

17 - A Era dos Consumidores Sempre Conectados

Luiz Otavio Nascimento

Forrester, a bem conceituada empresa de pesquisa, tem propagado a chegada de uma nova era, a Era dos Consumidores, caracterizada por consumidores sempre conectados, o que a cada dia se torna realidade graças à crescente densidade de penetração dos smartphones nos mais diversos mercados.

Isso está alterando o comportamento de todos, principalmente dos mais jovens, que usam esses aparelhos multifuncionais para quase tudo, convertendo-os em companheiros inseparáveis.

Literalmente ninguém mais sai de casa sem eles, pois é através deles que nos tornamos acessíveis e recebemos informações on line e real time.

Várias empresas e inúmeros empreendedores no mundo inteiro, sabedores disso, lançam novos e mais diferenciados aparelhos, e fantásticos aplicativos, contribuindo dessa forma para expandir esse negócio, convertendo aqueles que estavam à margem deste novo mundo. É difícil prever qual será o destino final disso tudo.

Nos vemos agora inseridos num ambiente empresarial de alta velocidade onde as vantagens competitivas tendem a tornarem-se transitórias, o que requer concepção e implementação tão rápidas de estratégias, de modo a poder acompanhar a evolução do mercado.

Tendo ciência da revolução que está ocorrendo, naturalmente surgem perguntas como: qual é a estratégia digital da sua empresa? Que aprendizado sua empresa vem fazendo nesse sentido? O que você está esperando para entrar neste campo?

Entendendo a jornada do consumidor como sendo a sua percepção de uma necessidade até o momento de total satisfação da mesma, a Forrester listou cinco pontos chaves de contato do consumidor com uma empresa varejista: a descoberta da necessidade e das alternativas de atendê-la; a avaliação de tais opções; a compra propriamente dita; o uso e, finalmente, a obtenção de suporte.

Cada um de tais pontos representa uma oportunidade de criar diferenciação, obter engajamento, gerar valor e capturar a lealdade do consumidor, conhecê-lo mais e mais, arregimentando-o para o exército de apóstolos de sua marca. A maneira de fazer isto ainda não é dominada por nenhuma empresa. O terreno está aberto para descobertas e é certo de que mais uma vez funcionará a Teoria da Onça: “aquele que chegar primeiro tomará a água mais limpa. Os últimos beberão lama.”

Onde estarão você e a sua empresa?