

Por Sergio Aronis (*)

O comportamento mais digital das pessoas e das empresas não será deixado de lado depois desta crise. Como podemos nos adaptar para o mundo pós-coronavírus?

A crise mundial provocada pelo coronavírus terá um impacto prolongado sobre o comportamento das pessoas. Não é exagero dizer que este é um momento que está gerando mudanças permanentes na forma como nos relacionamos, consumimos, trabalhamos e fazemos negócios. Mas esta não é a primeira crise que vivemos, nem a última. Especialmente no Brasil.

Olhando para os últimos 20 anos, passamos por várias crises econômicas (crash da Nasdaq e 11 de Setembro em 2001, crise do subprime em 2008, recessão no Brasil em 2015/2016) e passamos a usar tecnologias que nem sonhávamos. Para ficar em apenas um exemplo, o iPhone existe há pouco mais de 10 anos apenas, e é difícil imaginar um mundo sem smartphones.

Por isso, não deveríamos nos perguntar se vamos sair da crise atual, porque vamos. A questão é: o que muda agora?

O mundo por agendamento

O mundo pós-pandemia vai ser um mundo de agendamentos. No mínimo até encontrarmos uma vacina, e provavelmente até mesmo depois disso, a vida humana será uma vida agendada, programada. Isso já está acontecendo: na Itália, por exemplo, as pessoas estão precisando agendar a ida à academia, aos salões de beleza e até mesmo à praia, para evitar aglomerações. Para o brasileiro, que não tem o costume de, por exemplo, fazer reservas em restaurantes, esta será uma mudança cultural grande, mas inevitável.

Use a tecnologia para aproximar

O mercado começou a sentir os efeitos da crise em abril. Por exemplo, o meio que atuo, as clínicas odontológicas tiveram de fechar as portas. No comércio, os negócios começaram a se digitalizar e vários outros setores tiveram que repensar suas ações. A pandemia serviu para provar o quanto a tecnologia vai se fazer ainda mais presentes nos dias de hoje e reforçar algumas inovações.

Colaboração em alta

Esta crise pode mudar a forma de fazer negócios em um outro aspecto: sermos mais colaborativos. Quando todos precisam se ajudar para ultrapassar um momento difícil, isso cria vínculos sólidos e relacionamentos mais relevantes.

Durante a pandemia, todos estão precisando acelerar sua digitalização. Embora o setor odontológico, por exemplo, seja digital “da porta para dentro”, com sistemas de gestão, a maioria das clínicas não tinha ainda pensado em como se expor digitalmente: 65% de nossos clientes não tinham um website, por exemplo. Agora ficou claro que uma presença digital mais forte será importante para alcançar novos clientes.

Os recursos encontrados para passar melhor por este momento de coronavírus não serão deixados de lado depois da crise. As conveniências de hoje não serão passageiras, elas permanecerão quando tudo isso passar. A digitalização é um caminho sem volta. Cabe a todos nós entender como podemos aproveitar essas oportunidades para gerar mais parcerias e estreitar o relacionamento com o cliente e com todos os nossos parceiros de negócios.

(*) **Sergio Aronis** é CEO e fundador da Dentalis, empresa de softwares para clínicas odontológicas líder do mercado brasileiro.

Fonte: Saúde Business, em 19.06.2020