



CADERNOS ESPECIAIS

MARKETEER CONTENTS



09 – 10 SETEMBRO 2021 EXPONOR | PORTO

OSP SUMMIT
2021

dreammedia.pt

Visite o nosso stand F-40



Novas tendências no comportamento do consumidor

Por **Marketeer** em **08:00, 4 Ago, 2021**

Por Sónia Nogueira, docente e coordenadora de Marketing do 1.º ciclo da Universidade Portucalense

O comportamento do consumidor é uma área de estudo centrada na identificação dos factores que induzem a uma decisão de compra por parte dos consumidores. Procura compreender as suas motivações, as atitudes, as influências, as percepções que os público-

alvo têm das marcas. O estudo do comportamento do consumidor é, também ele, multidisciplinar já que considera contributos de outras áreas do saber tais como a psicologia, a sociologia, a antropologia, entre outras.

Se o marketing conseguir obter esta informação com a maior fiabilidade possível, melhor poderá pensar em termos das estratégias para atracção e captação dos clientes. As vantagens são múltiplas: melhoria da comunicação, assertividade e redução de custos, diferenciação da concorrência, antecipação da mudança, inovação e lealdade dos consumidores.

Contudo, importa ter presente que é uma área altamente volátil já que os factores que condicionam o comportamento dos consumidores mudam constantemente fruto das circunstâncias, dos acontecimentos mais recentes, das modas, da mudança social e cultural, etc. Algumas tendências actuais devem, por exemplo, ser tidas em conta pelas empresas tais como:

1 – Digitalização a uma velocidade vertiginosa – os vários públicos passam a ter rápido acesso à informação e as relações entre clientes e marcas intensificam-se aumentando o foco em relacionamento e experiência;

2 – Rejeição de burocracias e procura de segurança – o consumidor actual foge de burocracias e prioriza segurança na hora de comprar. Além disso, quer ser ele a poder gerir o seu tempo e momento de compra dentro da sua maior conveniência;

3 – Qualidade e facilidade dos processos de compra – o consumidor actual é cheio de pressa e não tolera falhas. Exige qualidade e processos de compra céleres e fáceis;

4 – Quer fazer parte de uma comunidade e valoriza a opinião de terceiros – é um ser social altamente impactado por influenciadores. Procura ler avaliações de um produto ou serviço feitas por outros consumidores antes de ele próprio proceder à compra;

5 – Valoriza a comunicação pessoal – precisa de sentir que as marcas o conhece individualmente e compreende, que adaptam a oferta às suas necessidades e especificidades;

6 – Não conseguem viver sem telemóvel e WiFi – é uma tendência e uma exigência baseada na comodidade, conveniência e praticidade. E isso é o mínimo que as marcas precisam de entregar aos seus consumidores. O que vai muito além de sites e blogs responsivos;

7 – Consumo sustentável e consciente – é a grande moda actualmente e não pode ser ignorada pelas marcas. O consumidor envolve-se nos debates pelo consumo consciente e sustentável e o boom do digital a que assistimos vem facilitar cada mais esta faceta do

consumidor;

8 – Geolocalização e pesquisas por voz – facilitam o imediatismo das pesquisas e a obtenção rápida de resultados.

O comprador hoje não tem uma jornada de decisão de compra linear, tudo se tornou mais complexo porque o consumidor informa-se, recolhe aconselhamento, compara, comenta, interage nas redes sociais, partilha as suas experiências, vê e-mails, compara as ofertas da concorrência e é altamente crítico em relação ao comportamento das empresas. Assim, é cada vez mais difícil prever as suas intenções e comportamentos e atrair a sua atenção. Eis o grande desafio actual do marketing!

pub



Deixe-nos ser a sua porta de entrada para a economia circular

Saiba mais em dssmith.com/comeceociclo



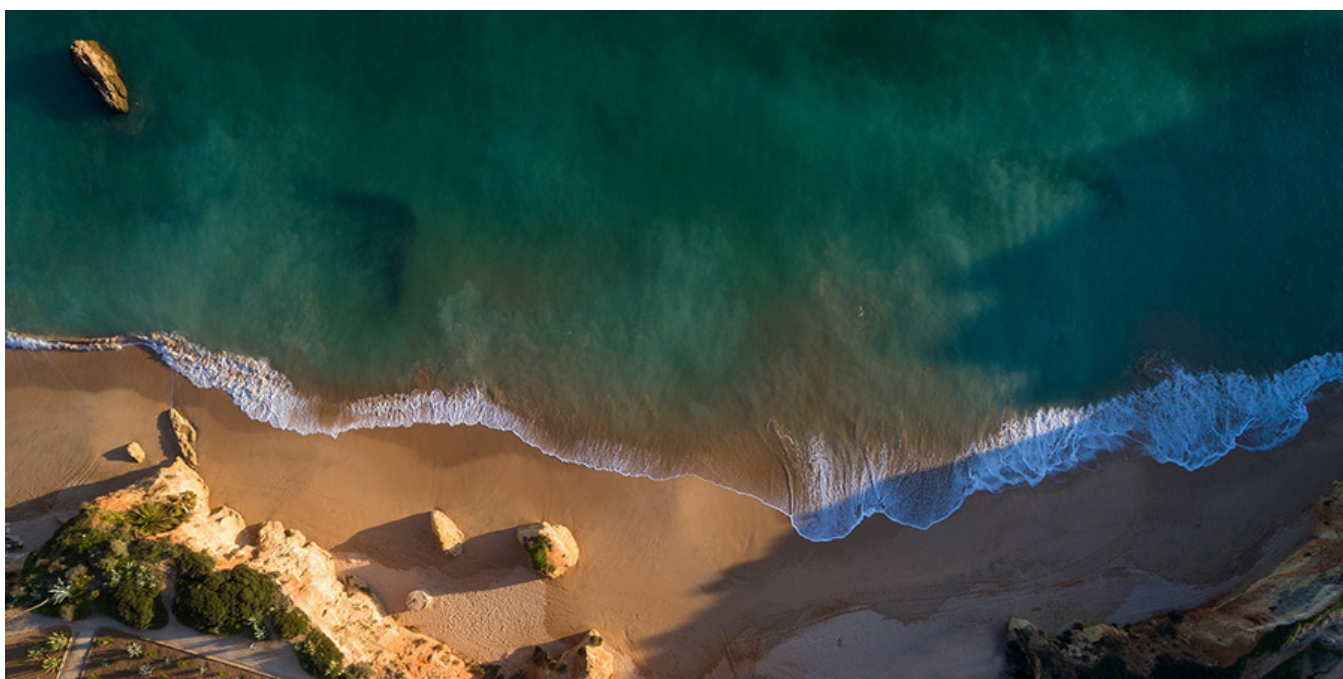
📌 MULTIPUBLICAÇÕES



McDonald's e Starbucks integram teste da moeda digital da China



Atenção à colocação de máscaras em crianças



Hotéis da Sonae Capital preparam retoma a partir de 15 de Maio



Carlos Alexandre ordenou à NOS, Eurobic e Efacec que bloqueiem direitos de Isabel dos Santos



O que pesquisam os internautas no Google em tempo de COVID-19?



10 mudanças para melhorar a sua vida aos 50 anos





Como evitar emoções negativas e comportamentos tóxicos durante o isolamento?



Governo suspende venda de automóveis (exceto online)