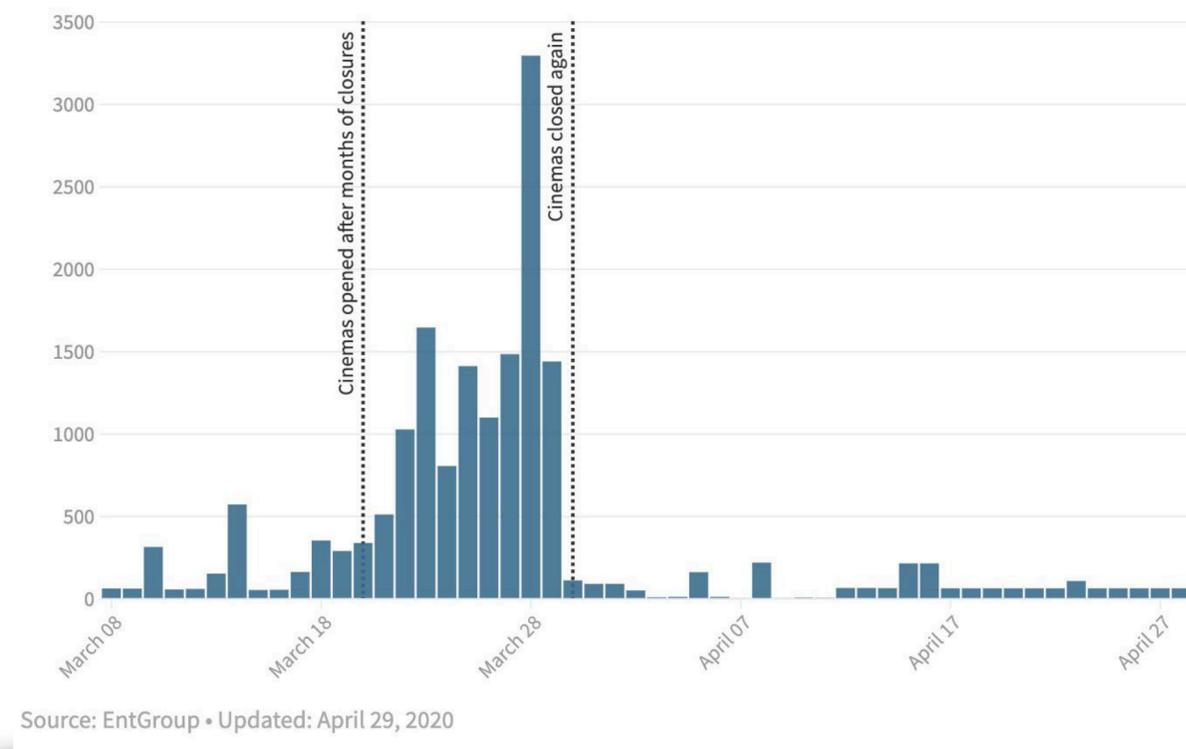
Retoma da China?



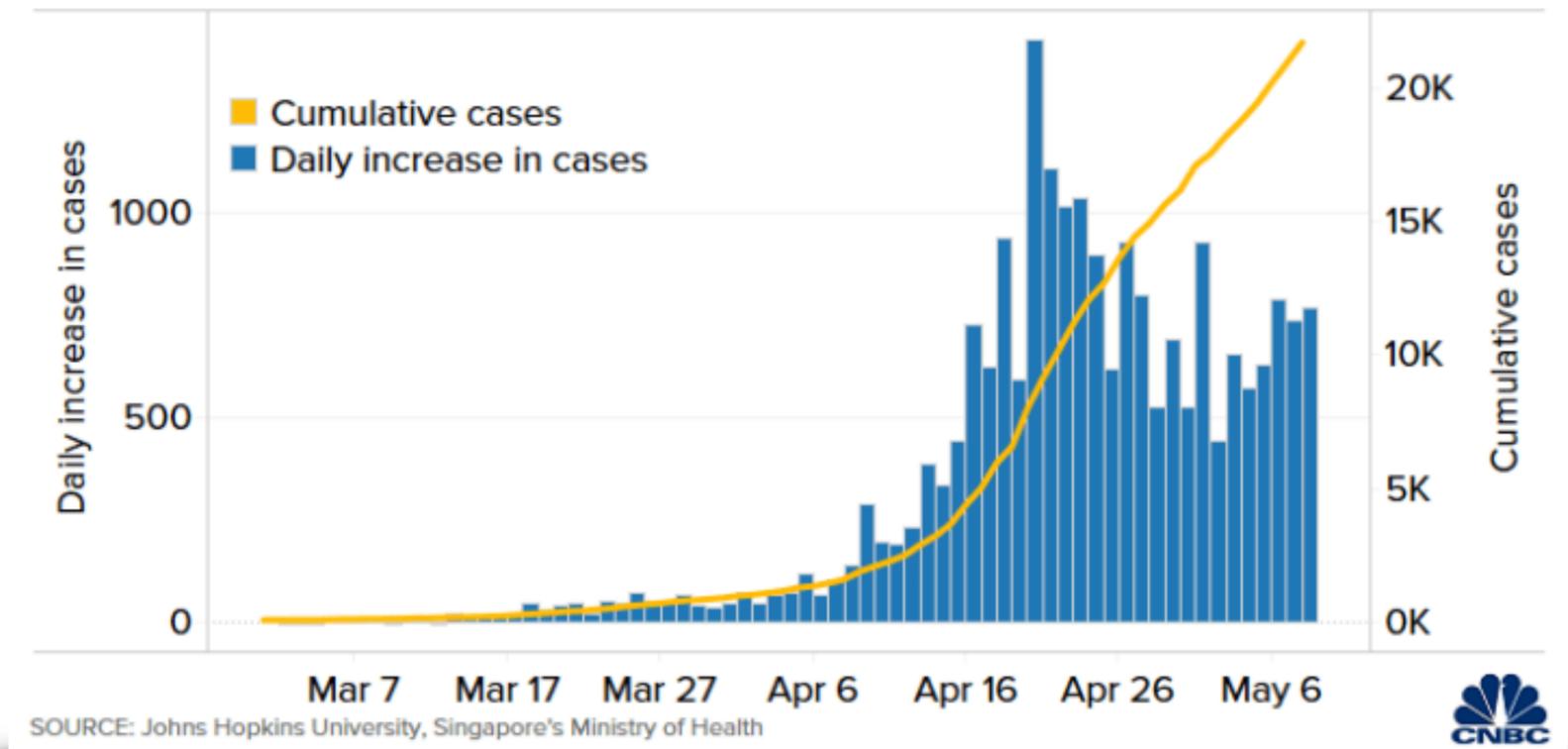
Muitos indicadores economicos apontam para uma retoma razoável, mas a retoma total ainda não está no horizonte da China. O congestionamento de trafico e poluição do ar voltaram praticamente ao nível normal. Mas outras areas da vida quotidiana ainda estão suspensas/interrompidas.

Um processo de tentativa e erro?

Admissions per day from March to April



A China reabriu os Teatros, mas rapidamente recuou com esta decisão com receios de uma segunda vaga de epidemia.



Durante meses, Singapura teve a propagação do vírus sob controle sem implementar medidas rigorosas. No final de Abril, acabou por introduzir o confinamento

Sociedade recomeça, mas nem tudo parece normal.



Hong Kong, Maio 1 - O país tentou retomar a vida cotidiana normalmente. Gradualmente, lojas e teatros começaram a reabrir.



Hong Kong, May 8 - Após 19 dias 0 de infecções locais, os bares / restaurantes começaram a atrair multidões novamente. Mesas/reservas até 8 pessoas foram novamente permitidas. Discotecas / bares de karaoke permanecem fechados

Sociedade recomeça, mas nem tudo parece normal.



China, April - As escolas reabriram gradualmente com diretrizes rígidas.



South Korea, May 5 - As ligas desportivas retomaram os jogos - sem espectadores. Esperam voltar a permitir espectadores e grandes encontros em breve.



South Korea, May 6 - Vários parques de diversões foram reabertos com medidas de distanciamento físico. As verificações de temperatura à entrada passaram a ser normais.

Tentar sempre compreender o contexto local completo

EXEMPLO: SUÉCIA

Não permite:

- Ajuntamentos de +50 pessoas
- Visitas aos lares de idosos
- Contacto directo (restrições nos restaurantes - distanciamento físico)
- Entradas no país (restrições viagens internacionais)

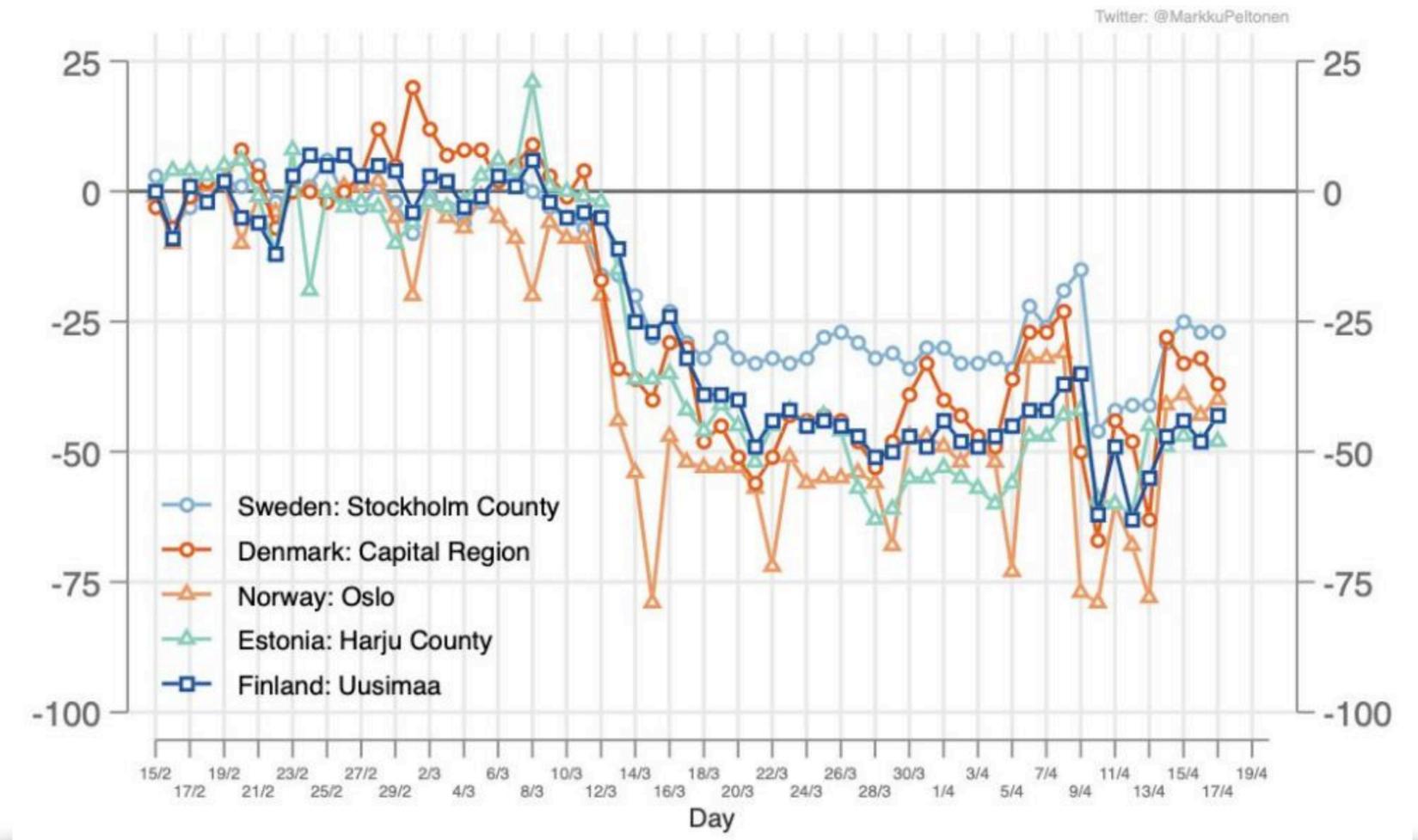
Pede as pessoas para:

- Que fiquem em casa se aparecer qualquer sintoma
- Evitarem actividades sociais
- Adialem visitas a seniores
- Manterem distancia dos outros
- Seguir as directivas de higiene

Como resultado:

- Não há exames escolares
- Fecho Teatros/Concertos
- Eventos desportivos cancelados
- Maioria voos cancelados
- 70% menos peões
- 50% redução no uso transportes públicos

De acordo com *Google Mobility data*, a Suécia observou uma queda significativa **saídas para compras & lazer.** →



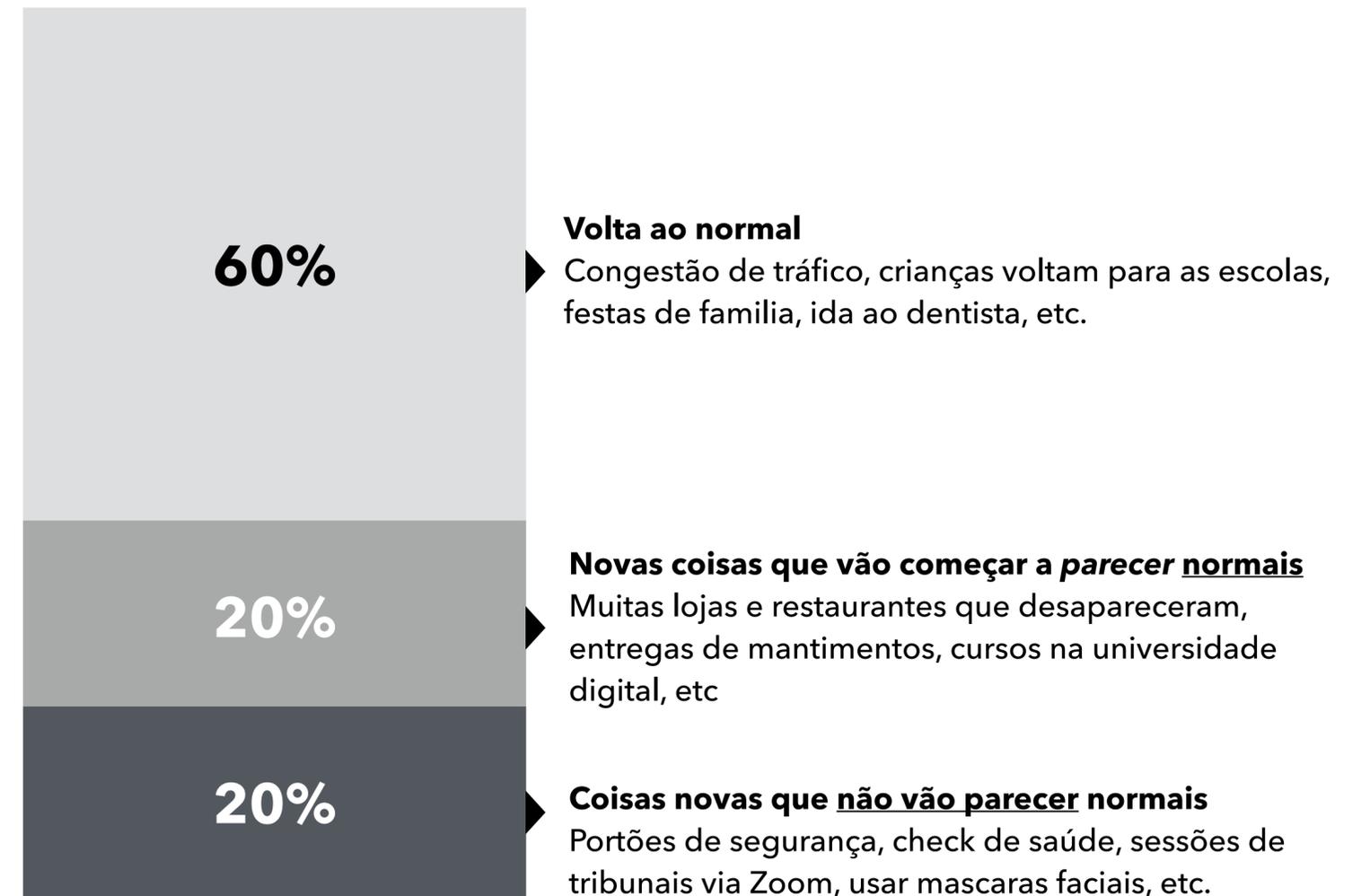
Muitas coisas vão voltar a *parecer* normais

Através destes exemplos, parece que uma vez que o Covid-19 tenha sido ultrapassado com sucesso, as empresas, os consumidores, a procura, e as actividades irão voltar rapidamente ao normal (ainda que com restrições de saúde). As pessoas irão rapidamente habituar-se aos "checks-saúde", as mascaras, e espaços de trabalho reorganizados. Não vai ser o mesmo que no passado, mas vai *parecer* normal muito em breve.

No entanto, **para algumas indústrias a retoma será mais lenta.** Por exemplo, a proibição de viajar, e as limitações de grandes ajuntamentos, irão impactar o turismo e a indústria de eventos nos próximos anos.

Onde os políticos (por qualquer razão) decidirem não impor fortes restrições, o vírus continuará a espalhar-se naquela sociedade. Isto vai aumentar a instabilidade económica nestas regiões. Assim, a menos que os consumidores decidam aceitar a doença e a morte como consequências das suas interações, é pouco provável que a economia nestes ambientes recupere rapidamente.

How we will perceive things



Nossa suposição para maioria dos setores: curva-U

Regiões com políticas mais restritas poderão recuperar mais rapidamente

No mundo ideal, o Covid-19 seria eliminado rapidamente, se **todos** os cidadãos ficassem em casa 2-3 semanas. As pessoas infectadas paravam de espalhar o vírus, e ele acabaria por morrer.

No entanto, partes da nossa sociedade e economic não podem ficar fechados em casa, por isso esse cenário é irrealista - apenas existe em modelos matemáticos.

Com confinamento ou sem ele, nós precisamos de alimentos, we still need food, saneamento, higienização e serviços de saúde. Assim, como é que minimizamos a disseminação e ao mesmo tempo mantemos estas industrias a funcionar? A resposta é com medidas e políticas restritivas.

Em lugar de manter a população em casa, alguns governos impõem quarentenas aos casos suspeitos de coronavírus e sua cadeia de transmissão. Para assegurar o cumprimento, algumas regiões (sobretudo Asia) utilizaram ferramentas de vigilância e rastreamento invasivas em combinação com pesadas multas aos infratores. Estas medidas rigorosas, em conjunto com a obrigatoriedade de uso de mascara (e outras), parecem ter sido muito eficazes para parar e controlar a pandemia. É por isso que se espera uma retoma da economia mais rápida nestas regiões

As mesmas medidas de restrição não parecem ter o mesmo apoio em grandes partes da Europa e das Americas, o que significa que a retoma será mais lenta.

AUSTERIDADE E IMPACTO ECONOMICO DURADOURO

Previsão PIB / Evolução da Pandemia / Medidas Económicas

Impacto a 0.5-anos

V-curva repercussão: Controlo efectivo da pandemia e incentivo economico

Impacto de 1.5 anos

Retoma U-curva : Medidas de distanciamento social prolongadas, incentivos económicos minimizam estragos

Impacto a 3 anos

Retoma L-curva: Controlo da Pandemia falhou, falências generalizadas e créditos mal-parados

Os primeiros tempos da Economia Low Touch

Os primeiros sinais e exemplos da industria

Economia Low Touch emergente: Turismo

Turquia: região Çeşme

- ▶ Medida de turismo piloto: "coronavirus-free" certificação
- ▶ Hotéis com ocupação max de 60% para evitar lugares cheios
- ▶ Quartos de hotéis vazios por períodos de 12h entre hóspedes
- ▶ Zonas específicas para quarentena para isolamento rápido de novos doentes

Companhia Aérea Emirates

- ▶ Testes Covid-19 rápidos no local para passageiros em colaboração com as Autoridades de Saúde do Dubai
- ▶ Redesign de embalagens para alimentos a bordo para redução do contacto durante o serviço de refeição

Zonas "safe-travel" internacionais

- ▶ Países trabalham juntos, para permitir zonas sem quarantine expo: Nova Zelândia e Austrália exploram a "Aliança de Viagem", Austria considera abertura de viagens da Alemanha.



Hong Kong: cabines para desinfetar o pessoal da companhia aérea ao entrar nos aeroportos



Design conceitual da Avio Interiors para tornar as viagens aéreas mais seguras



Hong Kong: viajantes usam pulseira electrónica para monitorizar a quarentena doméstica de duas semanas

Economia Low Touch emergente: Mobilidade

Transporte publico vs transporte individual

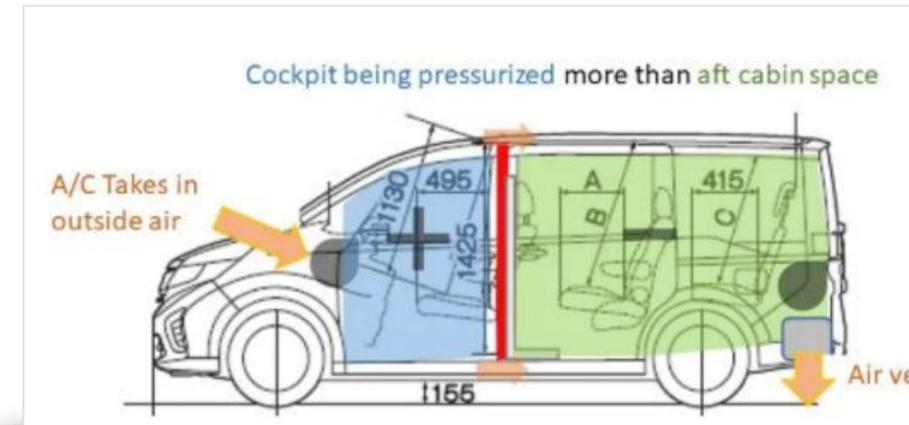
- ▶ Transported publicos lotados a evitar o mais possível
- ▶ Em certas regiões reabertas, as "scooters" são cada vez mais populares para certas distancias
- ▶ Retoma rápida do uso de carro próprio

"Car sharing": Lyft, Uber, etc.

- ▶ Devido a quebra de procura, Uber & Lyft dispensaram 3700 pessoas e 982 pessoas respectivamente (14% e 17% da sua força de trabalho)
- ▶ Passageiros e motoristas terão que usar mascaras

Veículos autonomos

- ▶ Condutores humanos têm um custo alto, se potencial risco de segurança para passageiros. O lançamento de "shuttles" e veículos para entregas autónomos vai ser acelerado (e.g. Beep Shuttles foram testados na Florida para testes de entregas na Mayo Clinic)



Honda alterou o compartimento do motorista com ar pressurizado para proteção e segurança do condutor



Rental cars com novos standards e selos de segurança



Milão e outras cidades adicionam novas ciclovias "temporárias". Muitas destas alterações tornar-se-ão permanentes.

Outros exemplos Low Touch em outras indústrias



Singapura envia patrulhas de robots SPOT aos parques públicos para monitorizar e encorajar distanciamento físico



O público da ópera em Taiwan precisa manter 3 lugares vazios entre si. Muitos cinemas experimentam drive-ins.



Inúmeros restaurantes estão a tentar encontrar o Equilíbrio entre segurança, conforto e ambiente acolhedor.



Salões de beleza e outros serviços de contato próximo estão a contratar equipes profissionais para desinfetar os materiais entre turnos.



A VRT, emissora nacional belga, experimenta pulseiras de detecção de distância para proteger os atores durante a gravação de programas.



Casar-se com 100 convidados via Zoom pode não ser para todos.

Mas não espere que isto se torne popular em breve

BIOVYZR by VYZR Tech



PlexEat by Gernigon Studio



Essa crise libertou imensa criatividade nas pessoas. Muitos engenheiros, arquitetos e designers desenvolveram novos conceitos para a economia "low touch". Mas nem todos os conceitos serão amplamente adotados.

Se você encontrar inovações excepcionais, não hesite em enviar-nos. Estamos sempre à procura de bons exemplos.



Sunglass face shield by Joe Doucet



Knuffelscherm by STAS & FARO

Um "shot" de inspiração ao vivo na Economia Low Touch?

[Book a keynote](#)



**Já está preparado para a
Economia “Low Touch”?**

CHECKLIST 1

Classifique o seu nível de prontidão na Economia “Low Touch”

Interações com empregados	O contato físico entre funcionários e/ou clientes é necessário para o seu negócios?
Interações com clientes	Clientes e/ou empregados precisam partilhar objetos ou equipamento?
Espaço Físico	Clientes ou empregados partilham os mesmos espaços interiores?
Ajuntamentos de empregados	Os empregados têm que trabalhar juntos para conduzir a sua operação?
Ajuntamentos de clientes	Os clientes precisam estar em grupo para usufruir do seu produto/serviço?
Extra vulnerável	Os seus empregados ou clientes incluem (parcialmente) grupos vulneráveis?
Viajens	Clientes ou empregados precisam viajar (local vs internacional) ?
Cadeia de fornecimento	O seu modelo de negocio depende de uma cadeia fornecimento local ou internacional?
Procura	A volatilidade da procura do seu negócio está intimamente relacionada com crise saúde ?

1 2 3 4 5

●————●————●————●————●

●————●————●————●————●

●————●————●————●————●

●————●————●————●————●

●————●————●————●————●

●————●————●————●————●

●————●————●————●————●

●————●————●————●————●

●————●————●————●————●

●————●————●————●————●

Resultados: Pontuações mais baixas são melhores

1 = não se aplica a sua situação

5 = aplica-se totalmente

- ▶ Pontuação 1 ou 2 em todos? deverá conseguir adaptar a empresa com mínimas alterações na Economia Low Touch
- ▶ Pontuação 3, 4 ou 5 precisa ser abordado. Pode significar um obstáculo sério para o crescimento na Economia Low Touch Economy
- ▶ **Uma pontuação total acima de 25? Vai precisar de redesign uma grande parte do modelo de negocio e/ou operação para ter um papel na Economia Low Touch.**
- ▶ Quanto mais alta for a pontuação, mais agil a organização precisa ser. Precisar preparar-se para as potenciais repercussões no mercado.

CHECKLIST 2

Como pode redesenhar a sua organização?

	Geral	Unidades voltadas p/cliente	Armazém e distribuição	Escritórios	Produção
Interação externa	<ul style="list-style-type: none">▶ Limitar interações c/ terceiros▶ Alterar formatos de interações▶ Rastreo em colaboradores externos	<ul style="list-style-type: none">▶ Desenvolver e expandir novos modelos de negocio para "touchpoints" do cliente e interações	<ul style="list-style-type: none">▶ "Hand-offs" (transferencias) terão lugar fora dos armazéns e sem interação	<ul style="list-style-type: none">▶ Consolidar entradas e saídas e controlo de trafico▶ Fornecer almoços servidos▶ Registo e rastreo de visitantes externos	<ul style="list-style-type: none">▶ Empreiteiros apenas quando essencial▶ Triagem antes de visitas ao local
Equipa	<ul style="list-style-type: none">▶ Força de trabalho distribuida▶ Identificar tarefas exequíveis de forma remota / tempo inteiro▶ Novas rotinas trabalho escalonadas e teletrabalho	<ul style="list-style-type: none">▶ Redução de horários or e fechados de lojas▶ Aumento de Horacio de lojas mas alargar atendimento por marcação	<ul style="list-style-type: none">▶ Reagendar formações para online, à distância ou pequenos grupos▶ Aumento de recrutamentos para fazer face a baixas de doença, e aumento de procura	<ul style="list-style-type: none">▶ Continuação trabalho à distancia▶ Limitação de trabalho escritório por lote de empregados com base nr de identificação ou equipas de projecto	<ul style="list-style-type: none">▶ Escalonamento de turnos▶ Intervalos entre turnos
Benefícios de RH	<ul style="list-style-type: none">▶ Compensações ajustadas ao risco▶ Bonus e beneficios especiais▶ Adaptação de salarios	<ul style="list-style-type: none">▶ Bonus para empregados trabalham em períodos e trabalhos de alto risco▶ Checklists de saúde	<ul style="list-style-type: none">▶ Pre-pagamento de bonus▶ Baixa com pagamento para quarentena com o rastreo de temperatura e testes de anticorpos	n.a.	<ul style="list-style-type: none">▶ Aumento de baixa de doença em caso de duvida▶ Bonus adicional por hora de produção
Segurança Pessoal	<ul style="list-style-type: none">▶ Novos protocolos para resposta a casos positivos▶ Perfies de risco de empregados▶ Politicas de Quarentena▶ Directrizes de EPP	<ul style="list-style-type: none">▶ Providenciar EPP▶ Limitar numero de pessoas on-site, eventual substituição por equipamentos (self-checkout, maquinas vending...)	<ul style="list-style-type: none">▶ Não se fazem reuniões presenciais - substituição por sinaletica e novas formas de comunicação pessoais	<ul style="list-style-type: none">▶ EPP (equipamento proteção pessoal)▶ Rastreo de temperatura entrada e saída▶ Aumento de lavagem de mãos e pontos de higienização / desinfeção	<ul style="list-style-type: none">▶ Avanços na triagem e rastreamentos de contactos de funcionários▶ Estabelecer uma equipa de resposta a casos positivos
Espaço de trabalho fisico	<ul style="list-style-type: none">▶ Redução de risco de disseminação do virus▶ Nova configuração espaços▶ Interações limitadas▶ Protocolos de limpeza	<ul style="list-style-type: none">▶ Instalação rastreios de proteção e pontos de desinfectantes▶ Aumentarfrequencia de pontos de limpeza em zonas de alto-contacto	<ul style="list-style-type: none">▶ Terminam avaliações fim-de-turno▶ Escalonamento de turnos▶ Aumento de sintética▶ Reconfiguração de espaços de intervalo para isolamento	<ul style="list-style-type: none">▶ Instalar rastreios de proteção e reconfigurar a distancia entre secretárias▶ Eliminar espaços "open floor"▶ Passagens de sentido único▶ Melhorar a filtragem do ar	<ul style="list-style-type: none">▶ Modificação de areas trabalho▶ Desinfeção diaria com sprays após horário trabalho▶ Intervalos escalonados, cantinas c/distanciamnt. social
Políticas de viagem	<ul style="list-style-type: none">▶ Transporte Publico limitado▶ Regras de viagem restritivas▶ Novos comportamentos de viagem: mascaras e rastreios	n.a.	n.a.	<ul style="list-style-type: none">▶ Viagens Internacionais apenas em excepção▶ Apenas viagens domesticas criticas com mais medidas de aprovação	<ul style="list-style-type: none">▶ Fim de viagens de trabalho não essenciais

Capitulos

1. O que é a Low Touch Economy?

- O estado do "Novo Normal"

2. Adaptar a estratégia da sua organização

- Framework para impacto e estratégia

3. As oportunidades para crescimento curto-prazo

- Copiar as soluções dos pioneiros

4. As oportunidades de longo-prazo: novos "white spaces"

- Explorar modelos de negocio "pivots"

5. O futuro dos X

- 10 perspectivas de peritos

Olhando para o estado atual

Olhando para o futuro

Algumas empresas são lentas a aceitar a realidade.



As datas de lançamentos para algumas empresas estão a ser adiadas apenas com algumas semanas. O *Tenet* de Christopher Nolan, por exemplo, fixou-se teimosamente para 17 Julho. Claramente, alguns estúdios apostam que as passarelas voltaram a reabrir em breve.

Norwegian and Carnival cruise lines headed in opposite directions as industry cautiously plans reopening



COVID-19 has wiped out cruise industry

[Pete Evans](#) · CBC News · Posted: May 05, 2020 10:39 AM ET | Last Updated: May 5



Linhas de Cruzeiros estão a correr para começar a vender bilhetes, apesar de ser duvidoso que qualquer país queira aceitar navios de cruzeiro infectados nos seus portos.



As companhias aéreas estão a trabalhar para sair dos planos de restrição; muitas estão a planear (esperam) recomeçar as suas operações já no início do Verão.

Enquanto outras fazem da Economia Low Touch o seu plano longo prazo

Algumas empresas começaram a trabalhar com cenários que não prevêem uma recuperação a curto prazo. Por exemplo, o Twitter anunciou que todos os funcionários agora podem trabalhar em casa, para sempre.

Facebook cancels Oculus Connect meetup and all other large events until 2021

Oculus will hold a virtual conference instead

By Adi Robertson | @thedextriarchy | Apr 16, 2020, 2:32pm EDT

f t SHARE

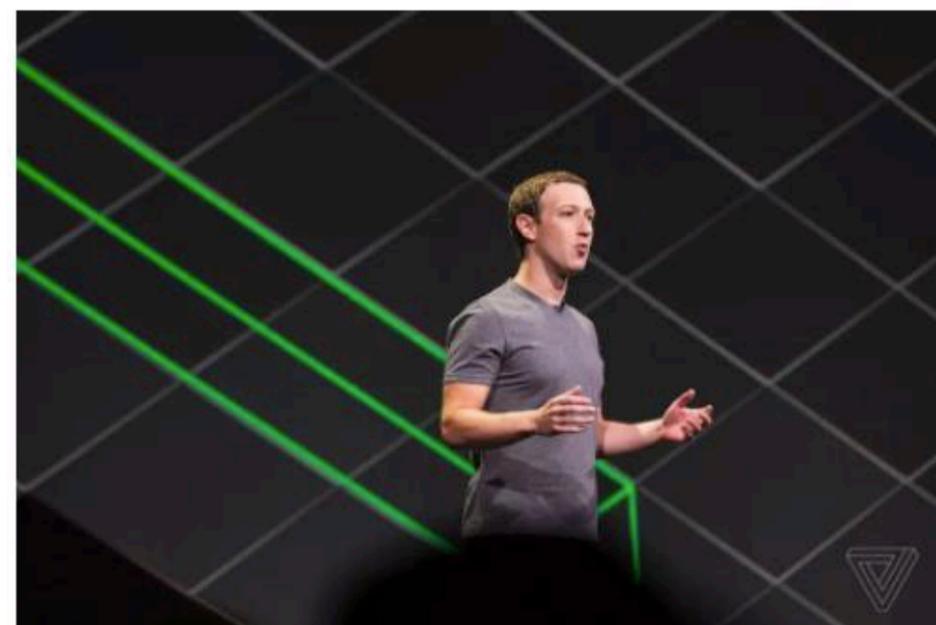


Photo by Nick Statt / The Verge

Warren Buffett's company Berkshire Hathaway sells US airline shares

7 hours ago

f t e Share

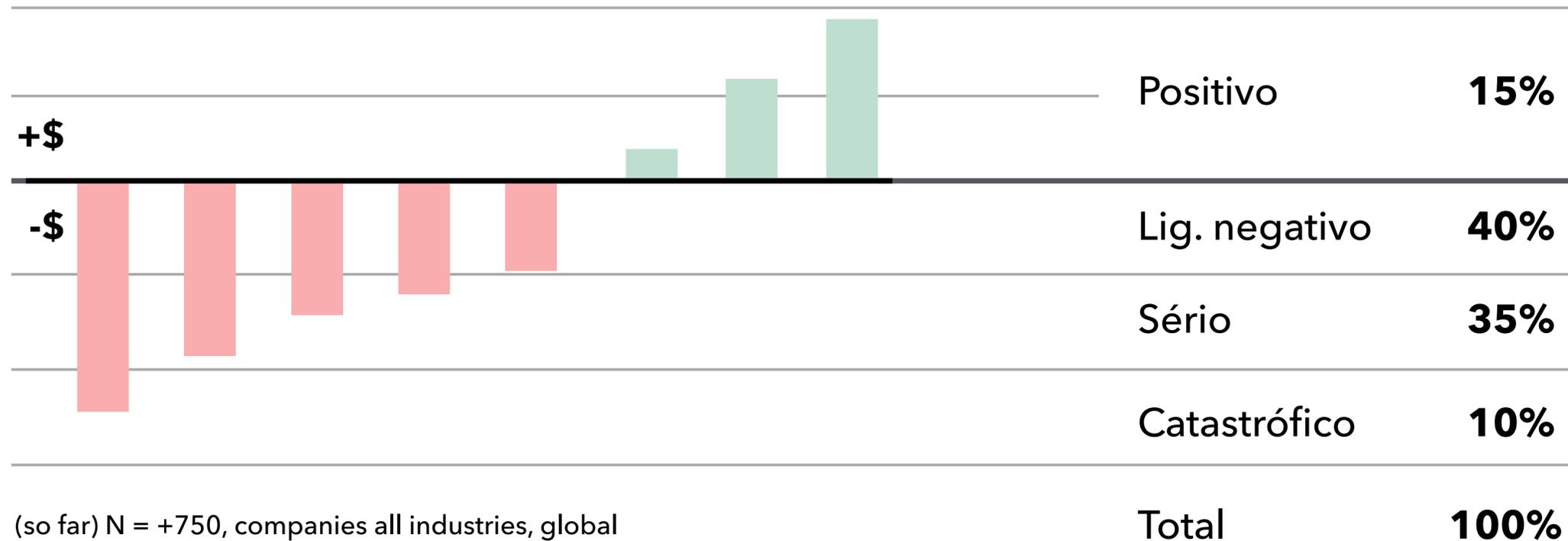
Coronavirus pandemic



Até agora, a sociedade e a economia sofreram grandes danos.
Qual a situação da sua organização?

Os resultados da nossa pesquisa no impacto económico

QUAL É O IMPACTO NAS RECEITAS DA SUA ORGANIZAÇÃO EM 2020?



(so far) N = +750, companies all industries, global

Crescimento da receita através do aumento da procura
explo.: E-Commerce

Perda de receita sustentada de 0-15%
no Q2-4 2020 explo.: Bens de consumo

Perda de receita sustentada de 15 a 50% no
Q2-4 2020. explo: Óleo e gás

Perda de receita sustentada de + 50% no Q2-4 2020
explo.: Turismo

Muitas empresas encaram perdas significativas de receita, mas algumas conseguiram crescer nesses tempos turbulentos. As diferenças podem ser extremas.

Depois de algumas semanas, algumas empresas entraram em falência, enquanto outras não conseguiam contratar rápido o suficiente para lidar com o aumento da procura. Uma vez que a crise da saúde esteja controlada muitas partes da

economia retomam a estado normal, mas não todas. Se apenas 20% das empresas não se recuperarem rapidamente, isso terá vários efeitos colaterais em nossa economia.

Com base nas nossas conversas com empresas de todos os setores possíveis, até agora apenas 15% das empresas parecem ter observado um

Nossa suposição para maioria dos setores: curva-U

Regiões com políticas mais restritas poderão recuperar mais rapidamente

No mundo ideal, o Covid-19 seria eliminado rapidamente, se **todos** os cidadãos ficassem em casa 2-3 semanas. As pessoas infectadas paravam de espalhar o vírus, e ele acabaria por morrer.

No entanto, partes da nossa sociedade e economic não podem ficar fechados em casa, por isso esse cenário é irrealista - apenas existe em modelos matemáticos.

Com confinamento ou sem ele, nós precisamos de alimentos, we still need food, saneamento, higienização e serviços de saúde. Assim, como é que minimizamos a disseminação e ao mesmo tempo mantemos estas industrias a funcionar? A resposta é com medidas e políticas restritivas.

Em lugar de manter a população em casa, alguns governos impõem quarentenas aos casos suspeitos de coronavírus e sua cadeia de transmissão. Para assegurar o cumprimento, algumas regiões (sobretudo Asia) utilizaram ferramentas de vigilância e rastreamento invasivas em combinação com pesadas multas aos infratores. Estas medidas rigorosas, em conjunto com a obrigatoriedade de uso de mascara (e outras), parecem ter sido muito eficazes para parar e controlar a pandemia. É por isso que se espera uma retoma da economia mais rápida nestas regiões

As mesmas medidas de restrição não parecem ter o mesmo apoio em grandes partes da Europa e das Americas, o que significa que a retoma será mais lenta.

AUSTERIDADE E IMPACTO ECONOMICO DURADOURO

Previsão PIB / Evolução da Pandemia / Medidas Económicas

Impacto a 0.5-anos

V-curva repercussão: Controlo efectivo da pandemia e incentivo economico

Impacto de 1.5 anos

Retoma U-curva : Medidas de distanciamento social prolongadas, incentivos económicos minimizam estragos

Impacto a 3 anos

Retoma L-curva: Controlo da Pandemia falhou, falências generalizadas e créditos mal-parados

Baseado na sua avaliação, consegue adaptar a sua estratégia?

GRAVIDADE E DURAÇÃO DO IMPACTO ECONÓMICO
Previsão do PIB / Evolução pandémica / Política económica

IMPACTO NA SUA ORGANIZAÇÃO

Impacto Directo do Covid-19 / Impacto indirecto da recessão económica / Capacidade de rápida adaptação

	Positivo Crescimento de receitas pelo aumento procura <i>expl. E-commerce</i>	Ligeiramente negativo Perda de receita sustentada de 0-15% no Q2-4 2020 <i>expl.: Bens de consumo</i>	Sério Perda de receita sustentada de 15 a 50% no Q2-4 2020. <i>expl.: Óleo e gás</i>	Catastrófico Perda de receita sustentada de + 50% no Q2-4 2020 <i>expl.: Turismo</i>
Impacto a 0.5-anos <i>V-curva</i> recuperação: Controlo efectivo da pandemia e incentivo económico	Na crista da onda: aumentar a oferta para acompanhar o aumento da procura	Continue e prepare-se para uma recuperação rápida de volta ao normal	Sobreviva e prepare-se para uma recuperação relativamente lenta de volta ao normal	Mothball grande parte dos negócios e se preparar para reiniciar
Impacto de 1.5 anos Retoma <i>U-curva</i> : Medidas de distanciamento social prolongadas, incentivos económicos minimizam estragos	Impulsione o crescimento e cota de mercado	Defenda, melhore a posição competitiva e encontre novo crescimento	Pivotar através da inovação orgânica e do crescimento inorgânico ou desinvestir	Pivotar através da inovação orgânica e do crescimento inorgânico ou desinvestir
Impacto a 3 anos Retoma <i>L-curva</i> : Controlo da Pandemia falhou, falências generalizadas e créditos mal-parados	Impulso agressivo para o crescimento e cota de mercado	Defenda, melhore a posição competitiva e encontre novo crescimento	Prepare-se para novos concorrentes agressivos. Reinventar e criar uma posição totalmente nova ou abandonar	Última estratégia de sobrevivência ou abandonar o mercado

Matrix Estrategica: vencedores da Economia Low Touch

GRAVIDADE E DURAÇÃO DO IMPACTO ECONÓMICO
Previsão do PIB / Evolução pandémica / Política económica

IMPACTO NA SUA ORGANIZAÇÃO

Impacto Directo do Covid-19 / Impacto indirecto da recessão económica / Capacidade de rápida adaptação

	Positivo Crescimento de receitas pelo aumento procura <i>expl. E-commerce</i>	Ligeiramente negativo Perda de receita sustentada de 0-15% no Q2-4 2020 <i>expl.: Bens de consumo</i>	Sério Perda de receita sustentada de 15 a 50% no Q2-4 2020. <i>expl: Óleo e gás</i>	Catastrófico Perda de receita sustentada de + 50% no Q2-4 2020 <i>expl.: Turismo</i>
Impacto a 0.5-anos <i>V-curva</i> recuperação: Controlo efectivo da pandemia e incentivo economico	Na crista da onda: aumentar a oferta para acompanhar o aumento da procura	Continue e prepare-se para uma recuperação rápida de volta ao normal	Sobreviva e prepare-se para uma recuperação relativamente lenta de volta ao normal	Mothball grande parte dos negócios e se preparar para reiniciar
Impacto de 1.5 anos Retoma <i>U-curva</i> : Medidas de distanciamento social prolongadas, incentivos económicos minimizam estragos	Impulsione o crescimento e cota de mercado	Defenda, melhore a posição competitiva e encontre novo crescimento	Pivotar através da inovação orgânica e do crescimento inorgânico ou desinvestir	Pivotar através da inovação orgânica e do crescimento inorgânico ou desinvestir
Impacto a 3 anos Retoma <i>L-curva</i> : Controlo da Pandemia falhou, falências generalizadas e créditos mal-parados	Impulso agressivo para o crescimento e cota de mercado	Defenda, melhore a posição competitiva e encontre novo crescimento	Prepare-se para novos concorrentes agressivos. Reinventar e criar uma posição totalmente nova ou abandonar	Última estratégia de sobrevivência ou abandonar o mercado

Os primeiros vencedores da Economia Low Touch?

5 exemplos de potenciais vencedores

grandes empresas que estão na posição certa para essa nova vaga

**Plataforma para se
conectar com clientes a
distancia**

E.g. ByteDance (Tiktok)

**Ferramentas de apoio
e-commerce**

E.g. Shopify

**Comida saudável
entregas ao domicilio**

E.g. Panera Bread

**Ginásio
"Safe at-home"**

E.g. Peloton

**Alternativas para
cadeia de fornecimento**

E.g. Beyond Meat

PLATAFORMA PARA SE CONECTAR COM CLIENTES A DISTANCIA

ByteDance

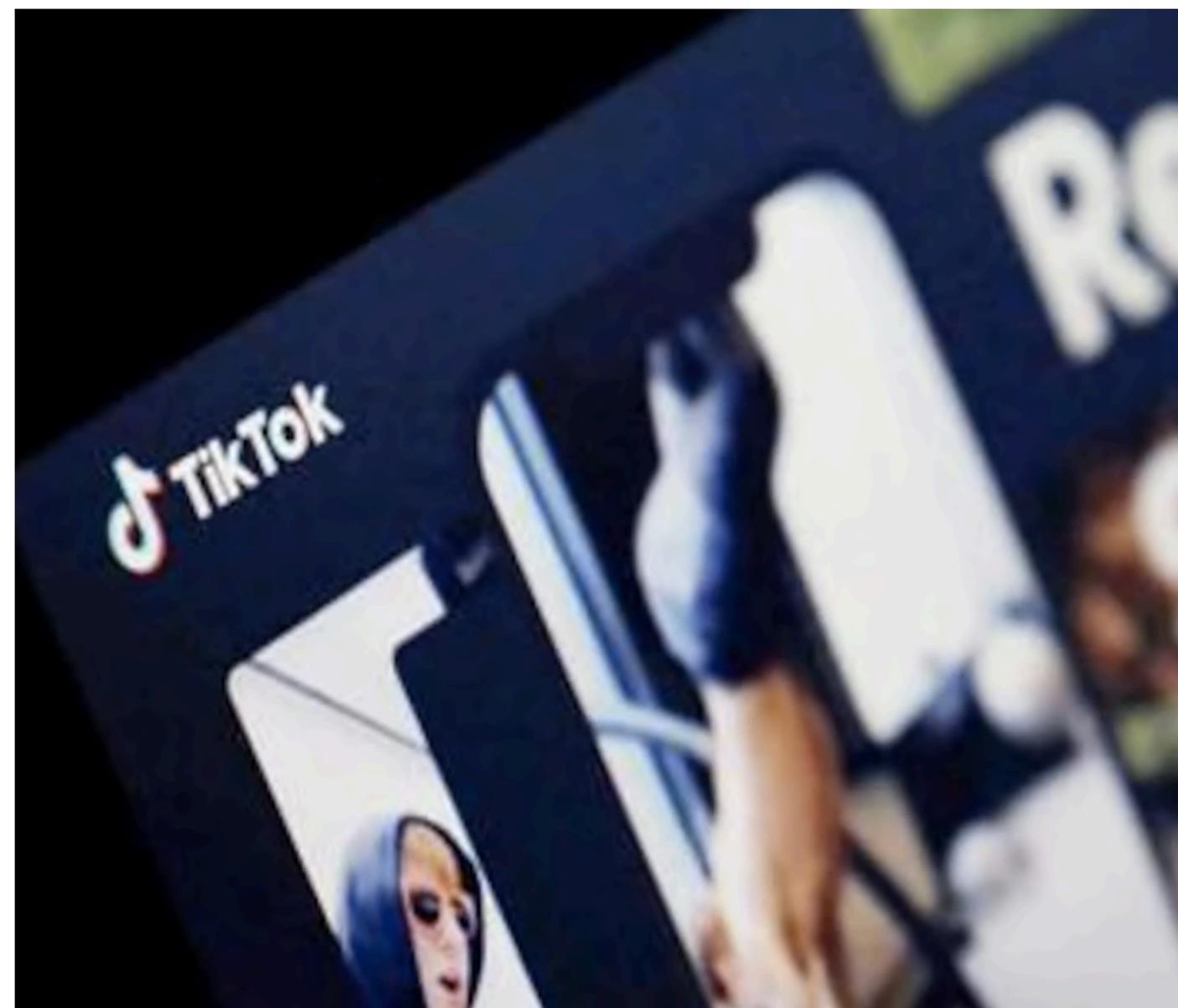
Este gigante do streaming Chinês, explodiu no cenário internacional durante a crise do Covid-19 com sua rede social de partilha de vídeos, TikTok - alcançando um mundo cheio de pessoas ansiosas por diversão e interação, enquanto estavam em casa. Em simultâneo, a rápida tomada de decisão e as parcerias colocaram a ByteDance na vanguarda do streaming de filmes e da educação on-line na China, à medida que escolas e cinemas foram forçados a fechar.

TikTok e a explosão global

- ▶ A pandemia de coronavirus levou a uma explosão internacional do uso do TikTok , consolidando-o como o mais novo fenómeno global de mídia social (1,5 bilhão de utilizadores mensais) de todo o mundo, desde médicos e enfermeiros a celebridades, compartilhando pequenos clips de si mesmos com a sincronização labial da música.

Do curto-formato ao ecrã de prata em escala

- ▶ Depois de o Covid-19 ter forçado o fecho da maioria dos cinemas no país durante o ano novo chinês, geralmente lotados, eles fizeram uma parceria com o Huanxi Media Group para lançar o sucesso de bilheteria chinês Lost In Russia em suas plataformas de streaming
- ▶ "Lost in Rússia" alcançou o impressionante nr. 600 milhões de visualizações em poucos dias e a parceria da ByteDance com a Huanxi cresceu com o lançamento de mais títulos de filmes.'s partnership with Huanxi grew with the release of more film titles.



- ▶ Empresa tecnologia internet Chinesa
- ▶ Global (HQ: Beijing)
- ▶ 30,000 empregados
- ▶ Vendas (2019): €20b

FERRAMENTAS DE APOIO E-COMMERCE

Shopify

Essa plataforma e-comércio é apontada como uma das empresas mais bem posicionadas para desafiar o domínio da Amazon, com 1 milhão de negócios on-line e mais de 100.000 sistemas de ponto de venda. Quando o Covid-19 forçou o encerramento imediato de lojas físicas, o Shopify pôde ajudá-los a mudar rapidamente e reter as receitas cruciais de vendas perdidas.

Apoiando o comercio a usar o Low Touch

- ▶ O Shopify permitiu que muitos de seus clientes de lojas de rua mudassem para vendas on-line, usando soluções de recolha ou entrega no passeio.
- ▶ De acordo com o Shopify, os retalhistas que foram forçados a fechar suas lojas físicas foram capazes de recuperar 94% dos volumes de vendas on-line que se perderam de transações na loja.

Um conjunto versátil de ofertas para a economia Low Touch

- ▶ O Shopify não é apenas uma plataforma de e-comércio, as suas várias soluções de vendas on-line e físicas oferecem flexibilidade para os retalhistas continuarem vendendo, independentemente da fase do confinamento.
- ▶ Eles lançaram recentemente o Shop, uma nova aplicação de compras orientada para o consumidor, que permite que os consumidores acessem a um "feed" de pesquisa de produtos dos seus vendedores - em concorrência direta com a Amazon.



- ▶ Plataforma de E-commerce
- ▶ Global (HQ: Canada)
- ▶ 5,000+ Empregados
- ▶ Vendas (2019): €1.5bn

COMIDA SAUDÁVEL ENTREGAS AO DOMICILIO

Panera Bread

Essa cadeia de restaurantes respondeu rapidamente à crise do Covid-19, introduzindo várias redesigns no seu modelo de negócios. Poder-se-á tornar uma das maiores marcas capazes de mudar com sucesso, para um novo formato, pronto para uma economia de Low Touch

Canais de distribuição Low Touch

- ▶ No verão passado, associaram-se ao canal digital Grubhub para fornecer entregas "contactless" em menos de uma hora.
- ▶ Introdução de colecta de rua
- ▶ E-commerce já representava 50% das suas receitas

Foco extra em saúde e segurança

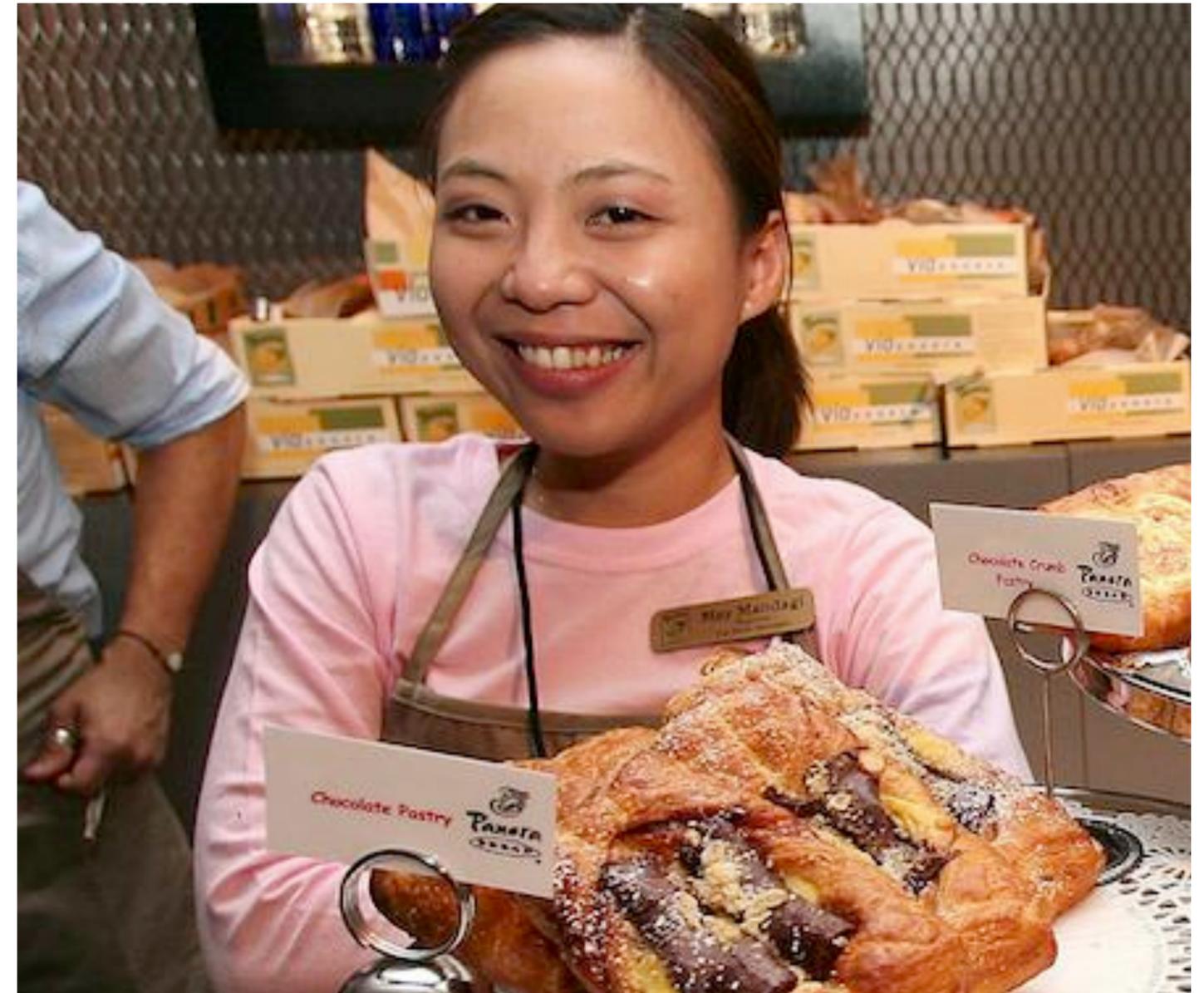
- ▶ O bem-estar tornar-se-á cada vez mais importante (a marca está associada a alimentos frescos)
- ▶ Novas verificações de temperatura para funcionários
- ▶ Atualizações de design de interiores (por exemplo, acrílico)

Novo vertical (novo mercado)

- ▶ Entrega de mantimentos básicos com base nas suas ofertas de produtos existentes (produtos frescos, laticínios, pão e bagels)
- ▶ CEO quer manter essa linha de negócios após a crise

Ir mais longe

- ▶ Eles pretendem fornecer 500.000 refeições a crianças e famílias em abrigos



- ▶ Bakery cafe/cadeia restaurantes "casual" 2000 lojas (US, CA)
- ▶ 50,000 empregados Vendas (2019): \$5.7bn

EXERCÍCIOS SEGUROS EM CASA

Peloton

Esta empresa de exercícios em casa não poderia prever que a maioria dos ginásios seria obrigada a fechar na maior parte do mundo, colocando-a numa posição privilegiada para pessoas que procuram opções de ginásio em casa. Não é garantido que o seu sucesso seja sustentável depois das restrições, mas já são quase um milhão de inscritos, que colocaram a Peloton numa posição excelente.

Crescimento constante de downloads de aplicativos e vendas de hardware

- ▶ Desde o Covid-19, o número de subscrições de fitness da Peloton quase duplicou para 886,000. Em apenas 6 semanas 1.1m pessoas descarregaram a app Digital da Peloton.
- ▶ Em Março, eles anunciaram que iriam oferecer um período de 90-dias para exercícios em casa que não implicavam a compra da bicicleta Peloton de \$2,245 ou o tapete de \$4,295.

Bem posicionado para totalmente remoto

- ▶ Incapacitados de oferecer aulas ao vivo nos seus próprios estúdios, a empresa passou a oferecer aulas de exercícios em casa, transmitidas ao vivo das casas dos instrutores.
- ▶ Seu maior desafio foi tentar responder a procura e entregar o equipamento físico aos clientes com rapidez suficiente.
- ▶ Os ganhos do primeiro trimestre aumentaram 66%



- ▶ Equipamentos de exercício e media
- ▶ Global (HQ: New York)
- ▶ 1,800+ empregados
- ▶ Vendas (2020 expected): \$1.6bn

ALTERNATIVAS PARA A CADEIA DE FORNECIMENTO SOB PRESSÃO

Beyond Meat

Esse produtor de "carne" à base de plantas é líder num pacote crescente de alternativas a carne. Depois de anos a desenvolver assuas próprias receitas "quase reais", o coronavirus apresentou o momento perfeito para ganhar terreno enquanto se instala uma crise na cadeia de fornecimento de carne nos EUA. Com o dobro das margens de lucro e sem a bagagem relacionada ao clima e à crueldade animal dos produtores tradicionais de carne, a Beyond Meat está pronta para atacar.

Uma marca e um produto para o futuro, prontos para avançar

- ▶ Beyond Meat estão-se a posicionar para substituir os produtores tradicionais de carne.
- ▶ À medida que a aversão pública pelos mercados de carne (como a de Wuhan), a crueldade animal e a inação climática aumentam, eles estão a entrar para oferecer aos consumidores uma alternativa positiva.

A escassez de carne representa uma oportunidade de ouro

- ▶ O coronavirus sabotou as cadeias de fornecimento agrícola dos EUA e a capacidade de produção. Levando a aumentos de preços no atacado de carne de até € 30.
- ▶ A Beyond Meat planeja usar essa janela para introduzir os seus produtos a novos consumidores, com descontos agressivos na loja e promoções especiais com parceiros de serviço rápido de restaurantes.



- ▶ Produtos alimentares Vegan
- ▶ Worldwide (HQ: El Segundo, US)
- ▶ 400 Empregados
- ▶ Vendas (2019): \$298M)

Baseado na sua avaliação, consegue adaptar a sua estratégia?

GRAVIDADE E DURAÇÃO DO IMPACTO ECONÓMICO
Previsão do PIB / Evolução pandémica / Política económica

IMPACTO NA SUA ORGANIZAÇÃO

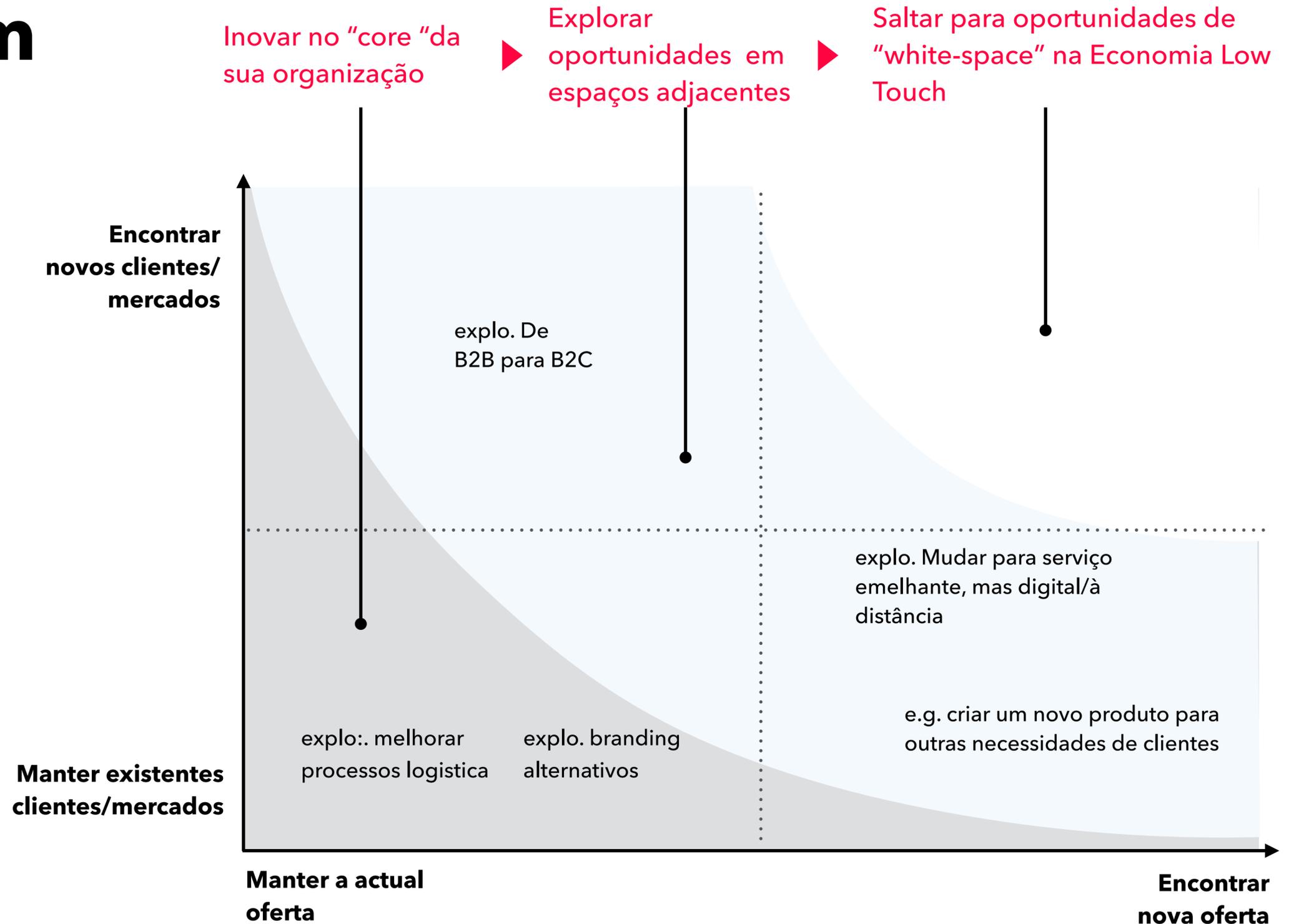
Impacto Directo do Covid-19 / Impacto indirecto da recessão económica / Capacidade de rápida adaptação

	Positivo Crescimento de receitas pelo aumento procura <i>expl. E-commerce</i>	Ligeiramente negativo Perda de receita sustentada de 0-15% no	Sério Perda de receita sustentada de 15 a 50% no <i>expl. Óleo e gás</i>	Catastrófico Perda de receita sustentada de + 50% no Q2-4 2020 <i>expl.: Turismo</i>
Impacto a 0.5-anos <i>V-curva</i> recuperação: Controlo efectivo da pandemia e incentivo económico	Na crista da onda aumentar a oferta p acompanhar o aume da procura	Nessa situação, são necessários caminhos alternativos de crescimento. Veja os capítulos 3 e 4		e prepare-se recuperação lenta de normal
Impacto de 1.5 anos Retoma <i>U-curva</i> : Medidas de distanciamento social prolongadas, incentivos económicos minimizam estragos	Impulsione o crescimento e cota de mercado	Defenda, melhore a posição competitiva e encontre novo crescimento	Pivotar através da inovação orgânica e do crescimento inorgânico ou desinvestir	Pivotar através da inovação orgânica e do crescimento inorgânico ou desinvestir
Impacto a 3 anos Retoma <i>L-curva</i> : Controlo da Pandemia falhou, falências generalizadas e créditos mal-parados	Impulso agressivo para o crescimento e cota de mercado	Defenda, melhore a posição competitiva e encontre novo crescimento	Prepare-se para novos concorrentes agressivos. Reinventar e criar uma posição totalmente nova ou abandonar	Última estratégia de sobrevivência ou abandonar o mercado

Oportunidades em diferentes níveis

Dependendo da sua situação e opção estratégica, você terá uma estratégia de inovação diferente. Quando sua prioridade é melhorar o "core" da sua organização, você pode começar por copiar soluções de outros players e pioneiros no mercado.

No entanto, se precisar fazer uma mudança mais ambiciosa, potencialmente num novo e "white space", precisará operar com maior incerteza. Certifique-se que vai validar múltiplas ideias em paralelo para aumentar a taxa de sucesso.



Construir uma estratégia vencedora em 3 dias



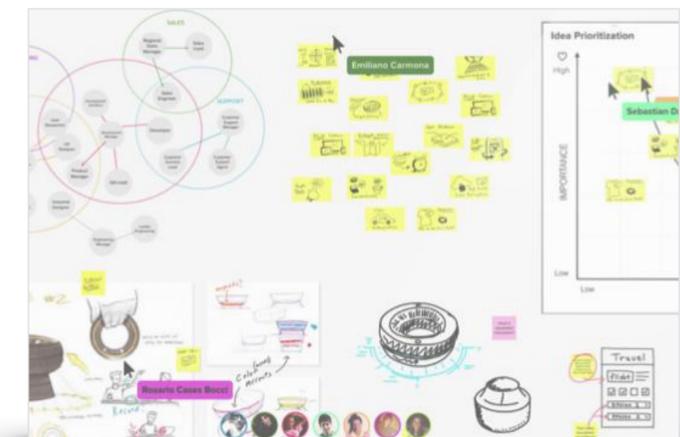
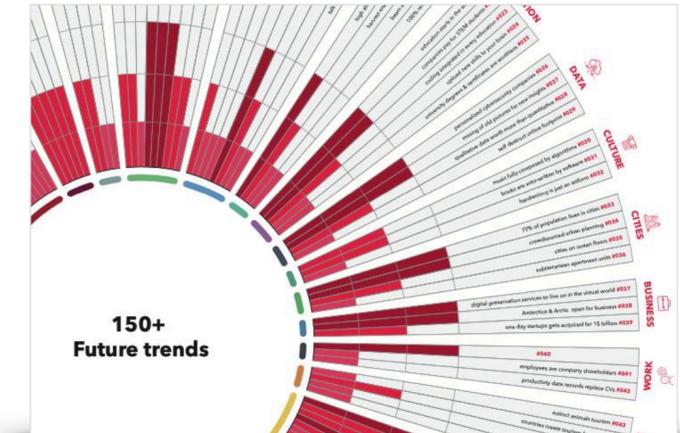
- ▶ Escolha de stakeholder
- ▶ Pesquisa de industria/sector
- ▶ Mapear possíveis futuros

3x 0.5 dias
workshops estrategia à
distancia

Partilha &
sessão de
alinhamento

STRATEGY SPRINT:
Low Touch Economy
3 dias ao longo de 10 dias

- ▶ **Objetivo:** alinhar sua equipe de liderança em 10 dias - 100% à distância. Definir prioridades estratégicas na Economia Low Touch. Descobrir potenciais caminhos de crescimento e "white spaces" para desenvolver os negócios.
- ▶ **Resultado:** Visão e orientação claras para navegar os próximos meses difíceis. Iniciativas estratégicas para atacar com "road-maps" claros para cada conceito (nova oferta / pivô /...) e adesão ao nível superior a todas as iniciativas.



 **Converse com um especialista**



PHILIPS



ING



Capitulos

1. O que é a Low Touch Economy?

- O estado do "Novo Normal"

2. Adaptar a estratégia da sua organização

- Framework para impacto e estratégia

3. As oportunidades para crescimento curto-prazo

- Copiar as soluções dos pioneiros

4. As oportunidades de longo-prazo: novos "white spaces"

- Explorar modelos de negocio "pivots"

5. O futuro dos X

- 10 perspectivas de peritos

Olhando para o estado atual

Olhando para o futuro



O que podem as empresas fazer para reiniciar rapidamente participar da nova Economia Low Touch?

Nesta secção, ilustraremos experiências de empresas. Se estiver a enfrentar desafios semelhantes, esses exemplos são inspirações para desenvolver sua própria solução.

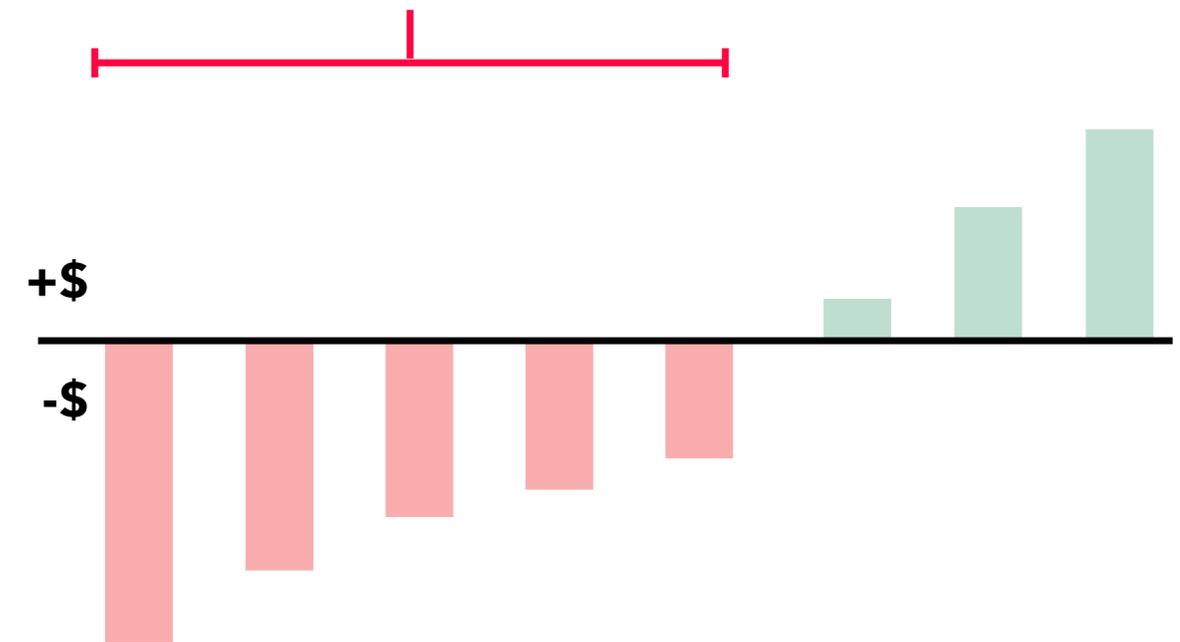
Os maiores obstáculos para as empresas agora

- > **A. Quebra das relações com os clientes**
- > **B. Abrupta quebra da procura**

Outros e/ou problemas relacionados:

- > A incerteza geral dificulta o planeamento antecipado
- > Restrições no fornecimento e produção
- > Instabilidade Política
- > Cash-flow/limitações financeiras

*Muitas empresas estão sob pressão.
O que é que têm em comum?*



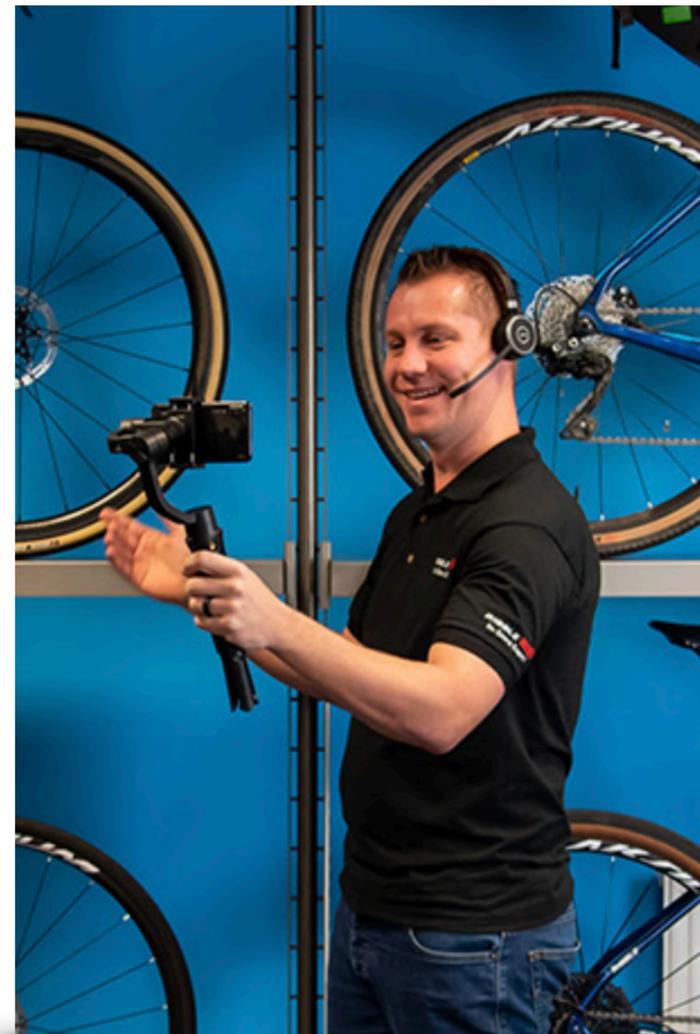
A. Causa de relação quebrada: Ponto-de-venda está inacessível

Problema

Nos contextos B2B e B2C, os clientes estão limitados a interações com os vendedores. Actualmente, o uso de um ponto de venda físico não é possível.

Soluções para copiar?

- › *Go Instore* oferece uma solução para vendedores de **retalho** que lhes permite guiar clientes a distancia via video e audio ao vivo.
- › *Matterport* ajuda **agentes imobiliários** fazerem scans fotorealisticos das propriedades para oferecer visitas virtuais
- › Enviar prototipos aos clientes para discutir via video.
- › Agir como *Warby Parker* e enviar múltiplos items ao seu cliente. Depois permitir que eles escolham, comprem, e devolvam os restantes.
- › Vendas B2B em chatbots e eventos virtuais estão a crescer



Go Instore



Matterport (real estate 3D scans)

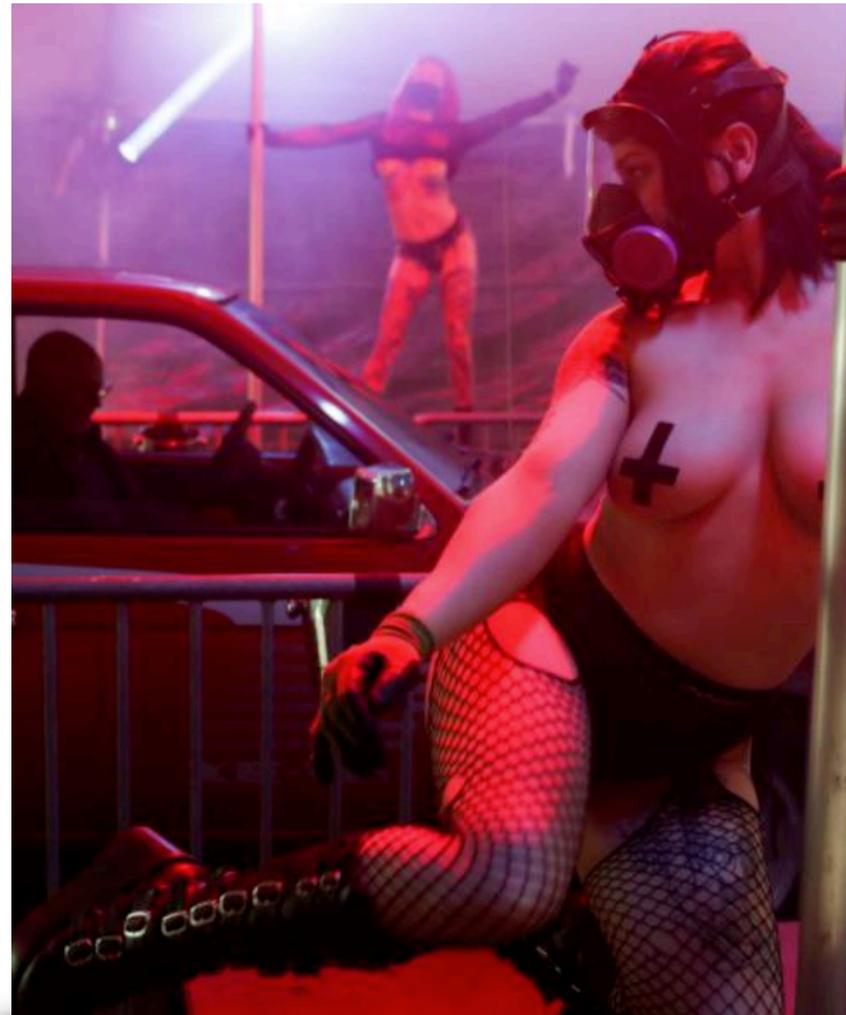
A. Causa de relação quebrada: Restrições de interação física

Problema

Para operar, muitas empresas de serviços precisam repensar como criam uma nova experiência sem ter grandes grupos de pessoas interagindo entre si.

Soluções para copiar?

- ▶ Alguns restaurantes estão mudando para servir refeições em **pequenos compartimentos** para aumentar a segurança, mantendo a experiência social.
- ▶ Os artistas estão a mudar para **actuações privadas** para um público limitado..
- ▶ **Restrições de tempo** estão a ser aplicadas limitando o tempo que um cliente pode visitar uma empresa.
- ▶ Mais modelos de **serviços drive-through** estão a surgir: clubes de strip, teatros, raves, supermercados etc.
- ▶ As empresas de **comércio** e serviços estão a adotar modelos baseados em visitas com pré-marcação.



Drive-through strip club



Isolated compartment restaurant

B. Causa de quebra na procura: Preocupações de segurança do produto

Problema

Alguns clientes terão preocupações com a segurança do uso do seu produto ou serviço. Isso só por si, pode impedir que as pessoas comprem seu produto.

Soluções para copiar?

- ▶ Os robôs usados nos hospitais para desinfetar salas com luz UV estão sendo adaptados para uso em **hotéis**.
- ▶ Painéis públicos: rastrear o status de integridade de todos os envolvidos na produção / entrega de um produto.
- ▶ Profissões que exigem contato físico próximo, como dentistas, começaram a implementar rastreios adicionais e equipamentos de proteção.
- ▶ Começam a surgir novos selos e certificados de segurança.
- ▶ Redesign do produto: materiais antivirais, descartáveis, fácil limpeza / desinfecção.

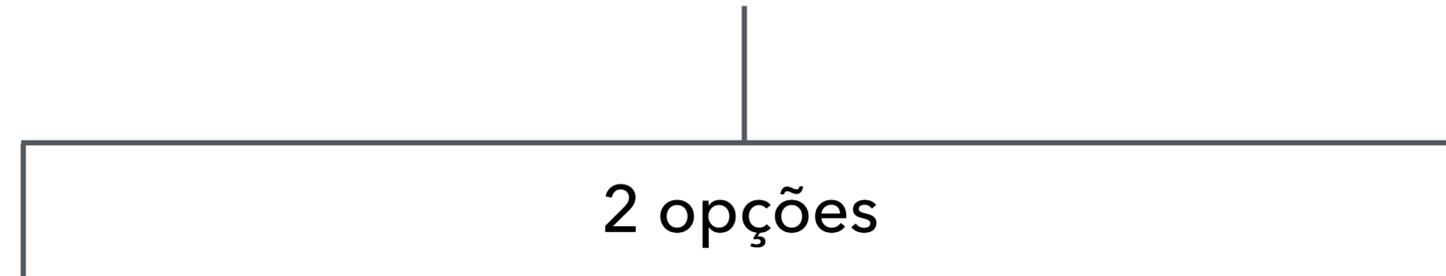


Dentist with protective shield



UV-light robot in hotel

B. Quebra na procura



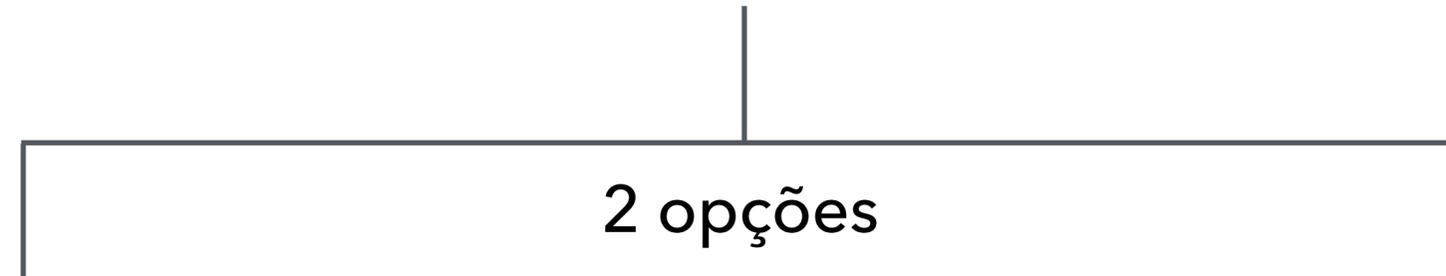
As necessidades subjacentes ainda estão lá.

- › Restaurantes e bares: As pessoas ainda precisam de socializar
- › Turismo: As pessoas continuam a precisar de relaxar, de fugas e explorar

A procura não se recupera tão cedo - as prioridades mudaram

- › Fashion: Não existe o desejo/ocasiões para se vestir melhor
- › Automóveis: Um carro novo é demasiado arriscado financeiramente

B. Quebra na procura



As necessidades subjacentes ainda estão lá.

- › Restaurantes e bares: As pessoas ainda precisam de socializar
- › Turismo: As pessoas continuam a precisar de relaxar, de fugas e explorar



Como empresa, ofereça uma solução alternativa para o mesmo "job to be done" para os seus clientes

A procura não se recupera tão cedo - as prioridades mudaram

- › Fashion: Não existe o desejo/ocasiões para se vestir melhor
- › Automóveis: Um carro novo é demasiado arriscado financeiramente

Step 1: Compreender o "job to be done" do seu cliente



"As pessoas fazem férias internacionais..."

Para desligar do trabalho		
Para conectar/proximidade família/amigos		
Para conhecer pessoas novas		
Para ter uma nova experiencia		
Para se mostrar nas redes sociais (status)		
Para aprender algo novo		
Para ser servido/para conveniencia		
Para reduzir stress		
Para pertencer a uma certo grupo/fit-in		
Para se sentir compensado pelo trabalho		

Step 2: Spot alternativas, dentro ou fora da sua industria



Dependendo dos vossos "assets", pode ser mais fácil oferecer alternativas

"As pessoas fazem ferias internacionais..."

Dentro viagem/turismo

Fora de viagem/turismo

Para desligar do trabalho

Para conectar/proximidade familia/amigos

Para conhecer pessoas novas

Para ter uma nova experiencia

Para se mostrar nas redes sociais (status)

Para aprender algo novo

Para ser servido/para conveniencia

Para reduzir stress

Para pertencer a uma certo grupo/fit-in

Para se sentir compensado pelo trabalho



stay local

Muitas agencias de turismo mudaram p experiências locais (e.g. "Van Life")



homesuitehome

Uma experiência de hotel em sua casa, incluindo concerto virtual, refeições, concierge. ([link](#))



Animal Crossing

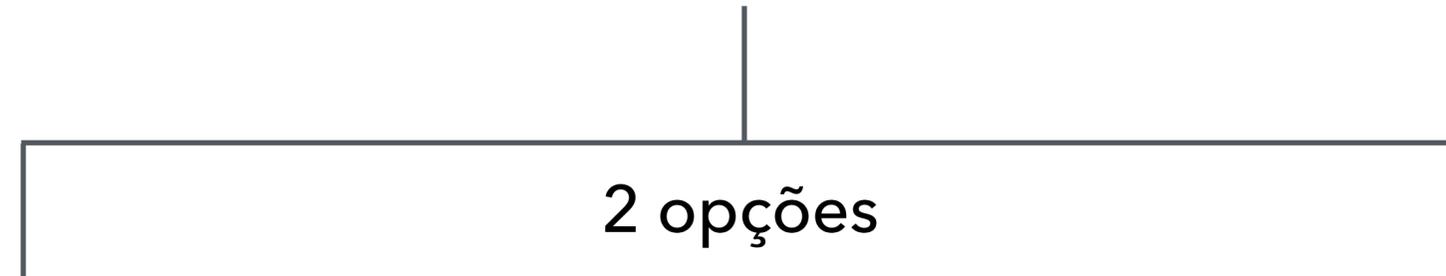
Pessoas a mudarem para jogos e streaming para desligar



UPCOMING
Mental Empowerment Retreats

Em vez de resorts bem-estar, oferecem virtual relaxation sessions.

B. Quebra na procura



As necessidades subjacentes ainda estão lá.

- › Restaurantes e bares: As pessoas ainda precisam de socializar
- › Turismo: As pessoas continuam a precisar de relaxar, de fugas e explorar



Como empresa, ofereça uma solução alternativa para o mesmo "job to be done" para os seus clientes

A procura não se recupera tão cedo - as prioridades mudaram

- › Fashion: Não existe o desejo/ocasiões para se vestir melhor
- › Automóveis: Um carro novo é demasiado arriscado financeiramente

Como empresa, poderá optar por mudar-se para **novo segmento de clientes/ou novo produto (explorar "white space")**

Capitulos

1. O que é a Low Touch Economy?

- O estado do "Novo Normal"

2. Adaptar a estratégia da sua organização

- Framework para impacto e estratégia

3. As oportunidades para crescimento curto-prazo

- Copiar as soluções dos pioneiros

4. As oportunidades de longo-prazo: novos "white spaces"

- Explorar modelos de negocio "pivots"

5. O futuro dos X

- 10 perspectivas de peritos

Olhando para o estado atual

Olhando para o futuro



Uma redefinição forçada para a nossa sociedade é a oportunidade perfeita para explorar novas áreas de crescimento!

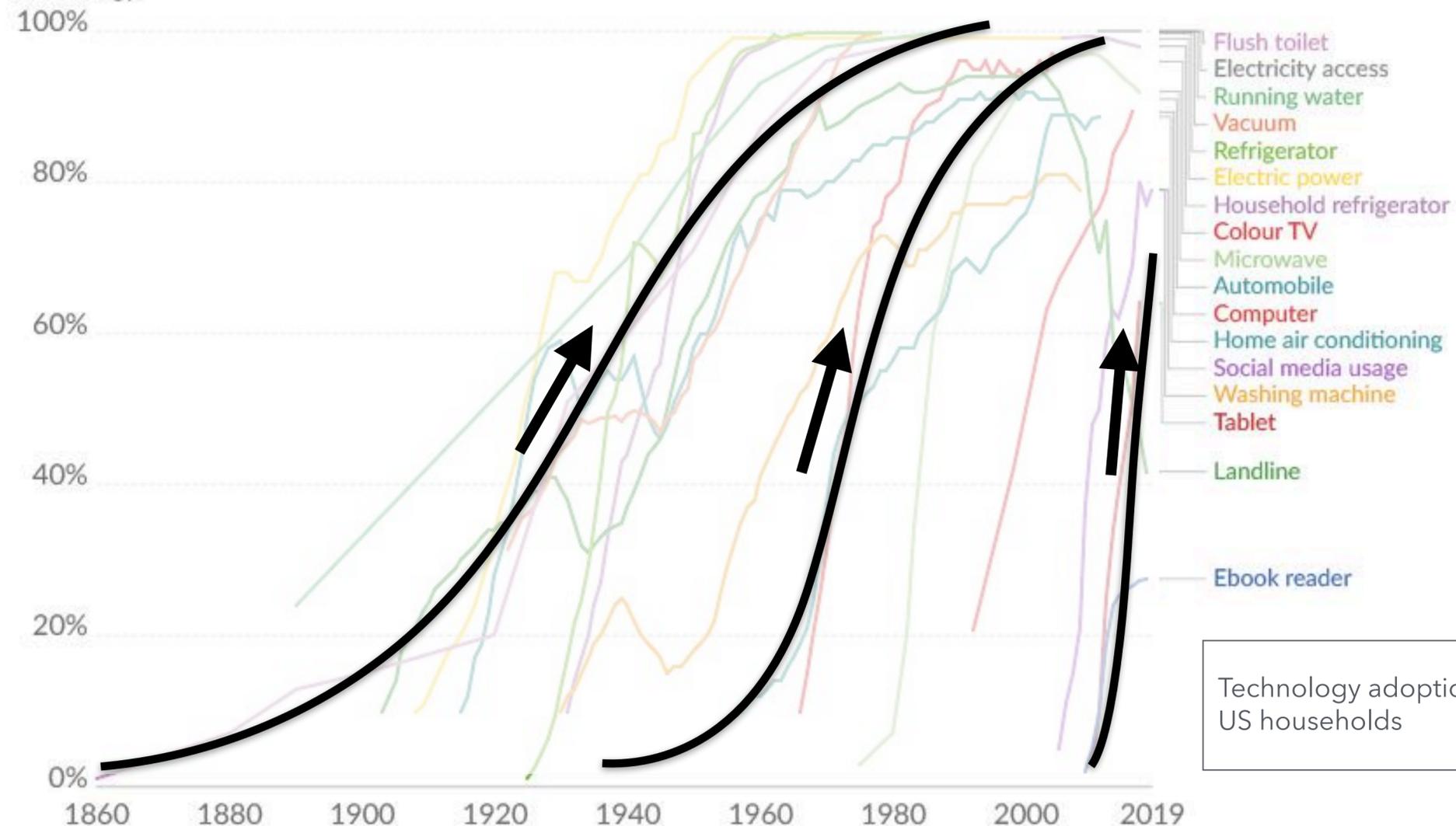
Mudanças de comportamento, nova regulamentação, adoção acelerada de tecnologia - é o momento que os inovadores esperam.

Nas últimas décadas, as curvas de adoção de produtos ficaram mais íngremes

Technology adoption in US households

Technology adoption rates, measured as the percentage of households in the United States using a particular technology.

Our World
in Data



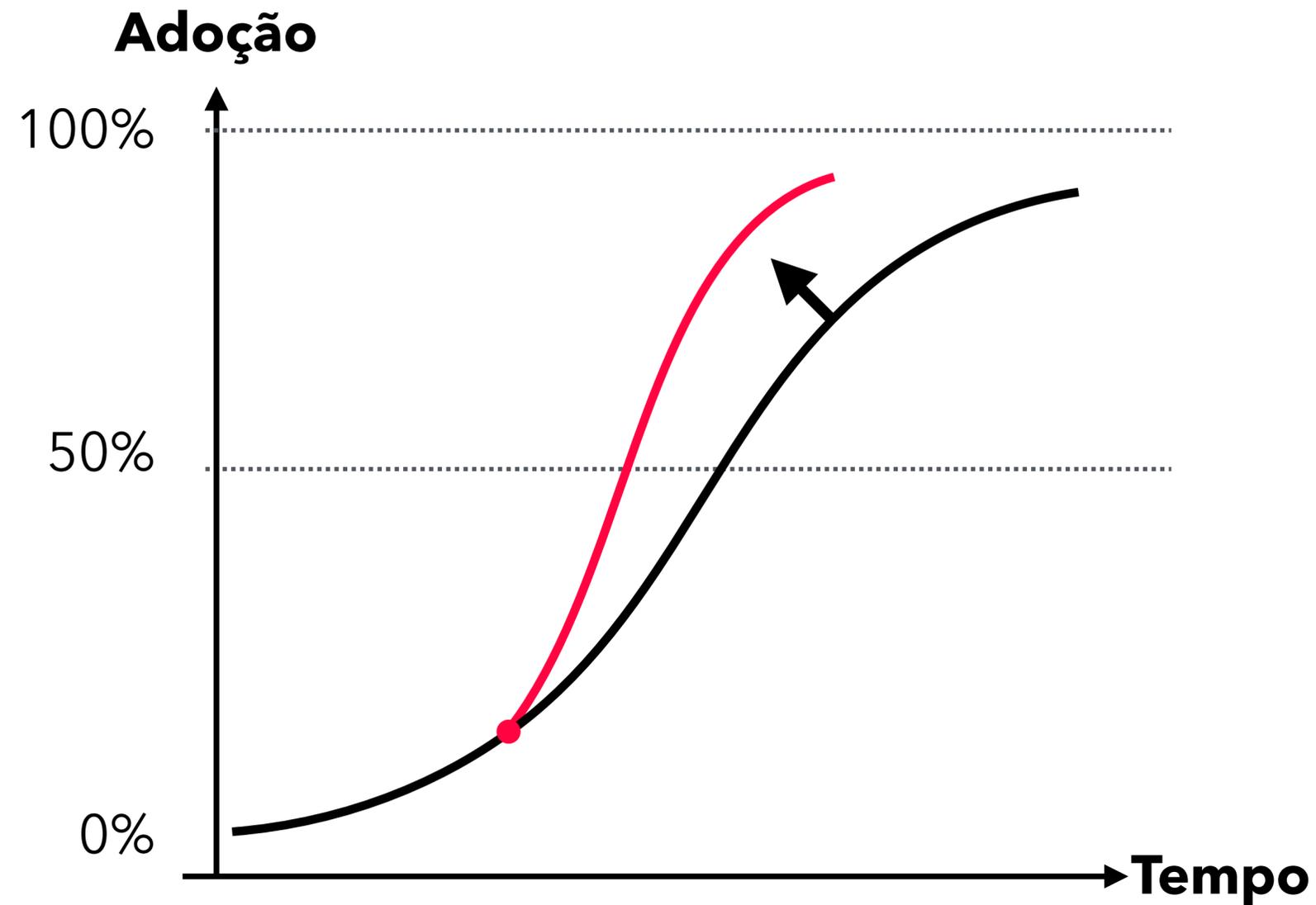
Source: Comin and Hobijn (2004) and others

Note: See the sources tab for definitions of household adoption, or adoption rates, by technology type.

OurWorldInData.org/technology-adoption/ • CC BY

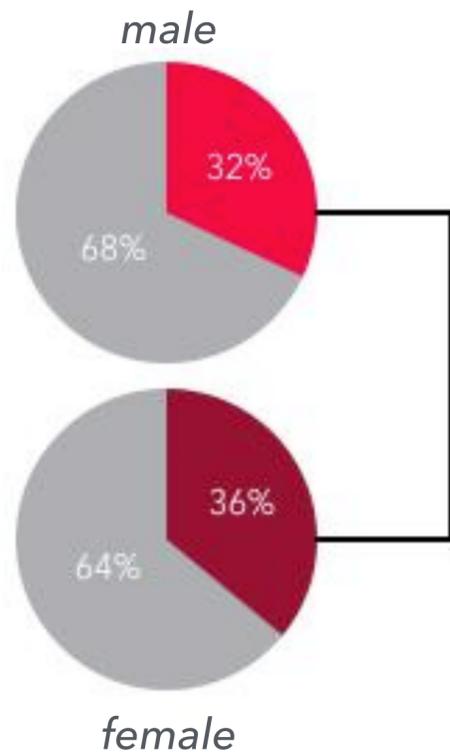
A taxa de adoção de produtos acelerou há décadas. Estamos tão conectados hoje, que uma inovação com sucesso espalha-se pelo mundo numa questão de dias.

Agora mais do que nunca



Em apenas 2-3 meses, o mundo adotou rapidamente uma série de novos hábitos. Isso levou a uma gama de produtos, ampliar a sua base de clientes rapidamente. As curvas de adoção pareciam quase verticais.

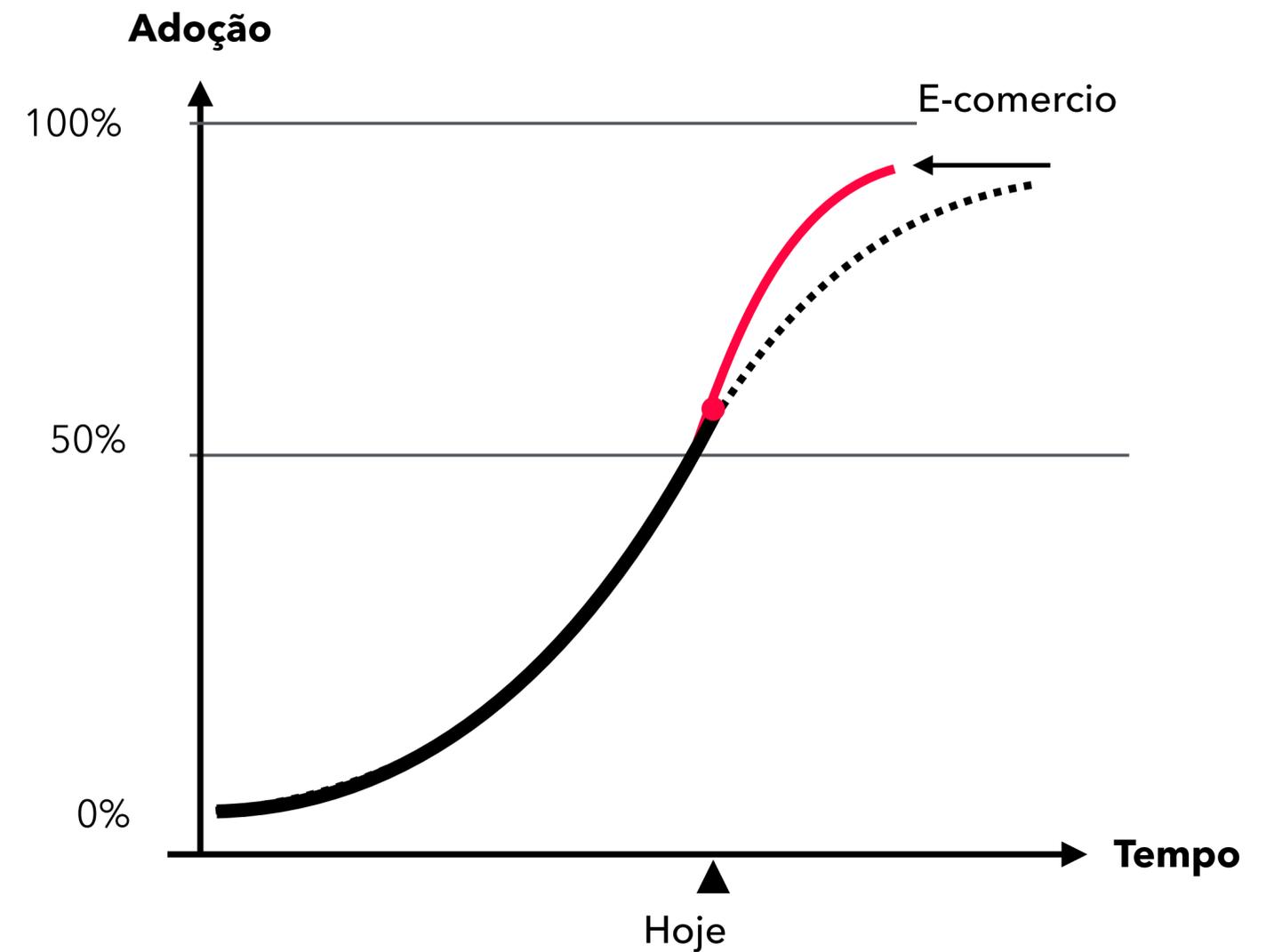
Exemplo: maioria tardia alcança o e-comércio



Mais de 1/3 das pessoas nunca fizeram compras on-line pré-pandemia (US DATA)

25% destas pessoas são agora compradores online

source: statistica.com n=2200, March 24-26 2020



Exemplo: E-saude já não é só para "early adopters"

BREAKING | 21,661 views | Apr 2, 2020, 05:33pm EDT

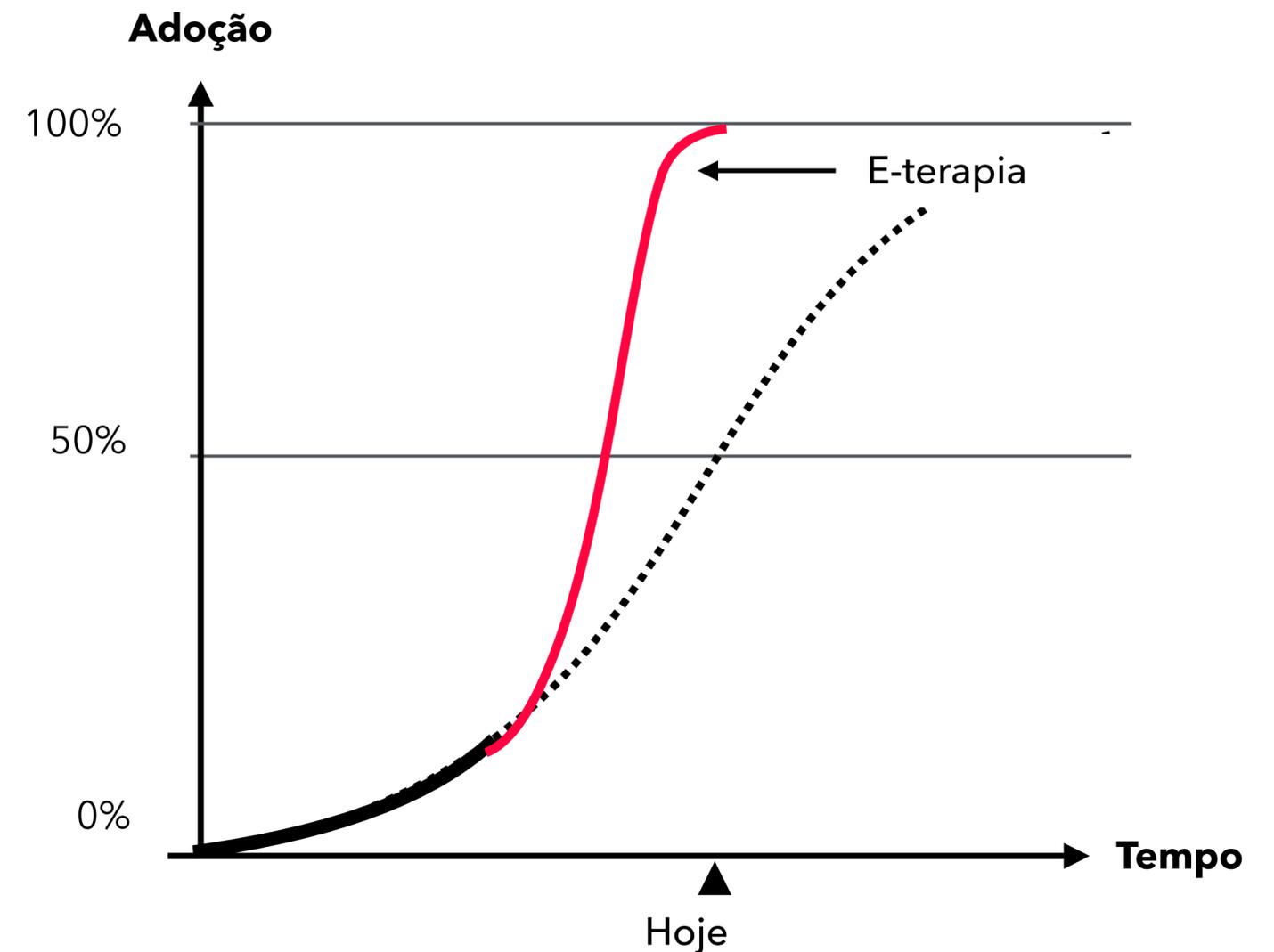
Coronavirus: 36% Of Americans Say Pandemic Has Made A 'Serious Impact' On Their Mental Health



Carlie Porterfield Forbes Staff
Business
I cover breaking news.

- 36% of Americans told an [American Psychiatric Association](#) poll that the pandemic has had a serious impact on their mental health, and according to a [PiplSay](#) poll, 31% of Americans say they're sleeping less because of coronavirus-related anxiety.
- As people self-quarantine, remote therapy services like [Talkspace](#) and [Brightside](#) have seen an increase in demand— Talkspace told Bloomberg it experienced a **65% increase** in customers since mid February and Brightside has seen a **50% increase** in new users since the start of the year.

source: Forbes.com Apr 2, 2020



Mantenha os novos hábitos debaixo de olho (como estes) para compreender a onde emergem os “white spaces”.



Pagamentos **Contactless** já subiram 40% (de acordo com Mastercard, Abril 30)



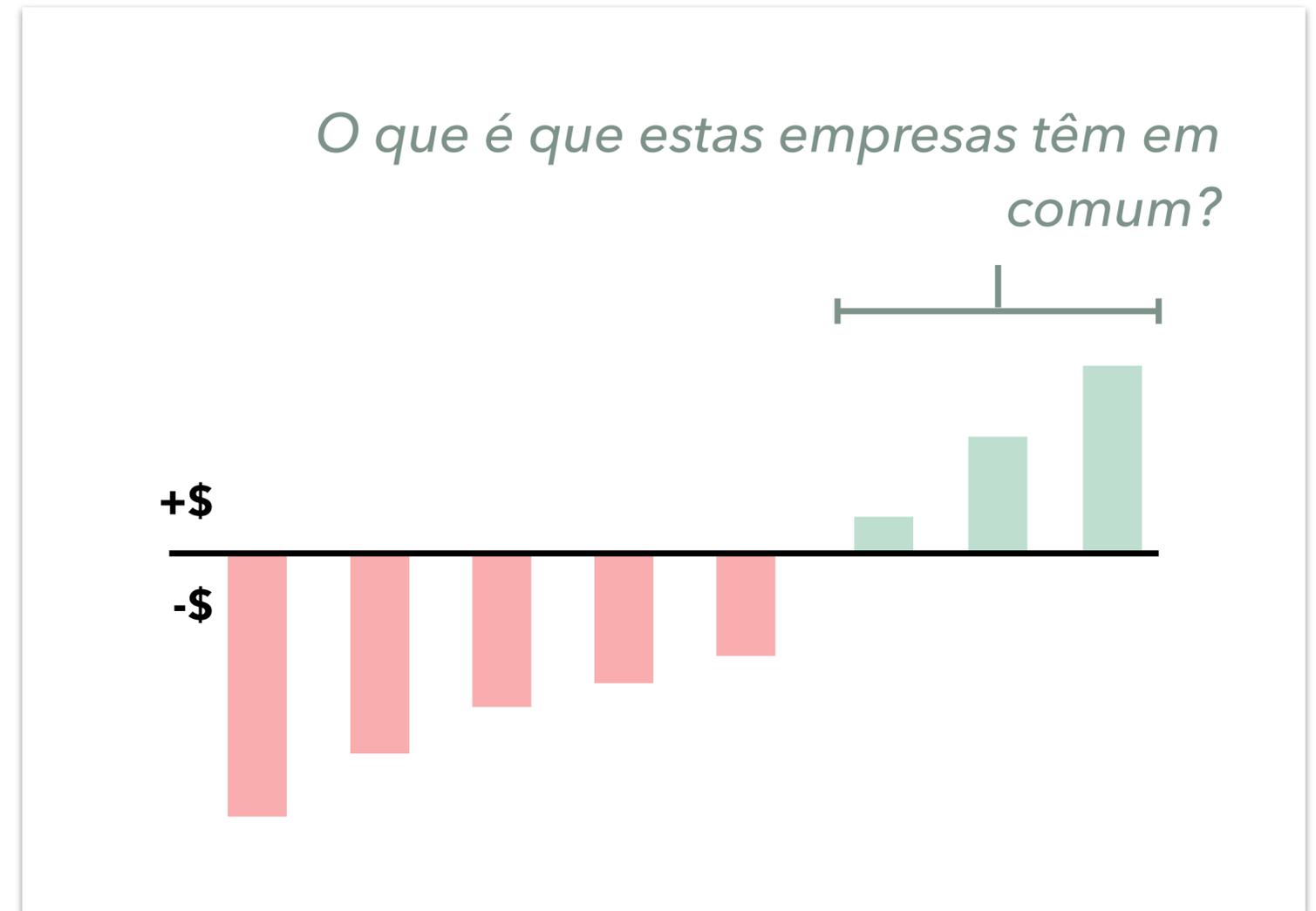
Muitas pessoas mudaram **lifestyles Saudáveis** - quase 45% dos cidadãos do EUA começaram a cozinhar em casa usando ingredientes Saudáveis. ([fonte](#)). O uso de apps de yoga, meditação, e mindfulness aumentou



Pessoas começaram a investir em **e-bikes** para uso recreativo e como alternativa mais segura ao transporte público. [VanMoof](#) (marca de e-bike) verificou um aumento global de vendas de 48% enquanto na Grã Bretanha as vendas aumentaram em 184% entre Fev e Abril.

Novos hábitos são apenas 1 razão pela qual empresas estão a ganhar.

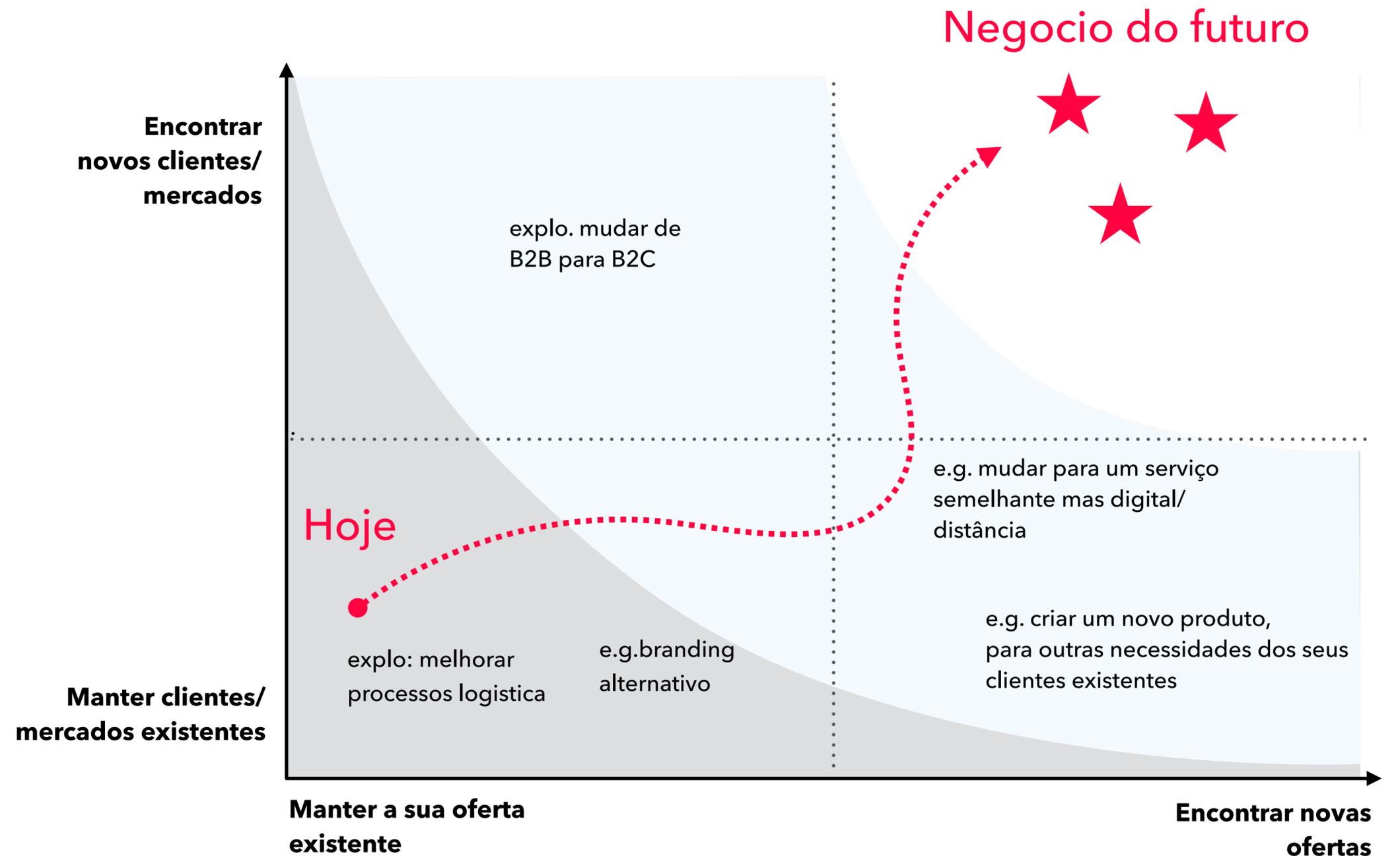
- > Algumas empresas já estavam concebidas para a Economia Low Touch
- > Poderá copiar aspectos destes modelos de negocio para assegurar a sua parte noutro mercado?



Oportunidades de negócio a diferentes níveis

Se você quer/precisa de se afastar do seu negócio principal, acabará provavelmente com um **modelo de negócios diferente**. Se a velocidade for crítica, deve considerar **aquisições** em "white spaces"

Na próxima secção, ilustramos **6 formas de encontrar "white spaces"**.



Como outros "pivotaram" para fora do "core business"

De (antigo negocio)		Pivotaram para (novo negocio)		Canal	Mercado	Oferta
	Sua linha de negócios de "canhões de neve" estava programada para ver uma longa queda de procura, por isso a <u>EmiControls</u> teve que encontrar novas areas de mercado		Foram capazes de modificar o seu próprio produto e encontraram uma nova procura: desinfecção de grandes espaços exteriores	SEMELHANTE	NOVO	REDESIGN
	<u>Intelligence Industrielle</u> geralmente oferece sensores e painéis industriais de IoT para rastrear máquinas em locais industriais.		Agora oferecem sinais interactivos e soluções de control de multidões para farmacêuticas e retalho.	NOVO	NOVO	SEMELHANTE
	A queda de moda para turismo levou a marca de fatos de banho Granadilla a um novo caminho		<u>Granadilla</u> está agora a levar todo o seu marketing para novas linhas de mercado: venda de caixas de comida saudável via e-commerce.	SEMELHANTE	SEMELHANTE	NOVO
	Vai haver menos procura para cabines de telefone privadas em escritórios abertos uma vez que as pessoas vão continuar a trabalhar em casa		<u>room.com</u> está a explorar outros mercados e o redesign do seu produto. Cabines de testagem seguras para pessoal medico é uma das suas areas de crescimento.	REDESIGN	NOVO	NOVO
	Offline workshops de arte e team-building irão demorar tempo a retomar		<u>ArtNight</u> mudou totalmente e passou a oferecer cursos de arte online	NOVO	REDESIGN	SEMELHANTE

Caso: PepsiCo

Raramente as grandes corporações fazem “pivotagem” total - adaptam-se.

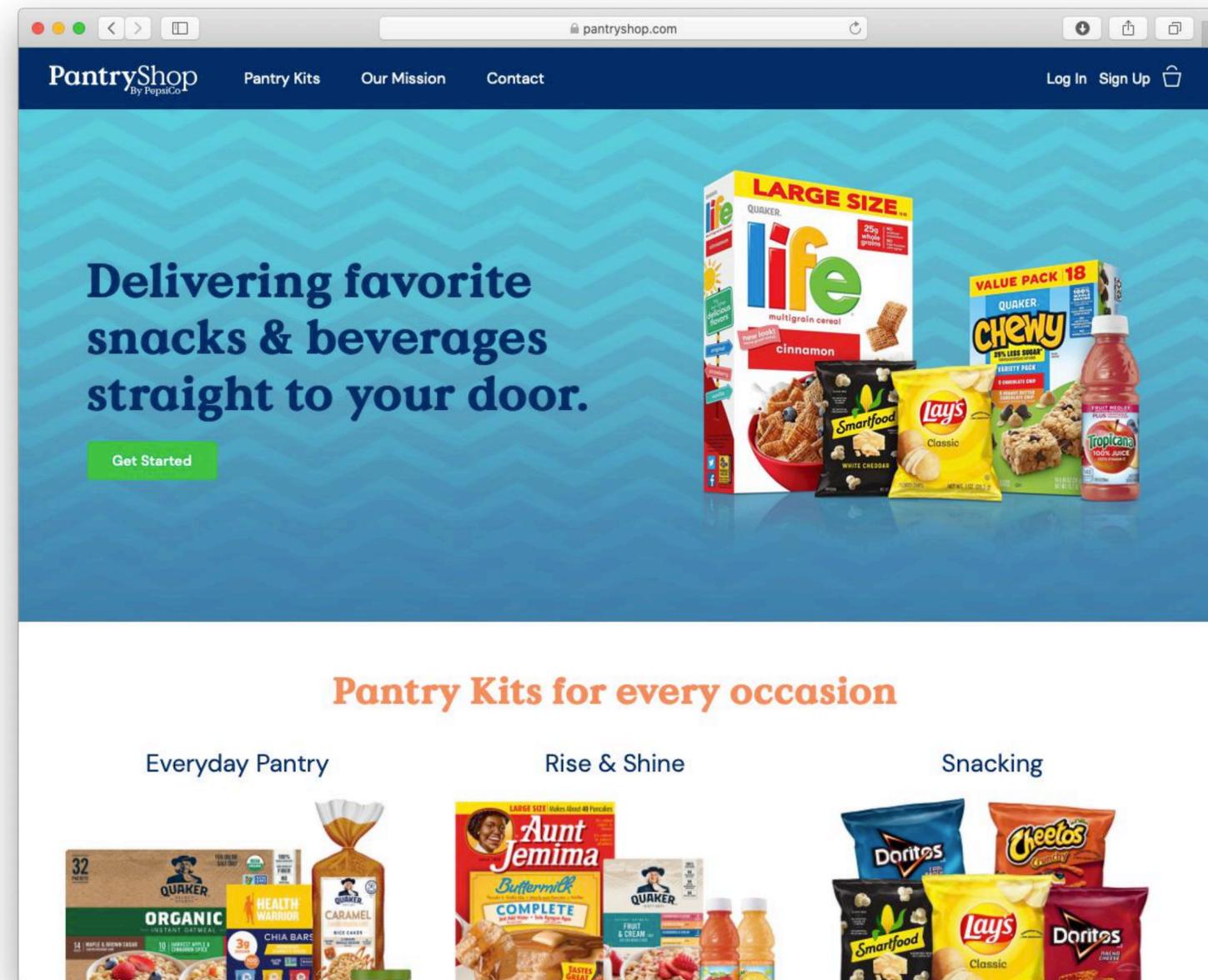
Em geral, descobrimos que quanto maior forem as empresas, mais lenta é a sua resposta a mudanças de mercado. Mas há exceções.

PepsiCo, por exemplo, compreendeu que o consumo de alimentos em casa continuaria com níveis muito altos por um período mais longo. **Por isso, em menos de 30 dias, desenvolveram duas novas plataformas dirigidas ao consumidor**

final: [Pantryshop.com](https://pantryshop.com) e [Snacks.com](https://snacks.com). Na primeira plataforma os consumidores podem encomendar pacotes especiais de produtos “top selling” de marcas PepsiCo’s - Quaker, Gatorade, SunChips, e Tropicana. Enquanto Snacks.com, não surpreendentemente é uma e-loja para snacks.

Para novas iniciativas como estas, criar/montar uma plataforma web directa ao consumidor é a parte mais fácil. O desenvolvimento da cadeia de fornecimento e a navegação dentro das politics internas numa grande organização é que é o verdadeiro desafio.

Nos próximos dois meses, esperamos observar mais grandes corporações lançarem múltiplas experiências, enquanto tentam explorar as necessidades emergentes do mercado.



Lista publica de mudanças de Business Model

Read first: Excluded from list
- Pivots that are focused on temporary pivots (e.g. pivots to making masks, sanitizers, drugs...)
- temporary marketing and/or charity campaigns

Pivot summary (max 35 words)

Country	Description	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35
IL	Up Hotel Agency offers a hotel booking system. They launched a new brand to bring a hotel experience to your home.(service includes remote concert, concierge, curated box with local products)	n	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y
US	Restaurant bookings services switches to time slot reservations for retail/supermarkets.	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y
UK	SXS Events is a production company for large events. Their video production experience made them switch to online education. They now help with video production of e-courses.	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y
AU	Normally supports pop-up bars at events. They used their liquor license to sell & deliver alcohol.	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y
UK	Booking agencies for musicians/artists switched to online booking of personalised music messages.	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y
GE	From offline Art Workshops to online art courses	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y
TR	From online apparel for men, now adding new product lines (cleaning, some grocery items...)	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y
US	From selling sandwiches switching to online selling of basic grocery items (milk, bread...)	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y
AU	Stagekings normally build stages for large events. Switched to providing standing desks to support working from home	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y
	the SnapBar normally provides photo booths to events. Switched to gift boxes for small local	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y
	switches from hotels to social distancing services to get restaurants up	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y
	to offices now switching to serving to families.	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y
	& delivery solutions	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y
	and music messages.	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y	y

Pesquisa +50 business model que pivotaram no nosso Google Sheet aberto

6 gatilhos de diferentes "white-space" na Economia Low Touch

Gatilho (Trigger)	Relevância para a Economia Low Touch
1. Mudanças na Indústria Cadeias de fornecimento, entrada de novas entidades no mercado...	Alta
2. Novas leis Obstáculos legais removidos podem abrir novos mercados.	Media
3. Novos comportamentos consumidores Quando pessoas mudam comportamentos encontram novas necessidades	Alta
4. Mudanças na sociedade Alterações demográficas, novas normas e valores.	Alta (mas mais lenta)
5. Novas Tecnologias Quando se torna mais fácil resolver problemas específicos.	Baixa
6. Acessos a novos recursos Acesso a Network, novos "assets", novas parcerias...	Baixa



Esperamos a corrida ao ouro a novas oportunidades por:

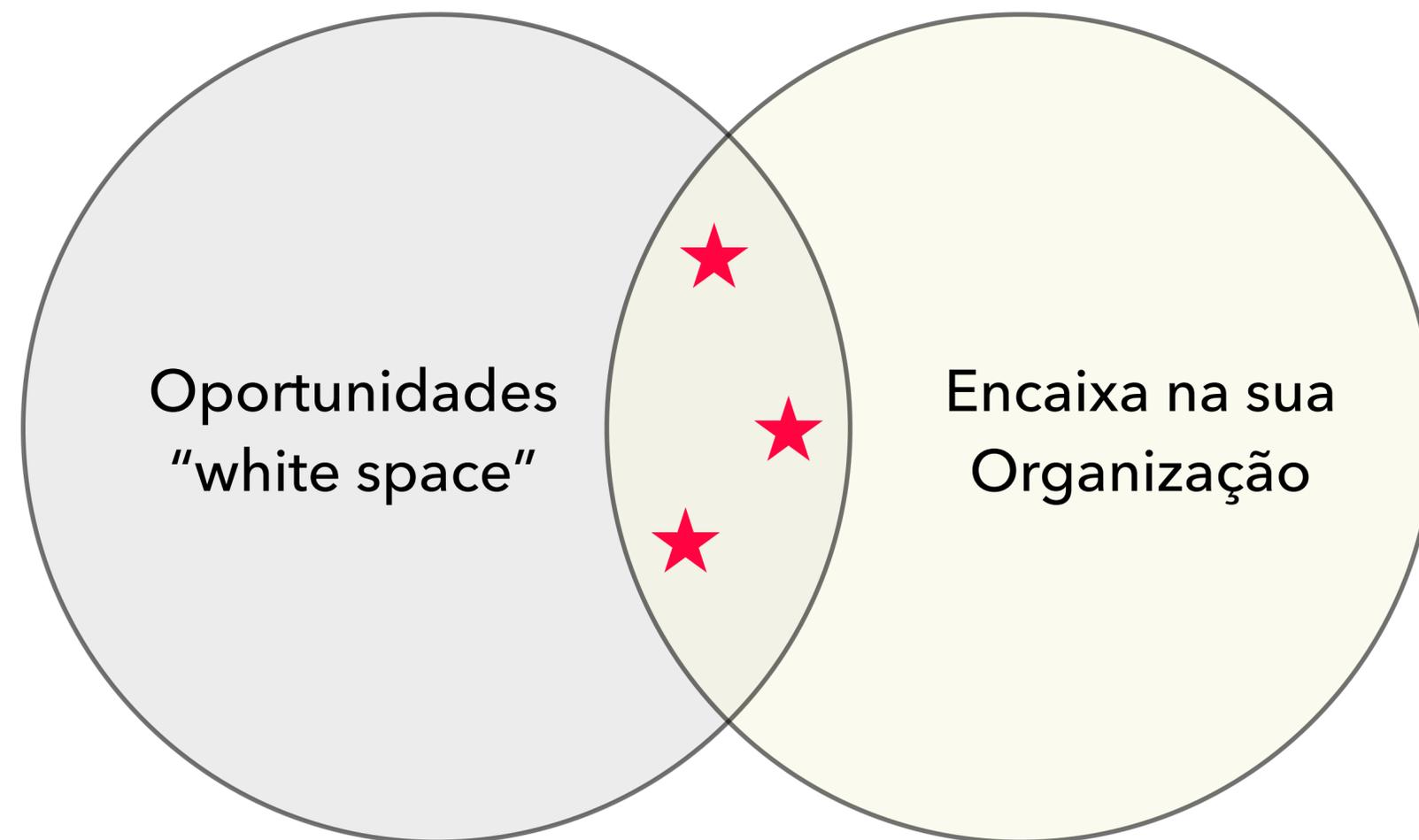
- Empresas oportunistas com os "assets" certos (estão na linha da frente)
- Empresas afetadas pela crise (precisam sobreviver)
- Novos desenvolvimentos criados para entrar num mercado novo

Encaixa na sua empresa?

- ▶ Antes de entrar numa nova oportunidade, é preciso **verificar se se encaixa na sua empresa.**

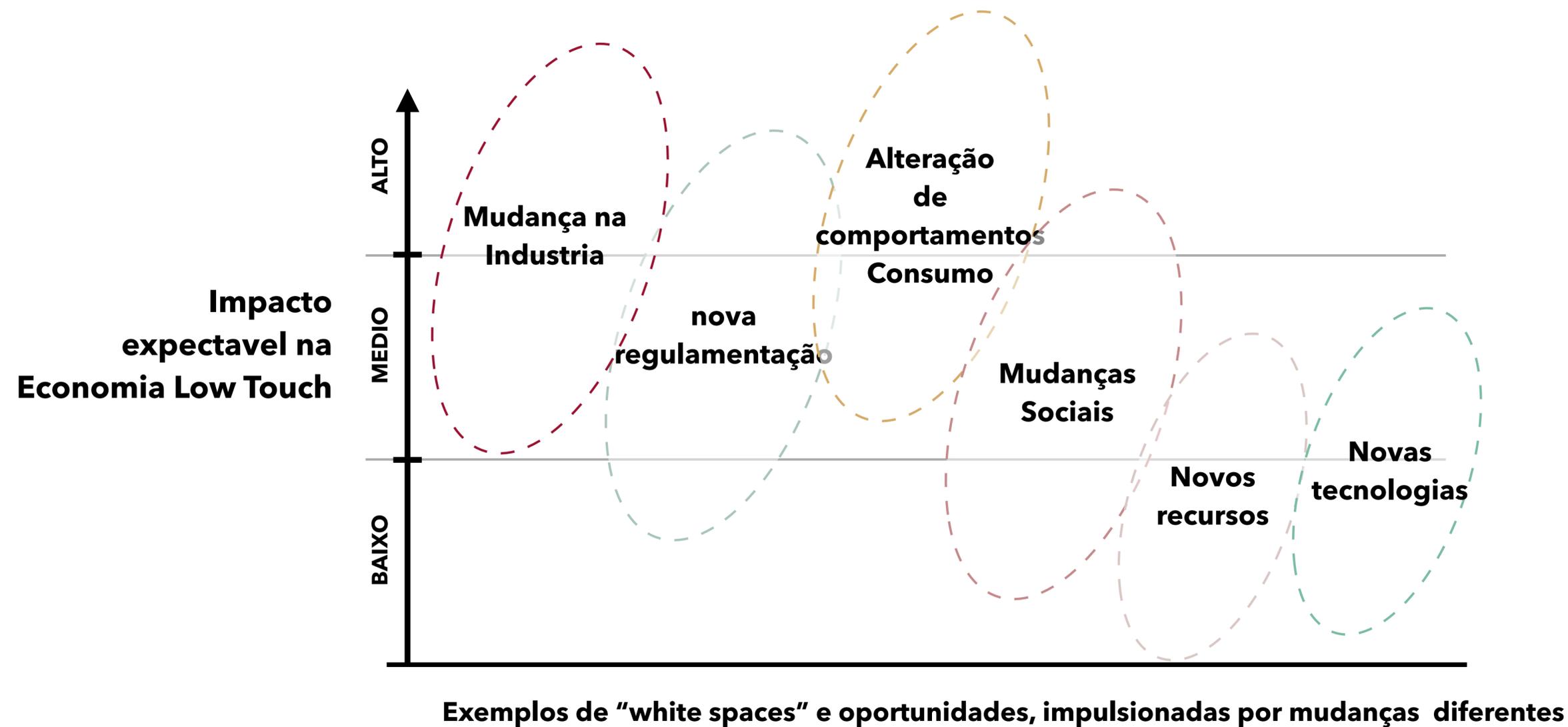
Um **critério** a considerar:

- Acesso ao mercado é baseado em relações e parcerias existentes?
 - Alinhado com a Estratégia?
 - Alinhado com a política de investimento?
 - Tem "assets" disponíveis?
 - ...
- ▶ Onde existe apenas um pequeno alinhamento, deverá considerar "*mergers & acquisitions*", parcerias estratégicas, ou explorar opções de "*corporate venturing*".
 - ▶ Temos todo o prazer em assistir-vos na identificação de oportunidades "white space" para trazer novas soluções para o mercado.

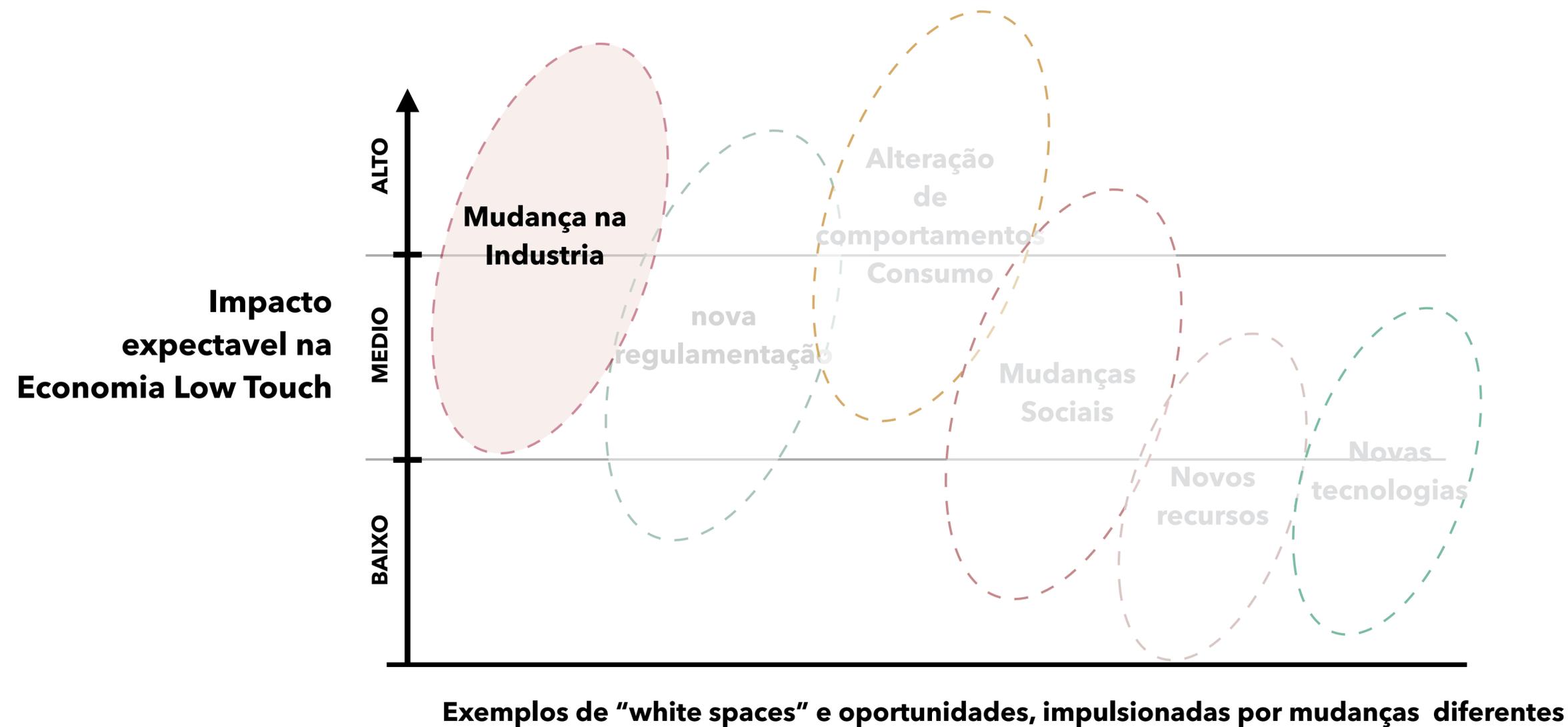


**Converse com
um perito**

6 GATILHOS (TRIGGERS) PARA ENCONTRAR OPORTUNIDADES "WHITE-SPACE"



6 GATILHOS (TRIGGERS) PARA ENCONTRAR OPORTUNIDADES "WHITE-SPACE"



Economia Low Touch mudanças na indústria

▸ Cadeias de fornecimento repartidas

- Cadeias de fornecimento centralizadas repartidas em múltiplas e paralelas cadeias, tornando-se mais ágeis para lidar com situações disruptivas no mercado, caso uma cadeia seja bloqueada existem alternativas.
- **Oportunidades:** serviços para nearshoring, expedição direta, "dark stores", novos processos logísticos, produção local económica (serviços automatizados), etc..

▸ Localmente, empresas distribuídas

- Restrições de higiene poderão forçar escritórios, restaurantes, teatros e outros a dividir grandes espaços em menores unidades. Quando as empresas se separam geograficamente, as cadeias e processos de fornecimento também precisam ser redesenhados..
- **Oportunidades:** redesign de escritorios/co-working hubs, network de "cozinhas fantasma"...



Exemplo: Whole Foods Market

A cadeia de retalho Whole Foods Market criou centros locais de "dark stores", convertendo algumas das suas lojas em hubs para o e-comércio e fins logísticos. Muitos retalhistas apoiaram seus negócios on-line a partir dos seus supermercados existentes, mas nunca os projetaram adequadamente para o e-comércio em grande escala. Eles precisarão desenvolver unidades especiais dedicadas para acompanhar a procura.

Economia Low Touch mudanças na indústria

▶ Empresas digitais entram nos mercados tradicionais

- Os operadores históricos das indústrias tradicionais precisam ficar de olho nos "players digitais", que se "pivotam" sob pressão.
- **Oportunidades:** Seja proativo e estabeleça parcerias para criar novos produtos juntos - a velocidade é fundamental aqui.

▶ Imigração Virtual

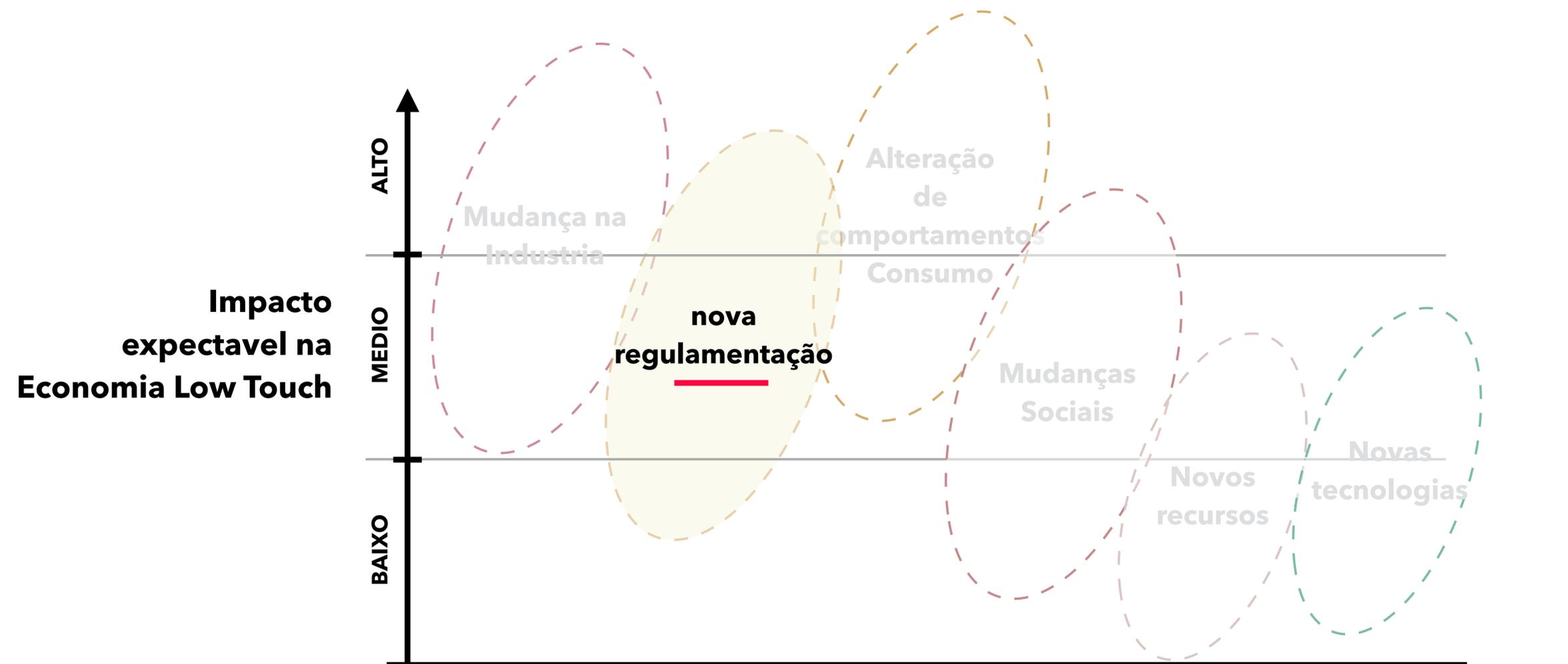
- Quando mais empresas mudam para modelos de negócios remotos, maior é a oportunidade para os players externos 'migrarem virtualmente' e entrarem no mercado local.
- **Oportunidades:** Empresas imobiliárias que operam à distância competem com agentes locais tradicionais.



Example: Zalando

O Covid-19 atingiu severamente a indústria da moda, incluindo marcas de e-comércio como Zalando. Mas eles têm muitos ativos e infraestrutura internos para mudar para setores mais lucrativos. Mas para onde se poderá mudar esta empresa de moda? Saúde, comida / mercearia, entretenimento, bem-estar? O tempo nos irá dizer.

6 GATILHOS (TRIGGERS) PARA ENCONTRAR OPORTUNIDADES "WHITE-SPACE"



Exemplos de "white spaces" e oportunidades, impulsionadas por mudanças diferentes

Economia Low Touch

mudanças de regulamentos

▶ Seguradoras são a chave para abrir mercados

- Quando os médicos diagnosticam e tratam pacientes remotamente, criou-se um mercado totalmente novo, mas apenas se as apólices de seguro e as estruturas legais dos governos forem atualizadas. Isso, por sua vez, tem o potencial de impulsionar (ou reiniciar) outros mercados, se as seguradoras cobrirem o risco. Por exemplo, será que poderão oferecer seguros aos hotéis em caso de uma segunda onda de infecção?
- **Oportunidades:** Ferramentas dedicadas de diagnóstico e monitorização para profissionais de saúde a distância, juntamente com rastreamento por dados e serviços partilhados para explorar os fluxos administração das seguradoras (foco específico na gestão de perfis de risco).

Business insurance for startups

Protection from litigation and theft within 24 hours, starting at just **\$300** per year.

GET STARTED

Exemplo: Vouch (Insurtech)

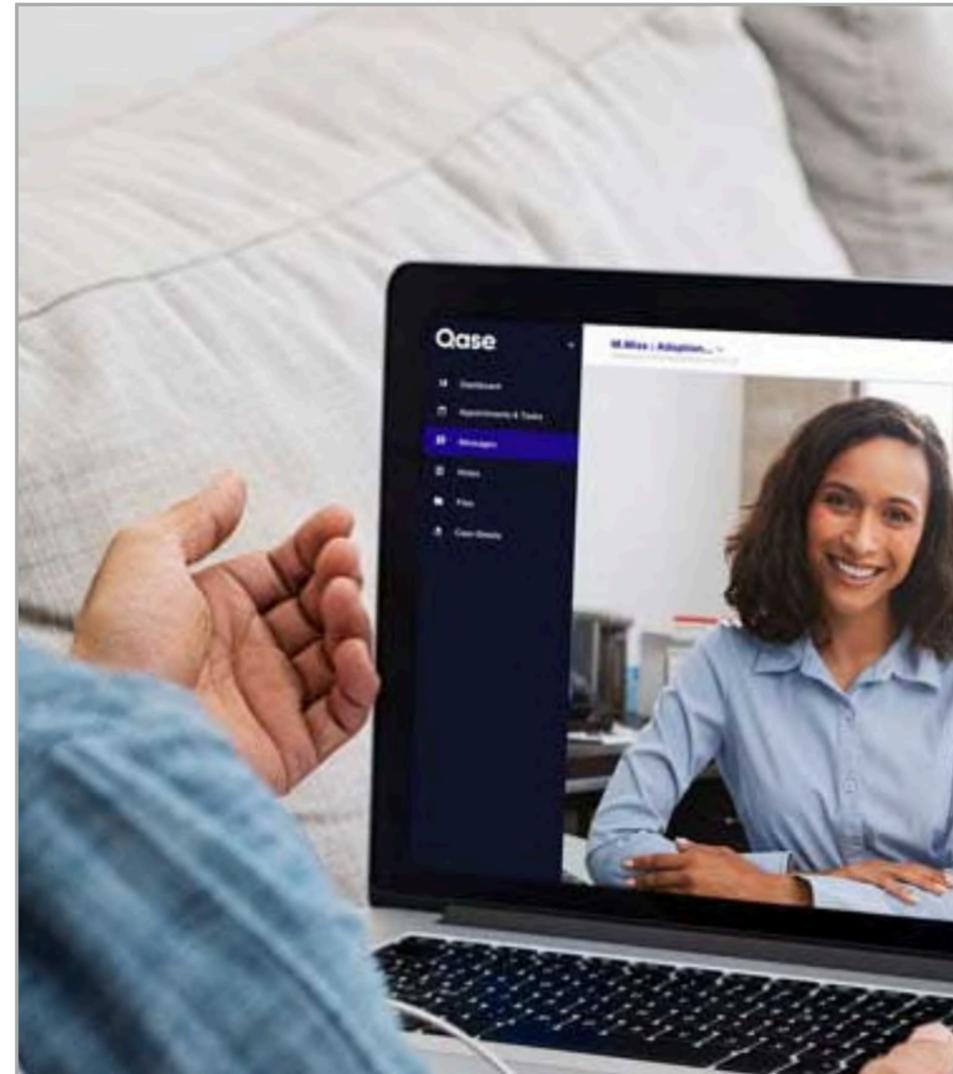
Vouch (nova startup) deseja fornecer pacotes de seguros dedicados para complementar os seguros existentes quando a cobertura de pandemia é excluída.

Economia Low Touch

mudanças de regulamentos

▶ Tribunais à distancia e disrupção no setor jurídico

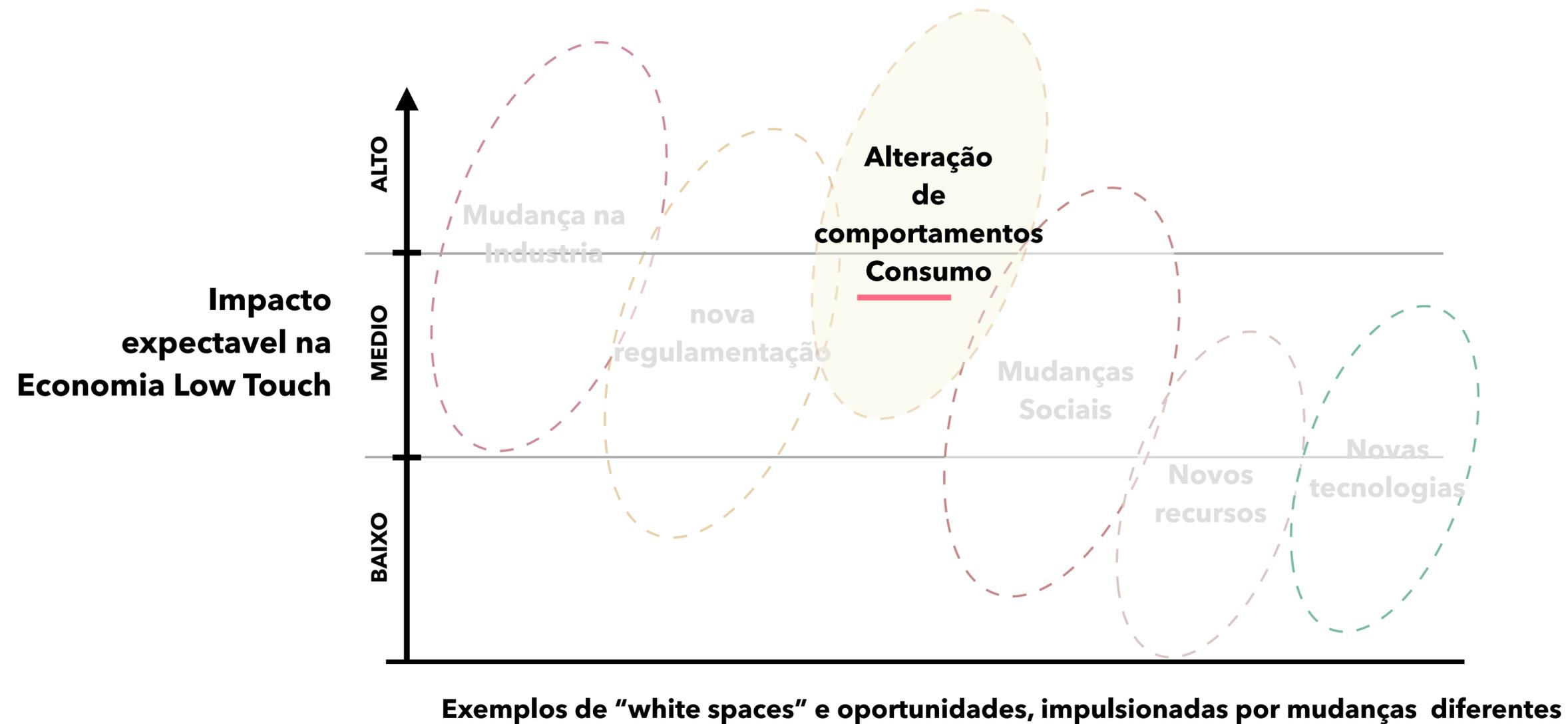
- Numa questão de semanas, introduziram-se leis para permitir a continuidade do sistema de justiça durante o confinamento. Este setor estava muito baixo nos rankings da transformação digital. Os benefícios da introdução de ferramentas digitais nessa área são enormes. Mas também são os desafios relacionados à autenticação, justiça, acessibilidade, privacidade ...
- **Oportunidades:** Desde ferramentas para reduzir a papelada até serviços para garantir transações legais com assistência digital em tempo real, as possibilidades são infinitas neste espaço. Infelizmente, no próximo ano, haverá um enorme aumento de disputas jurídicas em torno de contratos B2B, reclamações, divórcios, etc. Irá ser necessário escalar serviços legais



Exemplo: Qase

Qase (que permite consultar advogados remotamente) é uma das muitas novas empresas digitais que estão perfeitamente posicionados para crescer quando os tribunais transitam para o modelo online.

6 GATILHOS (TRIGGERS) PARA ENCONTRAR OPORTUNIDADES "WHITE-SPACE"

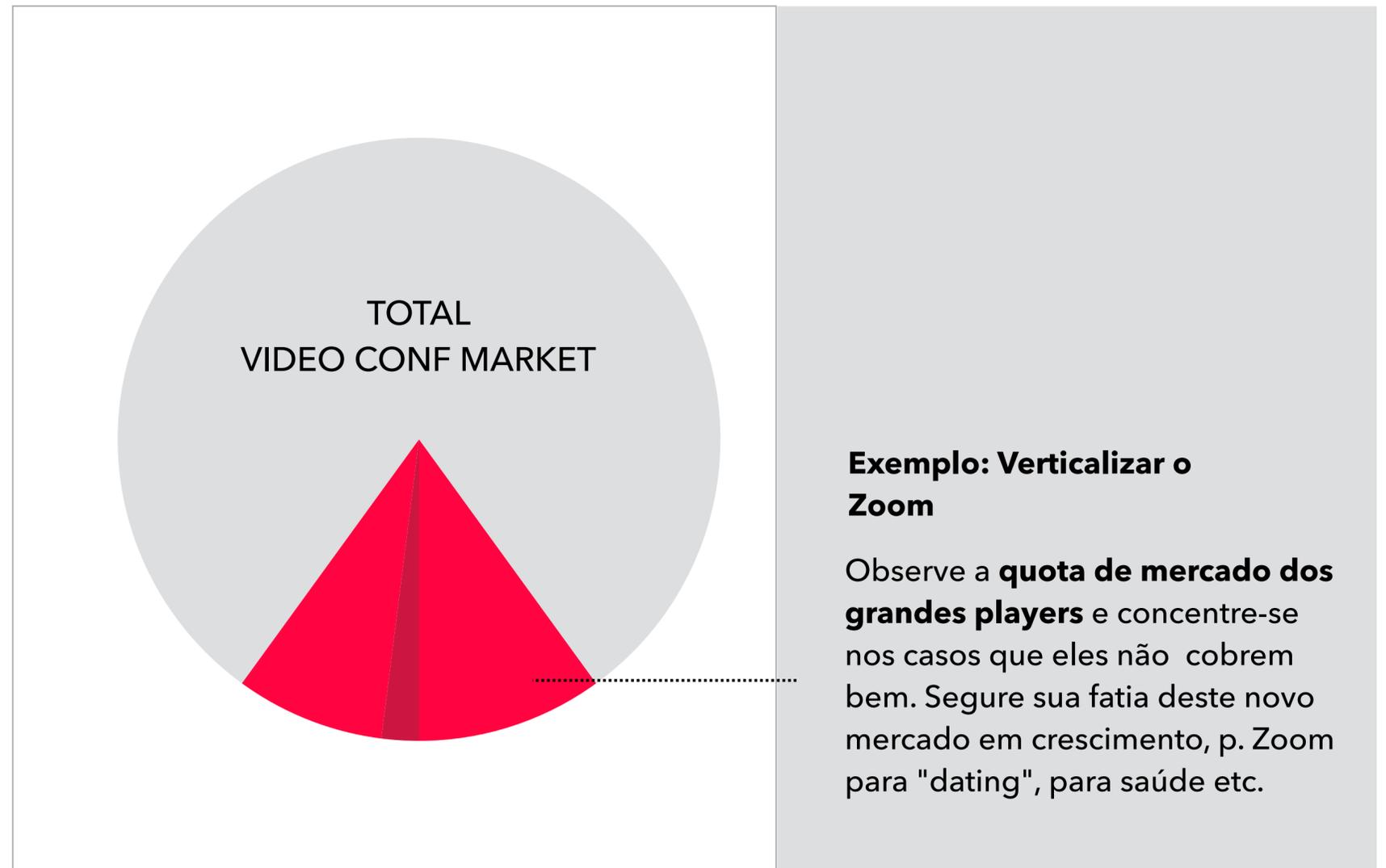


Economia Low Touch

mudança de comportamento consumidores

▸ Legitimar uma nova vertical numa industria em crescimento

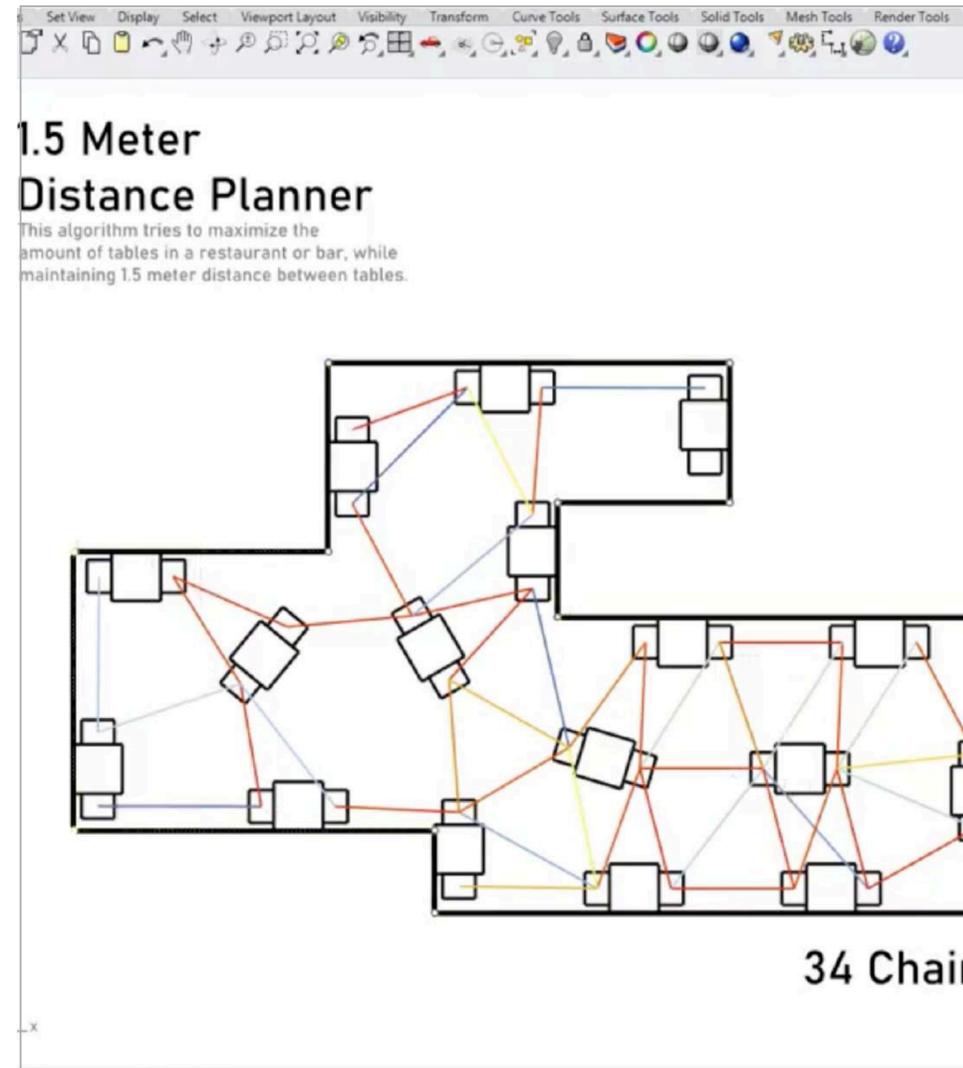
- Quando há mudanças de comportamento de consumidores, começam a usar-se novos produtos e serviços. Quando um mercado se torna grande o suficiente, é fácil descobrir nichos não satisfeitos naquele mercado.
- **Oportunidades:** Saúde e bem-estar em casa: desporto em casa para crianças, programas de aluguer de equipamentos a curto prazo, cooperativas locais, etc.
 - Uma vez que o e-comércio atinja um alto nível de saturação, haverá espaço para outros desenvolvimentos de novos serviços de conveniência (por exemplo, "outsource" serviços de devoluções, conjugar entregas etc.)



Economia Low Touch mudança de comportamento consumidores

► Pás e picaretas para garimpeiros

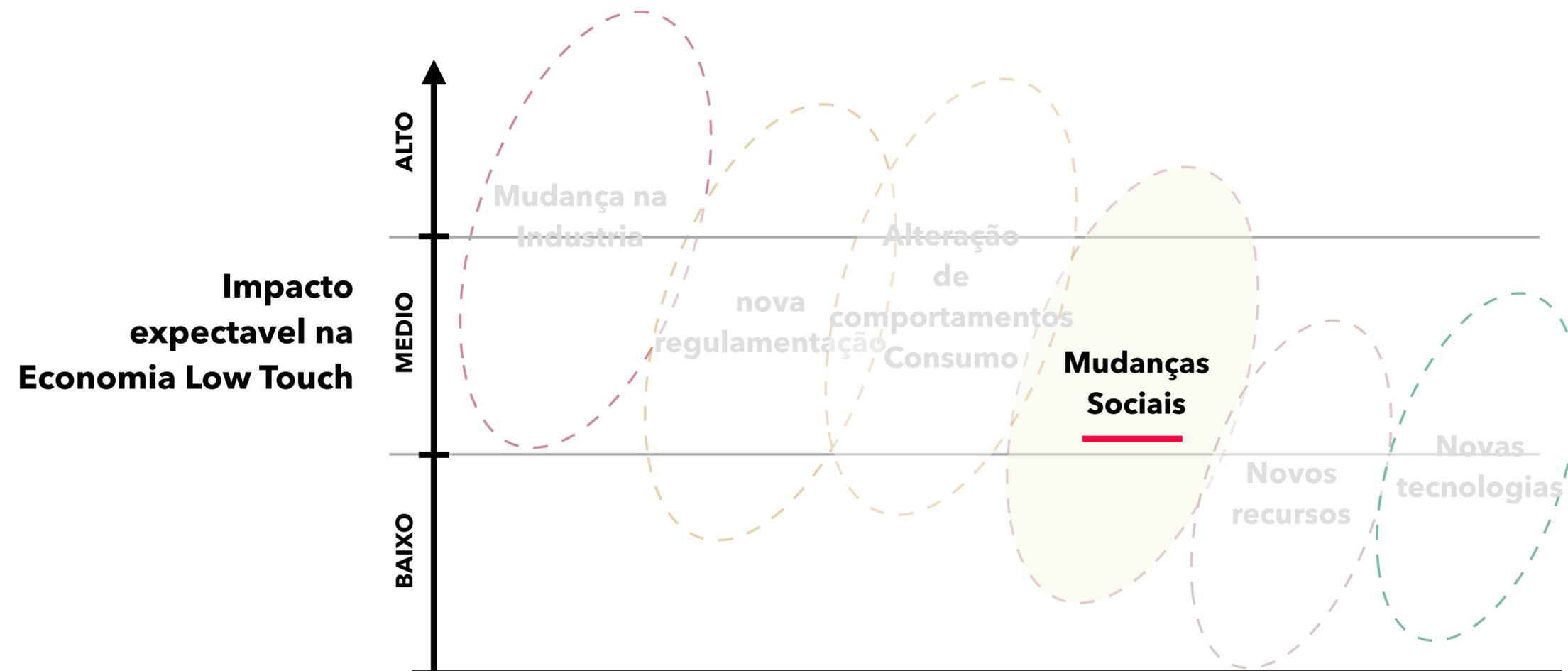
- Durante a corrida do ouro, as empresas que fornecem as "ferramentas para escavar" são aquelas que ganham mais dinheiro. Observe os impactos de segunda-ordem das mudanças de comportamento. Não precisa oferecer o seu novo produto B2C - pode focar-se apenas nas ferramentas B2B para apoiar as empresas que irão responder aos consumidores com necessidades emergentes.
- **Oportunidades:** Ferramentas / serviços para ajudar as empresas de eventos a criar soluções alternativas virtuais, ajudar as organizações de turismo a lançar e escalar campanhas de marketing para turistas locais, serviços de gravação e TI para as universidades criarem programas remotos, etc.



Exemplo: Planejamento de lugares à distância

PlanFinder desenvolveu uma nova ferramenta e algoritmo para ajudar os restaurantes e o redesenho de escritórios a maximizar o número de lugares, seguindo as rigorosas restrições de segurança.

6 GATILHOS (TRIGGERS) PARA ENCONTRAR OPORTUNIDADES "WHITE-SPACE"



Exemplos de "white spaces" e oportunidades, impulsionadas por mudanças diferentes

Economia Low Touch mudanças sociais

- ▶ **“White spaces” principalmente relacionados com a saúde**
 - A sociedade não muda da noite para o dia (nem em duas semanas). Na Europa e nos EUA, as pessoas estão gradualmente a aceitar uso de máscaras e rastreamento de saúde a invasivo. No entanto, fora deste espaço, ainda não esperamos uma mudança significativa na sociedade. Mas fique atento a possíveis repercursões políticas no final deste ano.
 - **Oportunidade:** O aumento do extremismo e da polarização, combinado com as preocupações com a saúde, ajudará a vender serviços de proteção. Produtos de proteção e segurança estarão em ascensão. Isso inclui seguro, pois as pessoas estão mais ansiosas.



Exemplo: Bebcare purificador de ar

Os consumidores vão procurar produtos e serviços para proteger suas famílias - mesmo que não estejam intimamente ligados ao Covid-19. De vitaminas e suplementos a purificadores de ar móveis e caravanas para viagens sem interação, as oportunidades são infinitas.

Economia Low Touch mudanças sociais

▸ Parentalidade invertida

- Pessoas com mais de 60 anos são consideradas mais vulneráveis à contração do vírus. Ao mesmo tempo, as gerações mais velhas tendem a ser menos capacitadas o digital e por isso mais inclinadas a acreditar e compartilhar desinformação online. Em geral, a geração mais velha precisa de suporte extra com serviços de TI para participar de uma sociedade à distância..
- **Oportunidades:**
 - As pessoas de 25 a 45 anos precisam de ferramentas / serviços que ajudem a apoiar as pessoas idosas (para além da família direta). Incentivar gerações mais velhas pode não ser tão fácil quanto parece. Muitas famílias querem voltar a juntar-se em grandes grupos, para isso serviços para casamentos, festas etc precisam ser reinventados, para que as pessoas (principalmente os idosos) se sintam seguros.



Exemplo: Candoo Tech

Agora, mais do que nunca, as gerações mais jovens precisam de ferramentas para ajudá-las a apoiar as gerações mais velhas. A Candoo Tech oferece apoio técnico para idosos. Outras startups, como a HONOR, estão no espaço perfeito para também dinamizar e servir essa área.

Economia Low Touch mudanças sociais

► Atividades de monitorização intensivas

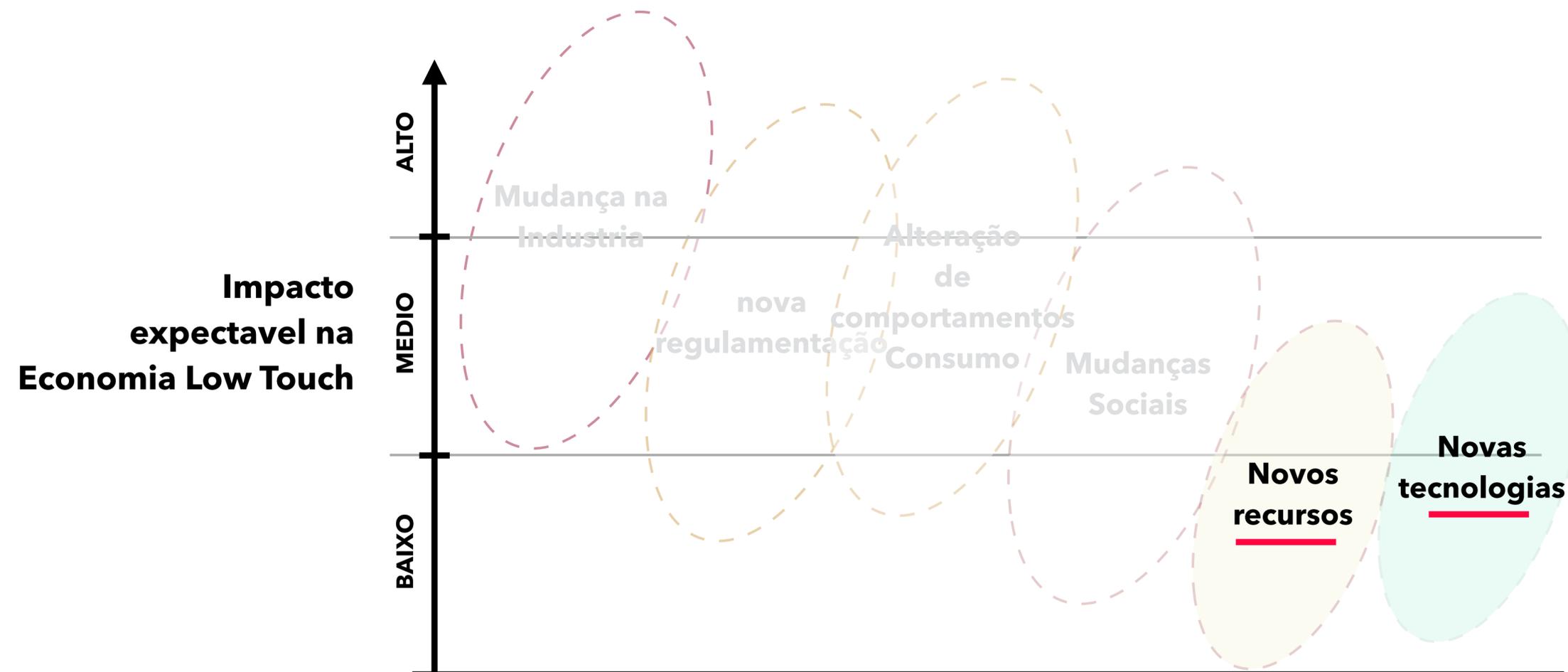
- Mesmo além do rastreamento de saúde / contato, haverá um impulso para os produtos que têm um papel no declínio da confiança..
- **Oportunidades:**
 - O ensino a distância (centros de formação e universidades) exige ferramentas para identificar e rastrear alunos para evitar aldrabices. Teletrabalho em casa cria uma necessidade semelhante. Muitos empregadores querem ver evidências de horário de trabalho, presença, etc.
 - No geral, os consumidores querem ver mais transparência na cadeia de fornecimento. Quem interagiu com os produtos que estão a usar? Esses funcionários são "seguros"?



Exemplo: SNEEK

SNEEK é uma ferramenta de colaboração virtual que tira uma foto a cada dois minutos para que todos saibam quem está à secretária em casa. Embora este seja um exemplo extremo, muitos outros "players" chegarão a este espaço para outros usos específicos.

6 GATILHOS (TRIGGERS) PARA ENCONTRAR OPORTUNIDADES "WHITE-SPACE"



Exemplos de "white spaces" e oportunidades, impulsionadas por mudanças diferentes

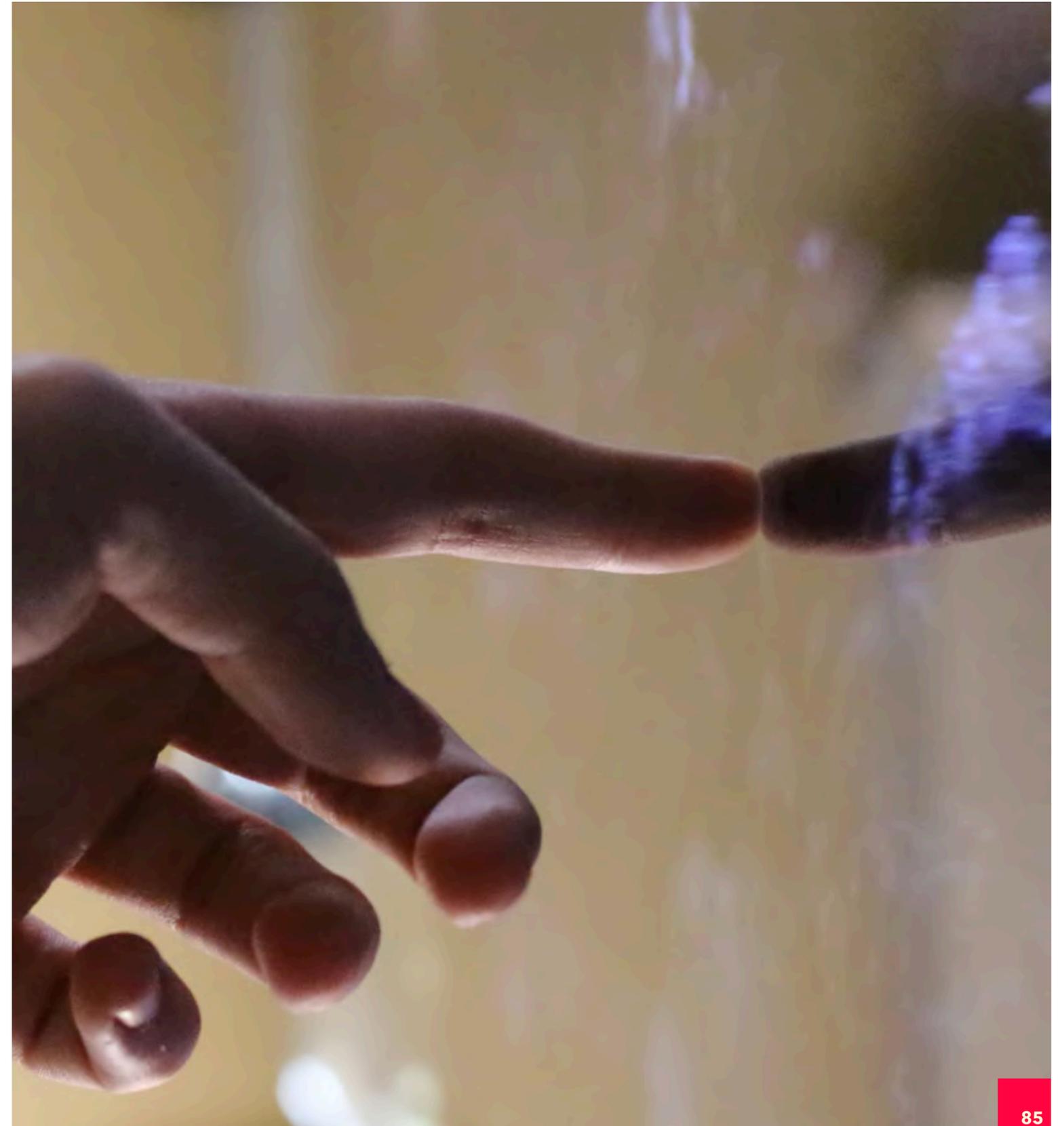
Impacto mínimo da Economia Low Touch

▸ Novas Tecnologias

- Até agora, a crise de saúde e suas repercussões ainda não impulsionaram a aceleração do desenvolvimento tecnológico (para além da tecnologia de saúde). Enquanto as novas tecnologias podem ser o gatilho para descoberta de “white spaces”, nós ainda não observamos a tecnologia ser o gatilho para “white spaces” nesta crise.
- Obviamente, a rápida adoção dos serviços digitais em geral irá continuar. Mas isto deve-se a alteração de comportamentos do consumidor, e não pela descoberta de uma nova tecnologia que tenha aberto novos mercados.

▸ Acesso a novos recursos/assets

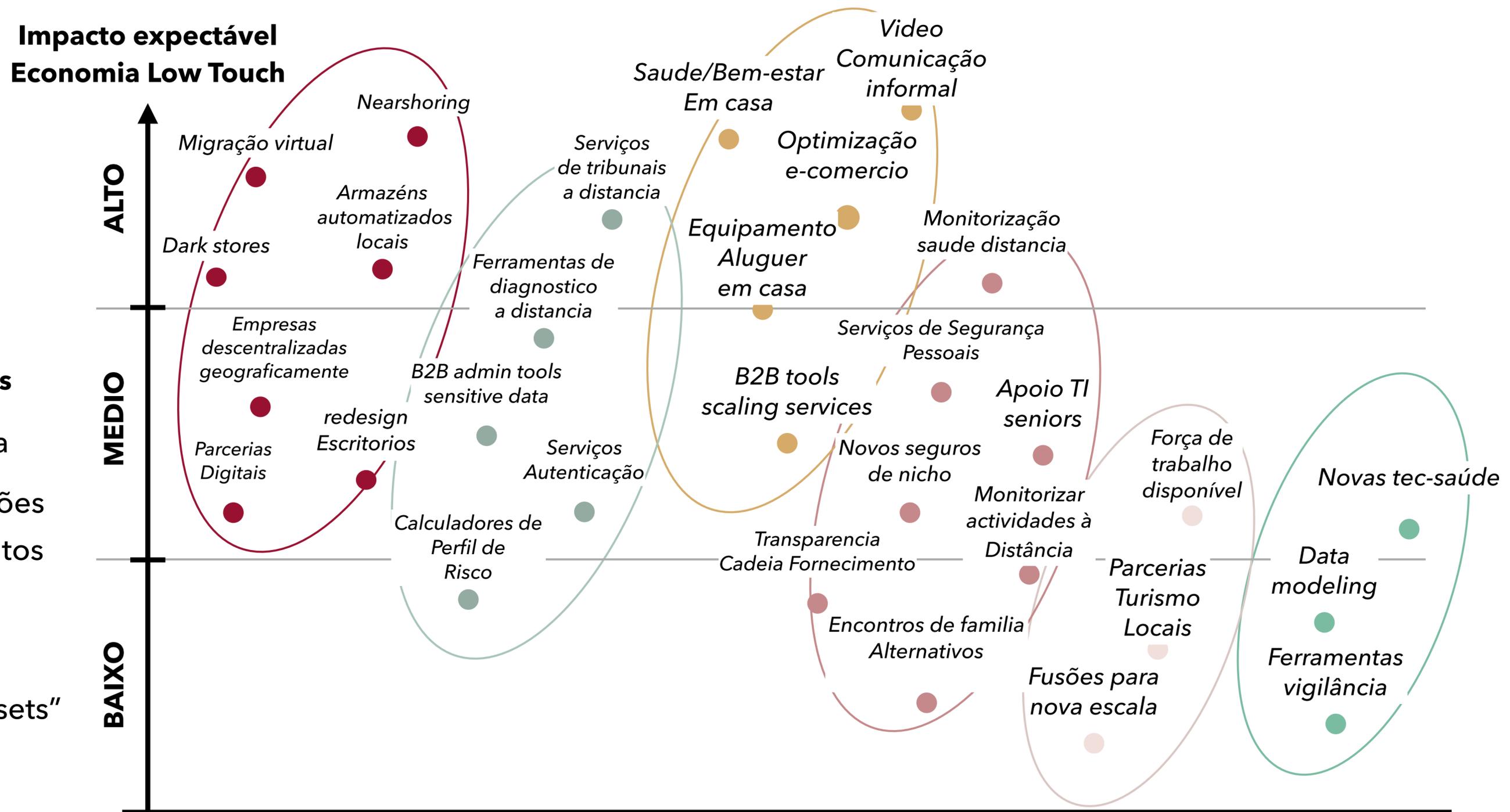
- Embora localmente, algumas empresas beneficiarão de uma remodelação nas cadeias de fornecimento, e novas redes de negócios, essa mudança não será um fator essencial para os “white spaces”.



+30 oportunidades na Economia Low Touch

6 gatilhos para white spaces

- Mudança na Indústria
- Novas regulamentações
- Novos comportamentos consumidor
- Mudança Social
- Novos recursos e "assets"
- Novas tecnologias



Mais mudanças & efeitos em cascata ?



Colabore e visite o nosso mapa online
access via lowtoucheconomy.com

Combinar mudanças de indústrias para identificar “white spaces” (exemplos)

EXEMPLOS MUDANÇAS

MEDIA
NEUTRAL IMPACT

IMOBILIÁRIA
LIMITED IMPACT

CONSTRUÇÃO
LIMITED IMPACT

AUTOMOVEL
SEVERELY IMPACTED

HOSPITALIDADE
SEVERELY IMPACTED

Segregação clientes/ segregação empregados:

Grupos de pessoas vulneráveis separados dos outros grupos

Suporte de vídeo / digital para grupos vulneráveis participarem de atividades sociais via plataformas virtuais.

Os mesmos clientes são sempre atribuídos ao mesmo agente para evitar misturar grupos.

Novos incentivos e regulamentação p permitir trabalhadores migrantes viajar, mas com isolamento de outras pessoas.

"Test-drives" restritos, veículos exclusivos para determinados clientes. (simulação virtual parcial)

Contratar gerações mais velhas (como funcionários) para atender clientes mais velhos.

Valor-adicionado controlo de multidões:

Tornar mais atraente a participação dos clientes na economia em pequenos grupos.

Digitalização 3D para retalho digitalizar produtos, parte significativa da "customer journey" possa ser remota

Espaços públicos partilhados redesenhados para reorientar o fluxo de visitantes, a fim de evitar cruzamentos entre pessoas.

Aumento salários de generalistas contratados, para que o mesmo grupo de pessoas possa executar tarefas diferentes.

Serviços de rastreamento para criar intervalos entre o uso de veículos compartilhados.

Restaurantes espalham-se por espaços únicos próximos (experiência!) na mesma área, para servir pessoas com espaço suficiente entre elas.

Modelos sem intervenção humana:

Contatos diretos entre empregados e clientes são uma responsabilidade e devem ser evitados

Aumento de equipes de produção com 1 pessoas, apoiada à distância.

Entregas automatizadas entre edifícios industriais escritórios, novas atualizações: portões, faixas, ponto de carregamento

Mais opções de construção pré-fabricada e simplificada para limitar a interação humana no local.

Ferramentas digitais de apoio inspeções à distância e evitar que clientes precisem deslocar-se garagens e centros de distribuição.

Robo-cozinhas com experiências self-service restaurante

Arena da Higiene:

Processos de limpeza excessivos, com foco especial nos efeitos de comunicação / sinalização.

Feeds de vídeo ao vivo para alertar multidões quando o distanciamento físico não é respeitado.

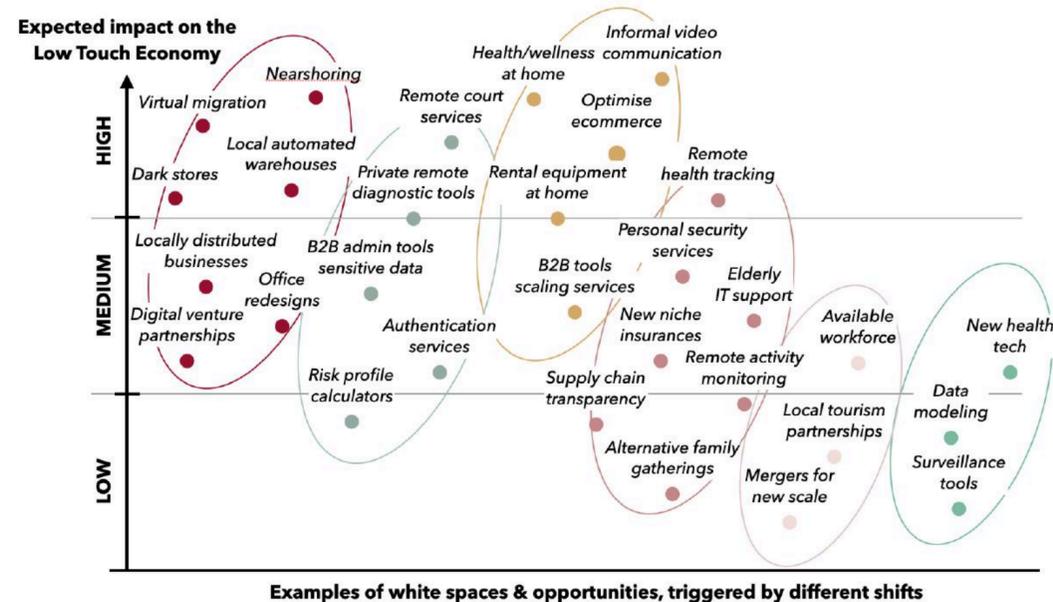
Complementos de ar altamente visíveis para desinfetar os fluxos de ar.

Fardas, máscaras e luvas robustas, projetadas para uso em estaleiros de obra.

Unidades móveis de desinfecção em estacionamentos para rápida limpeza veículos, bicicletas, ... após o uso

Traga os seus próprios pratos / talheres / comida para restaurantes para evitar partilhar

Preparados para agir nas oportunidades "white space"?



Monitoramos o novo normal e mapeamos os **possíveis futuros** para a sua organização.

Detectamos **+30 oportunidades de White Space** para a sua empresa agir na **Economia Low Touch**

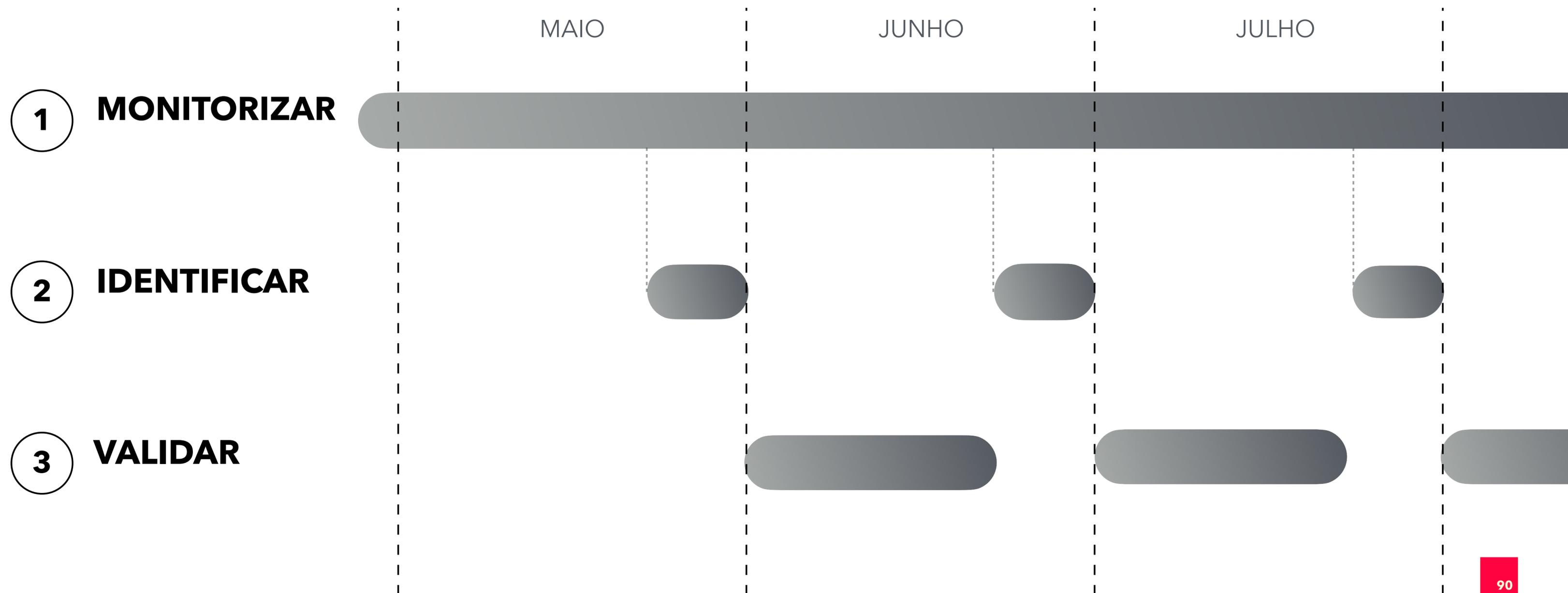
Validamos e **lançamos novos produtos e negócios** na **velocidade de Startup**.



Fale com um perito

Seguir em frente requer uma abordagem iterativa

Sugerimos três atividades em paralelo e iterativas, para agir com rapidez em um ambiente de rápidas mudanças



Capitulos

1. O que é a Low Touch Economy?

- O estado do "Novo Normal"

2. Adaptar a estratégia da sua organização

- Framework para impacto e estratégia

3. As oportunidades para crescimento curto-prazo

- Copiar as soluções dos pioneiros

4. As oportunidades de longo-prazo: novos "white spaces"

- Explorar modelos de negocio "pivots"

5. O futuro dos X

- 10 perspectivas de peritos

Olhando para o estado atual

Olhando para o futuro

10 perspectivas de peritos

- ▶ **Pooja Bethi** *Mobility consultant at Frost & Sullivan*
- ▶ **Kim MacGillavry** *Strategy Director at UPS Europe*
- ▶ **Sangeet Paul Choudary** *Author of Platform Revolution*
- ▶ **Olivier Desbief** *AXA Head of Foresight*
- ▶ **Juana Catalina Rodriguez** *Former strategy & innovation expert at Thales*
- ▶ **Sajal Singh** *UN innovation expert*
- ▶ **Jens Edler** *Digital Transformation Manager at WAGO*
- ▶ **Steve Glaveski** *Co-founder of Collective Campus*
- ▶ **Rawad Choubassi** *Technical Director at Systematica*
- ▶ **Miguel Corais** *Director of Internationalization at CH Consulting*

- ▶ **Adoramos receber perspectivas alternativas.** Para uma visão externa adicional da Economia Low Touch, convidamos 10 especialistas a partilhar suas perspectivas sobre o que está a acontecer na sua área. Use estas contribuições como fonte extra de inspiração para redesenhar a sua estratégia.
- ▶ Partilhamos os nossos artigos e relatórios em **boardofinnovation.com/blog**. Se tem a sua própria publicação ou plataforma e deseja colaborar num artigo adicional sobre Economia Low Touch, entre em contacto.



CONTRIBUIÇÃO DE ESPECIALISTA

Pooja Bethi

#RETAIL #FMCG #ANALYTICS
#MARKETPLACE

*Pooja trabalha como **consultora de mobilidade na Frost & Sullivan**, em projetos de pesquisa e consultoria no ecossistema CASE. Ela é apaixonada por explorar oportunidades, White Spaces, projetar modelos de negócios e resolver problemas complexos de negócios.*

[LinkedIn profile](#) →

Mobilidade Low Touch

Embora a pandemia tenha prejudicado a economia, ela pressionará o sector da mobilidade a redesenhar o transporte através da maior integração tecnológica.

O final dos carros individuais?

Muitas cidades estão pensando em fechar ruas para veículos pessoais. Um carro pessoal é ocioso em 80% do tempo e a nova tendência normal de trabalhar em casa e ginásios digitais ainda vai aumentar mais isso. Mas, os consumidores vão preferir veículos pessoais devido a fatores de higiene. A oportunidade para os OEMs poderá ser criar valor com veículos elétricos conectados.

Um carro solar V2G poderá alimentar uma casa, para apps de retalho locais hiper-carro poderá ser um diferenciador importante.

Além disso, os OEMs poderão oferecer uma solução multimodal (por exemplo, Audi) tipo carro elétrico com

uma bicicleta / scooter eletrónica?

Criando confiança através da saúde, bem-estar e digitalização

Outra janela de oportunidade para OEMs e fornecedores é a saúde e bem-estar. A Geely está a introduzir filtros de ar com certificação N95 e a JLR está a adicionar unidades de higienização UV aos sistemas HVAC. Além de lhes oferecer novos modelos, disponibilizar estas soluções como complemento pós-venda a modelos existentes, pode aumentar as vendas..

Os centros de experiência digital da Tesla, em vez do modelo típico de concessionária, serviram como uma estratégia vencedora durante a pandemia. Os canais de venda observarão a adoção da AR / VR para uma compra totalmente on-line e poderão estender esta a tecnologia a outros serviços como bricolage.

Embora os atrasos na infraestrutura 5G possam paralisar veículos autónomos e conectados de última geração, os OEM poderão criar

parcerias com fabricantes de dispositivos "wearables" (exemplo, Ford) criando um ecossistema de dispositivos conectados para uma experiência centrada no bem-estar.

Mobilidade Partilhada: Jogando para o longo prazo

As maiores perdas para MSP's devido à aderência rigorosa do distanciamento social. Enquanto os MSP atuais diversificam a entrega de bens e serviços, alguns introduziram separações na cabine e o fornecem desinfetantes e toalhetes para mãos.

A longo prazo, a inovação em materiais impulsionará a adoção de serviços partilhados sobre veículos pessoais. Geely está desenvolver superfícies antibacterianas e o CEO da Ford alerta para necessidade de materiais auto-limpeza. Isso, com sistemas controlados por voz e gesto, pode redesenhar radicalmente o cockpit de futuros carros.



CONTRIBUIÇÃO DE ESPECIALISTA

Kim MacGillavry

#LOGISTICS #ECOMMERCE

*Kim tem uma vasta experiência na liderança de projetos de transformação e inovação em várias empresas multinacionais. Trabalha com logística há 20 anos em diferentes funções, desde encomendas até serviços de frete rodoviário. Atualmente, é **Diretor de Estratégia da UPS Europe**.*

LinkedIn profile →

O impacto duradouro na logística

O setor de logística continua a lidar com os efeitos das medidas de confinamento existentes para impedir a disseminação da Covid19. A qualquer altura, esses confinamentos começam a abrir, e a vida lentamente recomeçará, sem as restrições e preocupações de saúde pública. No entanto, os comportamentos podem mudar. Certas atitudes e hábitos podem ter mudado, o que poderá ter um impacto significativo e duradouro na logística, especialmente para empresas de entrega de encomendas que têm grande interação com o público geral. Os consumidores ainda preferem que suas encomendas sejam entregues em casa. Em geral, eles não querem as suas encomendas sejam entregues à porta e deixadas sem vigilância, e por razões legais, os vendedores também não gostam disso. Na prática, isso significa que os motoristas precisam fazer várias tentativas de entrega antes de uma entrega bem-sucedida. É um processo caro, e pouco valorizado pelos consumidores.

Atitudes podem estar a mudar. Embora as pessoas não podem aventurar-se nas lojas físicas para ir as compras, o e-comércio viabilizou comprar tudo o que precisamos e permitiu que as lojas continuassem no negócio. Tudo isso é possível graças aos esforços das empresas de entregas para nos adaptarmos à situação e continuar a prestar serviços durante a crise.

Para manter uma distância social segura, foram introduzidos processos de entrega sem contato. Isso significa que não há necessidade de assinar um recibo num dispositivo e as embalagens não são entregues em pessoa, mas deixadas na porta ou num local seguro. Consumidores em todo o mundo mostraram um enorme respeito pelos esforços que empresas como a UPS fizeram e adotaram totalmente novos métodos de entrega. É muito cedo para dizer se essas novas políticas vão durar quando a crise diminuir. Seria bom para os consumidores, vendedores e empresas de entrega de encomendas.

Novas tecnologias podem permitir entregas sem contato no futuro.

Drones totalmente autônomos, seja voando ou dirigindo, têm um significado limitado por enquanto.

Além da limitação pela legislação, continua sendo difícil aumentar uso de drones para gerir a quantidade de entregas que precisam ser processadas. A crise não mudou a base económica dessas inovações. Hoje existem algumas aplicações úteis da logística com drones (exemplo, entregas de medicamentos em áreas rurais), mas por enquanto é improvável que elas passem a ser o modelo de negócios dominante. Já existem outras alternativas para entrega encomendas que podem se tornar mais aceitáveis saindo da crise. Cacifos de encomendas e locais de entrega e coleta são bons exemplos de modelos existentes que os consumidores já podem usar para entregas de suas encomendas, pois continuam a comprar mais on-line do que antes.



CONTRIBUIÇÃO DE ESPECIALISTA

Sangeet Paul Choudary

#PLATFORMS

#NEWBUSINESSMODELS

Sangeet é o **autor de Platform Revolution e Platform Scale** e um consultor de nível C para mais de 35 empresas da Fortune 500. Jovem líder global do WEF, ele atua em vários conselhos e comitês ministeriais. Seu trabalho foi selecionado três vezes pela HBR entre as suas TOP 10 Must Reads.

[LinkedIn profile](#) →

[Platformthinkinglabs.com](#) →

Plataformas post-pandemic

Enquanto a maioria das empresas luta para lidar com a realidade de um mundo pós-pandemia, as empresas BigTech - Amazon, Google, Microsoft, Apple, Facebook - tiveram um desempenho excepcional. Empresas relativamente menores, como Netflix e Shopify, também geraram um valor significativo para os acionistas. A maioria dessas empresas são plataformas, que agregam procura e oferta em toda a sua cadeia de valor. E é aí que reside a capacidade de vencer uma crise. **Enquanto emergimos para um mundo pós-pandemia, já estamos a ver os primeiros sinais de migração em massa de valor.**

Considere o aumento da procura de serviços de streaming online, como Netflix e Amazon Prime. Alguém pode argumentar que as coisas voltarão ao normal. Exceto que elas não vão.

Para começar, esse aumento de streaming foi associado ao fecho das

salas de cinema. Como os cinemas permanecem fechados por um período prolongado, os estúdios começaram a lançar filmes diretamente para os canais de streaming, pondo em causa uma regra da indústria antiga da "janela" de lançamento, durante a qual os cinemas tinham acesso prioritário aos lançamentos de filmes. Isso muda profundamente o poder de negociação dos cinemas para as plataformas online. A combinação de migração da procura e uma mudança de poder de negociação provavelmente criará uma mudança permanente no poder a favor da Amazon e Netflix.

Considere outro exemplo. Os restaurantes enfrentam serias dificuldades para se aguentarem enquanto os serviços de entrega estão a crescer rapidamente. Pode-se argumentar que isto retornará ao normal pós-confinamento. Exceto que não vai voltar.

À medida que restaurantes vão à falência, a necessidade de manter cozinhas em restaurantes com rendas altas é posta em causa. Como entrega e drive-ins substituem

restaurantes, "dark kitchens", geridas por plataformas como Uber Deliveroo localizadas em zonas de rendas baixas e próximos dos destinos de entrega, agregaram a preparação de alimentos. Essas plataformas alavancam seus dados de mercado, para obter melhor fontes e preparar alimentos, e gerir melhor a logística de entrega. Estamos em plena grande mudança nas estruturas e no poder da indústria. Como acima, as empresas que agregam procura e atraem e consolidam a oferta estão melhor posicionadas para explorar essas mudanças maciças em direção a novas oportunidades de negócios.

Re-imagina a rede de valor para o seu negócio e pergunte a si mesmo

- Como pode alavancar uma mudança na procura para atrair envolvimento do consumidor e dados?

- Como pode aproveitar isso para negociar e consolidar o fornecimento em sua rede de valor, a seu favor?

As plataformas que capitalizam essas mudanças atuais emergem como os negócios dominantes no mundo pós-pandemia.



CONTRIBUIÇÃO DE ESPECIALISTA

Olivier Desbief

#HEALTH #TELEMEDICINE
#MENTALHEALTH

*Olivier é economista formado pela Universidade Panthéon-Sorbonne e um explorador nas interseções de tecnologia e políticas públicas por paixão. Como **Head of Foresight da AXA**, ele explora o horizonte de tendências emergentes e sinais de fraqueza para garantir que o Grupo está equipado para antecipar e inovar.*

LinkedIn profile →

Os recursos de telemedicina emergem como ferramenta para resiliência na gestão de crises

Toda grande crise causa uma mudança nas "cartas". No setor da saúde, uma das maiores mudanças que estamos a observar na relação médico-paciente é a adoção maciça da telemedicina.

Desde a coordenação da prestação de cuidados até a consulta à distância ou a monitorização de doentes, os ecossistemas digitais de saúde já existem na Europa, EUA e Ásia. Enquanto alguns "payers" disponibilizaram seus serviços de telemedicina gratuitamente para médicos, a AXA Bélgica abriu seu serviço de consulta on-line gratuitamente para cidadãos belgas durante a crise. A utilização está a atingir um nível sem precedentes, com teleconsultas aumentarem 3.000 por mês em 2019 para 6.000

por dia durante a crise na França. A telemedicina possui todos os recursos para permitir uma resposta eficaz a situações como o surto de Covid-19. Projectado para enfrentar o desafio de uma súbita escalada na procura. Primeiro, permitindo que os doentes evitem a saturação dos serviços de saúde para o diagnóstico inicial, e segundo contribuindo para a redução dos riscos de contaminação para os profissionais de saúde e utentes, em particular os mais vulneráveis. Ao impulsionar a telemedicina, a crise da Covid provavelmente tornará as consultas a distância numa tendência que continuará no futuro.

Antecipando a ansiedade do distanciamento social A telemedicina também está a beneficiar do apoio regulatório reativo em muitos países, com despesas diretas baixas para os pacientes e maior flexibilidade para médicos nas ferramentas que usam para consultas a distância.

De acordo com a equipe da Imperial College Covid-19, as medidas de distanciamento social podem durar até 18 meses.

Poderá afectar a saúde mental

das pessoas, particularmente aquelas que já são frágeis e sofrem isolamento. Se a minimização do contato humano continuar a ser prescrita, isso poderá gerar uma nova ansiedade social. Como o apoio à saúde mental já é um dos principais desafios de saúde da próxima década, essa ansiedade sem dúvida exacerbará essa necessidade.

Principais Takeaways

- › A telemedicina contribui para familiarizar em escala pacientes e médicos com um ecossistema de saúde digital maior
- › Os regulamentos de telesaúde estão a adaptar-se rapidamente para acompanhar esta tendência
- › A telemedicina é uma resposta apropriada às especificidades do Covid-19, tanto em seus métodos de tratamento quanto em servir para controlar os riscos associados à epidemia - em particular tranquilizando aqueles suscetíveis a problemas de saúde mental.



CONTRIBUIÇÃO DE ESPECIALISTA

Juana Catalina Rodriguez

#RETAIL #BUSINESSMODELS

A Juana Catalina tem liderado inovação, nas últimas duas décadas, em diferentes setores, incluindo bens de consumo (FMCG), serviços financeiros, serviços vendas telemóveis, e transformação digital na Ásia-Pacífico, Europa, América Latina e América do Norte. Licenciada em Engenharia, M.S Marketing, MBA e certificado de inovação corporativa Stanford LEAD.

[LinkedIn profile](#) →

Como está o Retalho a adaptar-se à nova Economia Low Touch?

O retalho é o lugar de excelência de foco no cliente, como foi o lugar onde os produtos encontram os consumidores reais. Se voltássemos há 200 anos ou mais, todo o retalho era uma pequena loja para mães e filhos. O modelo de negócios deles, 'Good Morning Madame Smith', era baseado na intimidade e nas relações estreitas com os clientes. Entretanto, no início do século XIX, um novo modelo de negócios foi introduzido pelos grandes armazéns, seguido alguns anos depois pelos catálogos de venda por correio.

O Covid-19 forçou os lojistas a adaptar-se e redesenhar seus modelos muito rapidamente. As medidas de distanciamento social mudaram radicalmente as rotinas, geraram novos comportamentos na forma como consumidores compram e no que compram. Para muitos lojistas o tráfego de rua é crucial para sustentar seus modelos

de negócios. Essas alterações estão gerar novas práticas offline e online. Para responder à procura alguns lojistas transformaram suas operações e gestão da cadeia de fornecimento, além de fortalecer novos serviços como encomendas on-line, entregas ao domicílio e pontos de levantamento. Mas nem todos os segmentos têm a mesma sorte - entre jóias, moda, automóveis e artigos de luxo, os mais atingidos, empresas que têm um jogo diferente para sobreviver num pós-COVID.

Comercio local

Como os consumidores em casa, muitos recorreram a pequenas lojas locais. As pequenas empresas descobriram novas formas de se conectar com seus clientes, desde encomendas on-line, entregas no passeio ou em casa gratuita, os cartões de presente para uso posteriormente, ou oferta desses serviços nas plataformas como o Instacart - uma app de entrega de supermercado que viu os downloads dispararem durante neste período.

Pagamentos sem dinheiro e telemóveis

Os esforços para eliminar o contato físico provocaram o aumento nos pagamentos sem contato. Coreia do Sul aumentou 30% nos pagamentos de cartão e telemóvel entre Janeiro e Fevereiro 2020.

Tecnologia permite essa transformação

Os gigantes chineses de comércio electrónico Alibaba e JD.com, a Amazon nos EUA, criaram lojas totalmente automatizadas, com várias tecnologias, como etiqueta eletrónica, identificação por radiofrequência (RFID), visão computador, reconhecimento facial e voz, o que permite transações com "Low Touch". Um tipo de tecnologia que está voltar à ribalta é a realidade aumentada e a realidade virtual.

Principais takeaways

- A pandemia mudou hábitos de compra dos consumidores, e as organizações de retalho procuram inovar e se adaptar.
- Quais mudanças permanecerão após o término da pandemia
- Como podemos torná-los sustentáveis?



CONTRIBUIÇÃO DE ESPECIALISTA

Sajal Singh

#RETAIL #FMCG #ANALYTICS
#MARKETPLACE

*Sajal is a digital advisor with more than 12 years' experience shaping digital strategy for CXOs across 3 markets and 8 sectors. Also a Forbes contributor and a global **innovation expert with the UN**, he serves on the board of IE Business School's MBA programs in Spain.*

[LinkedIn profile](#) →

[Profile on Forbes](#) →

Peel-Works conecta os 12 milhões de lojas mom-and-pop da Índia para a Economia Low Touch

Na Índia, o comércio é organizado e desorganizado. O comércio desorganizado consiste em uma poderosa rede de 12 milhões de lojas familiares e de gerência familiar que operam nos bairros da Índia, atuando como um ponto de distribuição importante para os FMCG. Ao mesmo tempo, a Índia alimenta grande parte de seu crescimento no consumo da classe média. Essas lojas são pequenas e importantes, mas não tecnologicamente modernas o suficiente.

Com a Índia fechada por mais de um mês, os meios de subsistência dessas lojas estão em risco. As margens dos produtos de FMCG são mínimas e sem consumo, sua sobrevivência depende da

capacidade de usar tecnologia a seu favor - uma oportunidade percebida pela Peel-Works, startup de B2B SaaS. A empresa apoiada pela Unilever ajuda a modernizar e digitalizar pequenas lojas através de um mercado 'Taikee', que lhes permite descobrir novas marcas e encomendar diretamente ou distribuidores. Está em mais de 16 cidades, com 20.000 lojistas, e continua a aumentar vendas, encher cestos e lucros. O seu impacto é tal que, até Março de 2020, angariou US \$ 5,86 milhões para o seu C-financiamento.

O CEO Sachin Chhabra diz que cerca de 70% das lojas parceiras da Peel-Works usam seus serviços para fazer pedidos todos os meses e a empresa espera atingir uma taxa de execução de GMV de quase US \$ 1 bilhão até o final do ano financeiro de 2020.

Principais Takeaways

- Até agora, as empresas com distribuição física de distribuição tiveram uma vantagem competitiva. Mas com perfis de margem de 3-5% global e um declínio prolongado do consumo, com modelos em centrados nos utilizadores, usando inovação ajuda a criar novos modelos de distribuição, como o da Peel-Works
- Uso de tecnologia para ajudar a tornar visível o fornecimento invisível pode tornar-se recurso essencial pós-pandemia para empresas dependentes de distribuição
- Mudar a perspectiva de cadeia de fornecimento para participantes da cadeia de fornecimento pode revelar oportunidades interessantes e a criar novos modelos de negócios digitais



CONTRIBUIÇÃO DE ESPECIALISTA

Jens Edler

#SALES #TRUST

Digital Transformation Manager at WAGO Kontakttechnik com experiência em TI e Design de Experiência do Utilizador. Ele gosta de trabalhar no cruzamento da cultura, mudança e inovação da empresa. Sempre conectando ao nível humano. Jens também é um Facilitador de Design Sprint, apaixonado por workshops de criação de valor em geral.

[LinkedIn profile](#) →

[wago.com](#) →

A morte das vendas B2B como a conhecemos.

Primeiro as boas notícias: as vendas B2B provavelmente não serão afetadas pela iminente crise do consumismo. Os seus clientes não se questionam: "Eu realmente preciso disso?" porque os seus produtos já estão a criar valor para eles. As más notícias: realizar vendas B2B na Economia Low Touch será muito diferente do pré-COVID-19.

As vendas B2B dependiam muito do contato direto com o cliente. Seja em feiras, visitas a clientes ou distribuidores. Hoje isso não é possível devido às recentes medidas de restrição e distanciamento social. É provável que seus vendedores estejam presos nos seus escritórios (em casa) a imaginar como fazer o seu trabalho.

A maioria deles espera voltar rapidamente ao normal.

Na minha opinião, essa esperança é um erro: mesmo que algumas restrições já sejam flexibilizadas, elas serão reforçadas novamente se a propagação do COVID-19 voltar a acelerar. Nenhum normal será o novo normal para vendas B2B precisamos estar preparados para isso.

Sim, haverá feiras comerciais no futuro e você terá a oportunidade de se reunir com seus clientes, mas isso pode demorar. Até lá, você terá que investir mais tempo num cliente único para permanecer conectado. É preciso um esforço maior para criar o mesmo nível de confiança e entendimento, sem poder reunir-se fisicamente. É muito mais difícil criar os laços emocionais necessários. Então você terá que gastar seu tempo com sabedoria. Não se concentre nos seus clientes a comprar mercadorias em grosso. Concentre-se nos clientes que compram produtos e soluções de

níveis mais altos.

É aqui que você pode criar valor, porque as vendas de mercadorias já foram para o comércio eletrónico.

Como vai fazer isto? Abraçando a inovação.

Aceite novas formas de entrar em contato com seus clientes. Por que não fazer uma Feira Digital usando twitch.tv? Experimente o chat online. A empresa alemã de comércio electrónico Spryker re-focou seus planos de marketing e vendas para 2020, assim que perceberam que não haverá grandes feiras de tecnologia em 2020. Agora eles realizam muitos seminários on-line que atraem muita atenção porque partilham ideias, educando as pessoas e também promovendo os seus produtos.

Ou escreva um cartão postal ou uma carta a maneira antiga para o seu cliente. Experimente, avalie e, o mais importante, destaque-se da



CONTRIBUIÇÃO DE ESPECIALISTA

Steve Glaveski

#NEWBUSINESSMODELS #MUSIC

Steve Glaveski é CEO e **co-founder of Collective Campus**, um acelerador corporativo de inovação e startup baseado em Melbourne, na Austrália. Ele é host do podcast *Future Squared* e é autor de *Time Rich: faça o seu melhor trabalho, viva sua melhor vida e empregado para o empresário: como ganhar sua liberdade e fazer o trabalho que importa*.

[LinkedIn profile](#) →

Covid-19: Vencedores, perdedores e novas oportunidades de negócios

Os líderes devem primeiro fazer um balanço da sua pista e determinar se seu atual modelo de negócios os ajudará a enfrentar a tempestade Covid-19.

Quanto menor a pista, mais drástica é a ação.

As redes de valor quebraram-se e as suposições subjacentes a muitos modelos de negócios podem agora ser falsas.

Isto está a criar "novos mercados". O Zoom está a abrir um enorme mercado novo de pessoas que anteriormente não usavam seu produto.

Modelos de negócio ganhadores e perdedores

Há vencedores e perdedores, e é no último onde encontraremos trilhões de dólares em necessidades não respondidas porque as empresas ou não conseguem operar ou estão a fazê-lo com uma capacidade muito limitada.

Mas podemos transformar perdedores em vencedores.

Reinvenção do modelo de negócios

Pergunte a si mesmo:

Como podemos satisfazer necessidades ainda não respondidas dos nossos clientes?

Pense em música ao vivo - as pessoas ainda querem ver músicos ao vivo.

Como podemos satisfazer as necessidades do público dos concertos?

Forneça a infraestrutura e o marketing para um concerto ao vivo

transmitido on-line.

Não cobre US \$ 200,00 por um bilhete. Em vez disso, cobre US \$ 10, mas obtenha um público muito maior, sem os custos das tournés.

Ofereça "up-sells" em tempo real de merchandizing da banda (como máscaras da marca!).

Principais takeaways

- > Definir o modelo negocio pre-Covid-19, e determinar quais aspectos precisam ser reinventados
- > No minimo considerar:
 - Canal de Distribuição
 - Segmentos de Cliente(s)
 - Modelo de receitas
 - Estrutura de custo
 - Canais de marketing
- > Uma vez que tenha uma lista de modelos de negocio, execute, aprenda e adapte, rapidamente.



CONTRIBUIÇÃO DE ESPECIALISTA

Rawad Choubassi

#CITYREDESIGN #SAFETY
#MOBILITY

*Rawad Choubassi é actualmente Partner, Board member e **Technical Director at Systematica**, que ingressou em 2008. Ele lidera uma equipe multidisciplinar em projetos de planeamento e pesquisa de mobilidade, incluindo Transform Transport, a principal unidade de pesquisa da Systematica focada em soluções inovadoras de mobilidade baseadas em 30 anos de experiência prática.*

[LinkedIn profile](#) →

[Milan Sidewalks map](#) →

Os passeios no centro

O mundo da mobilidade foi abalado por um evento sem precedentes que conseguiu questionar todas as estratégias de transporte globais. O mantra da mobilidade sustentável, de que uma maior densidade de utilizadores cria eficiência, foi derrubado pela necessidade de distanciamento social em todas as áreas da vida pública. Para o transporte público, isso significou uma mudança de paradigma, e os operadores de trânsito ainda estão a procura de abordagens inovadoras para equilibrar segurança e operacionalidade. No lado do transporte ativo, porém, a necessidade de opções de viagens com "Low Touch" veio fortalecer o esforço de promoção com maior motivação.

(Re)visitar espaços pedestres

Num exercício de mapeamento liderado pelo Systematica, que tenta repensar padrões aceitáveis

para largas de passeios, foi revelado quase metade dos passeios de Milão é praticamente insegura pelas regras atuais de distanciamento social. Tais discrepâncias têm enorme impacto na forma como os peões se organizam no espaço público.

A recuperação é fundamental

É crucial compreender que largas absolutas fornecem apenas uma base para avaliar o potencial dos passeios. A realidade é que os nossos passeios são ocupadas por vários elementos que muitas vezes são barreiras ao fluxo de pedestres. Em Milão, carros estacionados ilegalmente nos passeios representam desafios únicos para as administrações municipais que exigem soluções de planeamento coordenado. Os ganhos potenciais da recuperação de passeios são vastos. Além do fluxo melhorado de peões, a recuperação de passeios cria outros efeitos em cascata em vários outros aspectos. As lojas da rua, por exemplo, tornam-se mais acessíveis, mas também também pode gerir o fluxo de

visitantes organizando filas no espaço do passeio. Passeios mais amplos também podem significar melhor facilidade para entregas autónomas libertando o caminho. Os dispositivos de mobilidade para pessoas com mobilidade reduzida, que dependem da navegação sensorial também ganhariam com o fluxo desobstruído. Por fim, os ganhos em grande escala da otimização dos passeios vão além das funções existentes e abrem caminhos para um novo conceito de uma infraestrutura de mobilidade desvalorizada há muito tempo.

Principais takeaways

- A reavaliação do espaço de passeios é essencial para uma mobilidade segura
- 45% dos passeios de Milão são impróprias para o movimento de peões em "Low Touch"
- O desbloqueio do potencial de peões exige a recuperação de passeios com efeitos positivos no comércio e na mobilidade.



CONTRIBUIÇÃO DE ESPECIALISTA

Miguel Corais

#DIGITALSALES #VIRTUALEVENTS

*Miguel é um consultor especializado na internacionalização de negócios e desenvolvimento de mercado, com passagem por feiras internacionais, bancos e auditoria. Ele é atualmente **Director of Internationalization at CH Consulting.***

LinkedIn profile →

CH Consulting →

Transformação de Eventos B2B: a coisa mais próxima da realidade será o jogo

Acredito que o impacto da Economia de Low Touch será permanente no comércio internacional, especialmente em eventos internacionais de B2B. O mercado precisa seguir em frente e não pode esperar pelo retorno dos eventos presenciais.

Nem tudo será uma má notícia: a chave nos eventos B2B está na otimização do "matchmaking"

Muitos acreditaram na impossibilidade de substituir os relacionamentos "cara a cara", mas podemos usar a forma como os millennials se relacionam para perceber que muitos deles usam jogos e realidade virtual para se relacionarem de maneira sincronizada, seja 1 a 1 ou 1 para muitos.

Vamos-nos habituar a participar em feiras ou eventos virtuais, aproveitando as tecnologias avançadas que otimizam a participação de expositores e visitantes. Desde o uso de inteligência artificial, análise preditiva, automação, aprendizado de máquina, identificação de perfis e antecipação de necessidades, para que o relacionamento e a rede sejam alcançados de maneira eficaz.

Personalização em massa será a palavra de ordem

O visitante selecionará rapidamente (por sugestão automática ou fácil identificação) os expositores, produtos ou tecnologias que melhor se adequam aos seus negócios. Os expositores conhecerão detalhadamente o perfil de cada visitante. Será possível fazer uma demonstração adaptada à realidade do cliente, usando a tecnologia de simulação de realidade virtual, avaliando, por exemplo, o

desempenho de uma máquina em vários cenários

Principais takeaways

- A rede virtual em eventos B2B será muito parecida com os jogos aos quais a geração milénio está muito habituada.
- Os organizadores fornecerão as melhores soluções de matchmaking
- Haverá personalização em massa: as demonstrações serão simuladas para a realidade de cada visitante.

De fato, com a necessidade de substituir o que podemos chamar de "mundo físico" num evento, usando digital e virtual, com todas as ferramentas à sua disposição, os "players" poderão decidir com dados reais do que realmente fizeram no passado recente, e também beneficiar da rede duradoura que podem estabelecer, mantendo-a virtual ou fisicamente.

Reúna sua melhor equipe, **a corrida ao ouro já começou**

**Inove no núcleo da sua
organização**

**Explore áreas de
oportunidade adjacentes**

**Mude para oportunidades
"white-space"**



**Precisa de uma mão?
[contacte-nos](#)**

Este documento foi útil para si?

Significará muito para nós se partilhar este relatório com outras pessoas, dentro ou fora da sua organização.

Fique à vontade para usar
#lowtoucheconomy

Obrigada, Nick & Phil

[LinkedIn](#)

[Facebook](#)

[Twitter](#)

[Mail](#)

O Covid provavelmente não desaparecerá tão cedo, mas as oportunidades sim. Ajudamo-vos a aproveitar novas oportunidades à velocidade das startups. **Entre em contacto para aproveitar a Economia Low Touch.**



board of
innovation

Philippe De Ridder

CEO | Co-founder | Author | Speaker

philippe@boardofinnovation.com

[Connect on LinkedIn](#)

O Board of Innovation é uma empresa global de estratégia e design de negócios com clientes como Danone, Philips, ING, Roche, Toyota e muitos outros.

[Ler casos de clientes](#)

[Ler outros relatórios](#)

