



RCKT NEWS

*Um giro pelo que está acontecendo!
Comportamento do consumidor.*

**Here
and
now**

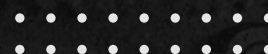
“

A satisfação dos clientes é o objetivo de qualquer marca ou empresa.

Conseguir oferecer exatamente o que necessita faz com que tenhamos um aumento da conversão, assim como uma melhoria nos processos de reconhecimento. Quando percebem que sua demanda foi saciada com simplicidade e assertividade é mais recorrente que voltem.

Para que tenhamos uma estratégia pontual é preciso que tenhamos uma comunicação direcionada e um vasto conhecimento acerca das preferências de cada um.

Conseguir oferecer exatamente o que necessita faz com que tenhamos um aumento da conversão, assim como uma melhoria nos processos de reconhecimento. Quando percebem que sua demanda foi saciada com simplicidade e assertividade é mais recorrente que voltem.



Conteúdos

❌ ❌	O que é?	Pág 03
❌ ❌	Fatores de influência	Pág 04
❌ ❌	Consumo 2019 – Multicanal e de Qualidade	Pág 05

O que é?

✘ Sendo uma frente de estudo único:



Conhecer e conseguir mapear quais foram as experiências e sensações do cliente ligados à marca é o que diferencia possíveis concorrentes. Temos aqui a somatória de fatores que definem a compra:



✘ Sua experiência de marca é o que define o momento de escolha e alguns pontos de atenção são de grande importância:



Conheça seu público alvo: com gostos e vontades específicas, a motivação de cada nicho acontece de maneira única.

Esteja aberto às **mudanças e inovações** do mercado para que possa sempre dialogar com novos possíveis compradores e acompanhar os já conquistados.

Defina o posicionamento de sua marca e seja fiel a ele. **Marcas são lidas como pessoas** e é comum que se encante com que causa similaridade.

Um cliente fiel é aquele que escolhe o seu produto, mas também quem o indica para outros consumidores. **Acreditar no valor do seu produto é fundamental.**

Fatores de influência:

- ✘ Independente da sua entrega, os consumidores podem ser sempre segmentados em nichos.



Esses nichos, por sua vez, podem receber personas representativas. Quando traçamos um completo perfil de persona podemos diagnosticar quais são as maiores vontades, necessidades ou valores de cada grupo de consumo. **Mas, para essa construção, quais são os eixos a serem considerados?**

- ✘ Listamos alguns aqui que podem te ajudar:

CLASSE SOCIAL

O que desejam as pessoas desse estrato social?



CULTURAIS

Quais os valores e preferências do segmento?



GRUPOS DE REFERÊNCIA

Quais são os ídolos e marcos que esse nicho mais admira?



FAMÍLIA

Núcleos mais próximos como pais e filhos costumam ter maior influência



IDADE

Quais as necessidades e desejo desse momento da vida de cada um.



OCUPAÇÃO

As profissões escolhidas ou desejadas também são importantes!



ESTILO DE VIDA

Os gostos particulares, influenciam nas escolhas de lazer ou estudo.



CRENÇAS

As diferentes religiosidades impactam diretamente no consumo individual.



PERSONALIDADE

Pessoas mais ou menos extrovertidas tendem a fazer compras diferentes.



Consumo em 2019

✘ A revista Meio e Mensagem¹ publicou no mês de agosto um balanço do consumo em tempos de crise e afirma que, **apesar da preocupação com os preços, o consumidor segue otimista com as compras multicanal.**



157
MILHÕES
de consumidores

4.4
TRILHÕES
gasto estimado
para famílias em
2019

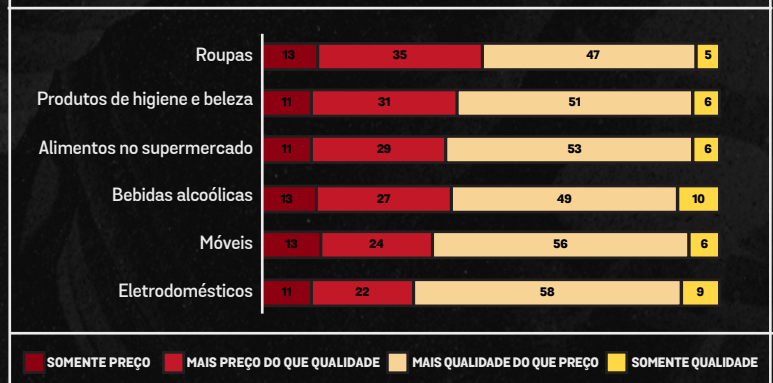


Renato Meirelles
Presidente do Instituto
Locomotiva

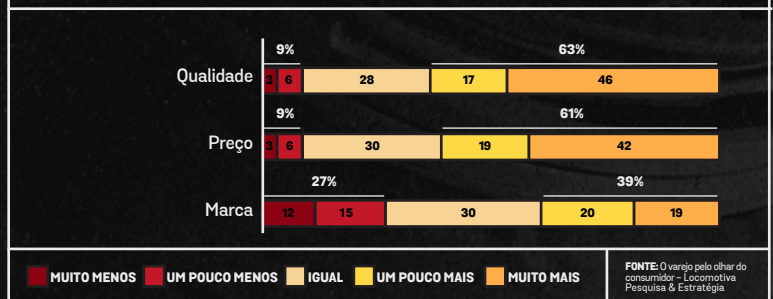
✘ Apesar do desafio econômico, o valor parece não ser o único critério de escolha.

De modo geral, o que você leva em consideração na hora de comprar... (%)

(Entre quem compra essas categorias de produto)



Dá mais ou menos importância para... (%)



FONTE: O varejo pelo olhar do consumidor - Locomotiva Pesquisa & Estratégia



O consumidor, hoje, tem se proposto mais a experimentar marcas que não ocupam lugar de liderança no mercado, e nessa busca tem descoberto novas possibilidades.



RCKT NEWS

Obrigada!

Nos vemos na próxima edição.