

CONVENIÊNCIA, A PALAVRA DE ORDEM DO MERCADO DIGITAL

Transcrevendo o significado, a conveniência, seria tornar oportuno, favorável ou o que pode ser utilizado para descomplicar uma rotina.

Meu trabalho consiste em auxiliar e aconselhar as empresas digitais, e é por isso que engana-se quem acha que para ter sucesso no mercado atual precisa estar recheado de tecnologia. O que é realmente fundamental é conveniência.

A palavra de ordem do mercado atual, seja ele digital ou físico, é conveniência.



O segredo de ser conveniente não tem nada com tecnologia de ponta. Tem sim, com a jornada do seu cliente, a experiência do cliente.

Assim, para ser conveniente as empresas precisam acabar com a visão e conceito de negócio estável e tradicional, mesmo que seja bem sucedido, a visão deve procurar sempre a inovação, digitalização e conveniência.

Para engajar nesse modelo e nessa cultura de pensamento conveniente é preciso antes de qualquer coisa entender o consumidor de hoje.

Os superconsumidores ou consumidores 4.0.

No mundo da informação ter um negócio baseado na conveniência do consumidor, é fundamental. Os consumidores estão cada dia mais exigentes e informados, querendo experiências de compras mais fluídas, práticas e convenientes.

Os consumidores da era digital sabem mais dos produtos que os próprios vendedores. O consumidor está abastecido de informações. Desta forma, entenda, são os seus clientes que controlam a jornada de vendas do início ao fim.

O consumo atual é enérgico com as seguintes características: tempo, atendimento, agilidade e facilidade. O consumidor 4.0 quer agilidade, não tolera burocracia, não tolera formulário. As empresas precisam entender de conveniência para atender esse novo modelo de consumidor. O consumidor 4.0 faz conta do tempo x conta do preço.

O sucesso da popularidade dos aplicativos de serviços se deve a economia de tempo e praticidade embarcada.

Agora, engana-se que por causa dessa ansiedade toda, o consumidor que algo massivo, ele quer conveniência, customização e facilidade. O seu cliente quer, produto/serviço especial para ele. A única de forma de fidelizar é entregar experiência espetacular, fluída e digital. Ou seja, conveniência, a palavra de ordem do mercado digital.

Resumindo, quando digo conveniência e consumidor 4.0, entenda, que seu cliente quer, produto/serviço especial para ele, de forma rápida, ágil, fluída e digital.



Resumindo, quando digo conveniência e consumidor 4.0, entenda, que seu cliente quer, produto/serviço especial para ele, de forma rápida, ágil, fluída e digital.

Como faz isso? Com uso responsável, ético e seguro dos dados!

É impressionante como praticamente todos meus artigos que escrevo sobre temas da era digital envolvem eles: os dados.

A conveniência anda de mãos dadas e casadas com os dados. Porque torna o atendimento conveniente e individual.

De nada adianta também ter a maior conveniência se não consegue se comunicar com seu superconsumidor. Afinal esse novo cliente não quer ser tratado como massa. Os dados garantem o atributo da Individualidade.

Vejamos a Google e Amazon, essas duas empresas estão o tempo todo tentando entregar aquilo que o usuário precisa. Eles são obcecados por dados. O resultado de uma pesquisa ou de um e-mail de promoção meu é completamente diferente da seu. Acredita?

Que tal pegar um exemplo pessoal, isso, Fabíola Grimaldi é assinante da Amazon Prime, por um valor mensal, tenho acesso a vários serviços (música, filmes, livros, frete grátis, entrega rápida). Dessa forma, a Amazon me compreende tão bem, que até me conhece mais que eu mesmo. Rsrsrcs! Sério! A Amazon sabe através dos meus dados tudo que faço, o que eu compro (sendo prime não pago frete por alguns produtos, então compro muita coisa sem precisar sair de casa), o que ouço no Amazon Music, o que assisto no Prime filmes, o que leio no kindle, e também o que converso com sua Assistente Virtual, a Alexa.

Me conta, o que achou? Amazon me compreende, ela é maior empresa de conveniência do mundo e ainda me entrega tudo individualizado com análise dos meus dados. Ela nem me deixa pensar, e ainda me sinto feliz.

Os dados transformam a conveniência e individualidade em uma realidade de experiências satisfatórias para seu cliente.

Sabe aquela história de que os dados valem mais que petróleo? Verdade! Agora precisam ser transformados e usados de forma ética, responsável e obedecendo às legislações de direito digital e proteção de dados (LGPD - Lei 13.709/2018). Uma gestão digital é extremamente importante para que a empresa acesse de forma plena a conveniência e individualização com segurança jurídica personalizada.

Os dados dos seus clientes são os ativos mais importantes da sua empresa no mercado digital. Então é de sua responsabilidade zelar pela privacidade e proteção dessas informações, com uso ético e seguro dos dados pessoais. Esse é o elo de confiança do mercado atual, o cuidado com a cidadania eletrônica. Dados são vidas humanas!



A certeza da confiança e segurança de poder acessar uma loja digital, fornecer seus dados, receber serviço/produto com agilidade e conveniência é a parte fundamental para a sobrevivência e sucesso do seu negócio digital junto ao superconsumidores.

Por fim, não é a tecnologia, não é a Inteligência Artificial, quem ganha no mercado digital hoje é o negócio mais conveniente. E antes de qualquer estratégia, ouça seu consumidor! Lembra! Ele que domina a jornada do cliente.

Escrito por Fabíola Grimaldi