

alloyal

**Como engajar os
novos perfis de
consumidores?**





Introdução



Em apenas poucos anos o mundo experimentou muitas mudanças. Uma pandemia, uma guerra, uma mudança completa na forma como trabalhamos e vivemos e um grande aumento da inflação definitivamente causaram um grande impacto em nosso comportamento e hábitos de compra.

Além disso, desde que a Pandemia nos obrigou a trabalhar em casa e a recorrer à conectividade digital em vez da conexão humana, temos vivido uma sobrecarga de estímulos. Estamos mais conectados do que nunca graças à tecnologia em constante evolução. No entanto, ainda estamos nos acostumando com a nova realidade.





Por fim, os acontecimentos trágicos trouxe o que o sobrevivente do Holocausto Viktor Frankl, definiu como o otimismo trágico, ou seja, “a busca de significado em meio às inevitáveis tragédias da existência humana”. Trata-se de encontrar esperança e alegria, mesmo quando os tempos são difíceis e você enfrenta desafios. Isso nos une e permite que possamos nos conectar mais facilmente uns com os outros.

Portanto, com tantas mudanças, novos perfis de consumidores vem surgindo e as empresas precisam estar atentas a essas mudanças para continuar evoluindo.

Neste material vamos apresentar esses perfis e como fazer campanhas de sucesso com eles!



Consumidores conscientes





Os millennials e a geração Z estão desafiando os valores atuais do mundo: “E se não trabalharmos por 8 horas? E se não seguirmos o caminho de nossos pais? Que tal cuidar do Planeta ao invés de consumir constantemente?”

Consumidores conscientes não estão apenas conscientes do meio ambiente, mas também sentem a necessidade de cuidar de si mesmos e proteger suas necessidades e desejos.

Como engajar esses consumidores?

Sustentabilidade

Para esse perfil o incentivo do consumismo não é muito bem visto. Consumidores conscientes querem marcas que forneçam produtos e serviços sustentáveis. A sustentabilidade no varejo é o futuro porque ajuda as empresas a agradar os consumidores e proteger o meio ambiente. Além disso, para consumidores conscientes, considere fornecer mais produtos ecológicos e à base de plantas, pois eles têm mais acesso a informações relacionadas à saúde e se preocupam mais.

Posicionamento

De acordo com o Impact Marketing Club, 85% dos consumidores têm uma imagem mais positiva de um produto ou empresa quando eles apoiam uma causa pela qual se preocupam. Defender uma causa social e apoiar uma minoria é importante para o consumidor consciente.

Transparência e honestidade

Embora esses consumidores apreciem marcas que se envolvem em causas sociais, eles não gostam de marcas que praticam “greenwashing” ou “Pink Money”. A melhor forma de se comunicar com consumidores conscientes é focar na transparência. Promova suas iniciativas, mas certifique-se de seguir o caminho, não apenas falar por falar.



Caçadores de Inovação



Este grupo de consumidores adora inovação e tecnologia. Eles encontraram maneiras de monetizar suas habilidades técnicas e fornecer uma experiência para outros consumidores. Influenciadores, streamers e outros consumidores conectados à tecnologia buscam ver uma mudança nas marcas.

Como engajar esses consumidores?



Varejo omnichannel

Este consumidor quer ser capaz de comprar sempre que lhe der vontade. Ter uma estratégia omnichannel é essencial. Certifique-se de fornecer uma experiência de ponta a ponta sem atrito e de que suas campanhas estejam disponíveis em todos os canais.

Lojas instagramáveis

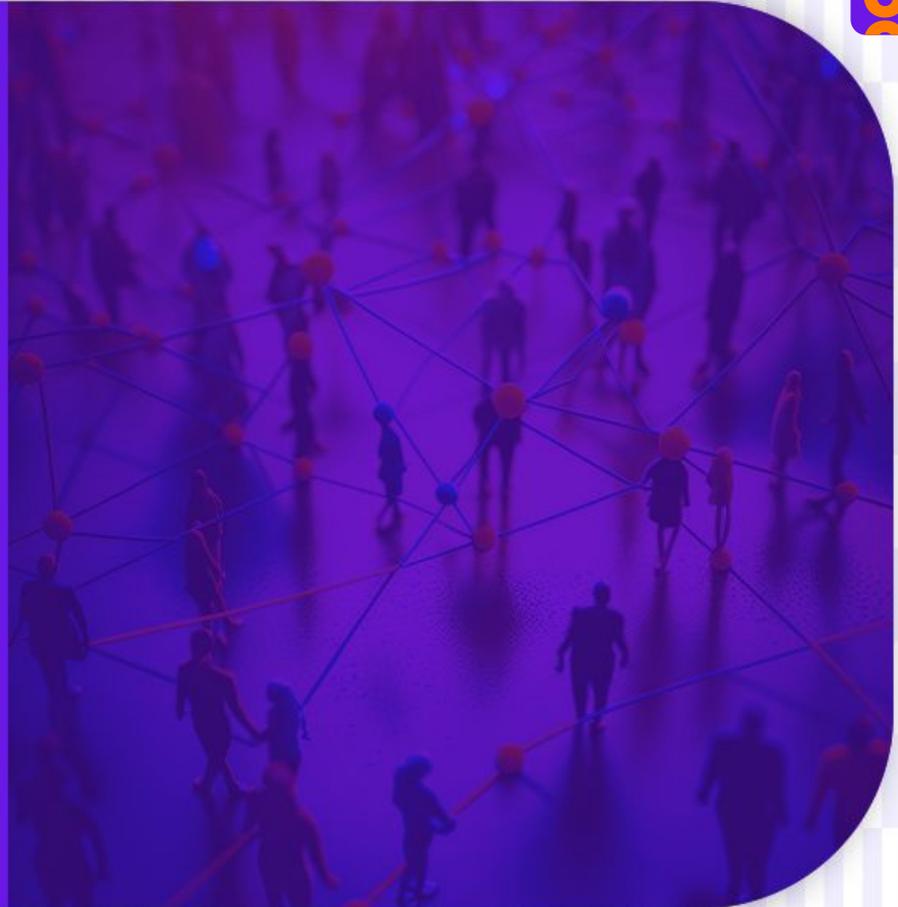
O marketing de influenciadores é extremamente popular hoje em dia. Todo mundo quer encontrar configurações instagramáveis para criar postagens. Decorar sua loja ou criar um local especial para sessões de fotos no Instagram é uma ótima maneira de engajar esse perfil.

Visibilidade no Metaverso

Esses consumidores são apaixonados pelo Metaverso e esperam que as marcas se juntem a esse espaço. Cada vez mais empresas estão presentes no Metaverso e as marcas também devem investir mais neste canal.



Fabricantes de conexão



Conectar-se com outras pessoas é uma ótima maneira de lidar com mudanças e desafios. Os criadores de conexões são pessoas que desejam viver momentos mais especiais com seus entes queridos e relembrar o passado. Esse perfil de comprador prospera a partir de conexões humanas.

Como engajar esses compradores?



Crie comunidades

Para os criadores de conexões, o mais importante é se sentir pertencente. É por isso que eles se juntam a vários grupos e às chamadas comunidades. Essa é uma ótima tática de marketing para marcas e varejistas que desejam envolver esse perfil de consumidor.

Atendimento ao cliente de próximo nível

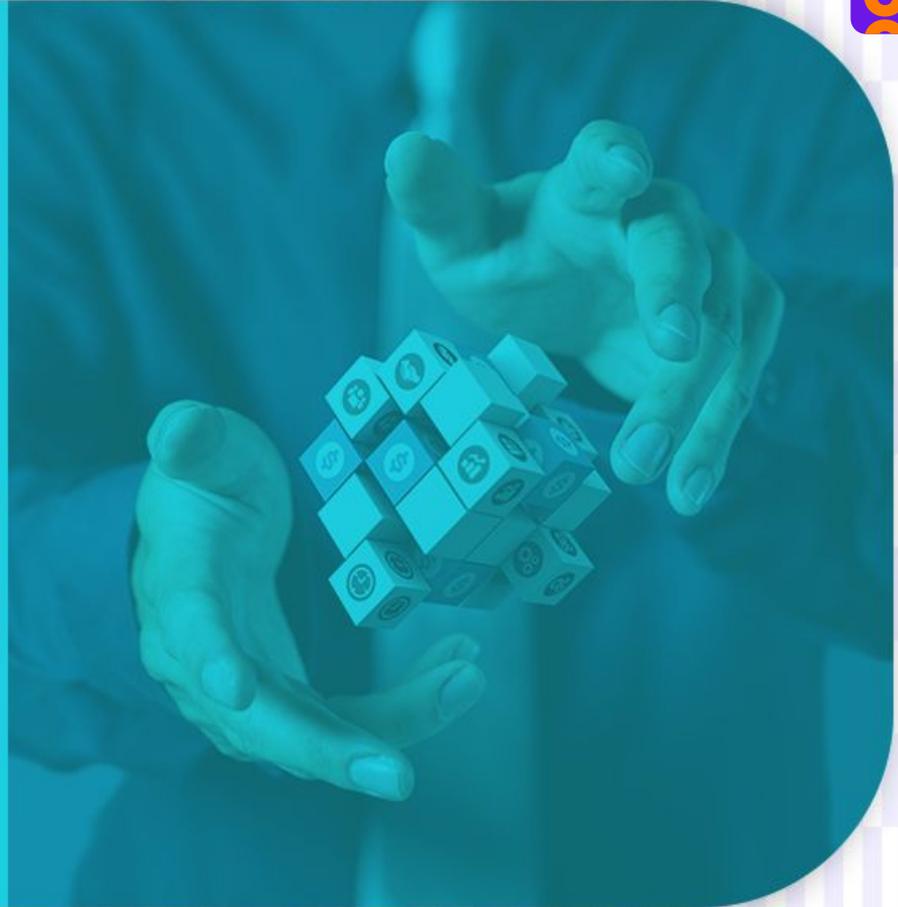
Depois da pandemia, várias pessoas sentiram a necessidade de interagir com outras. Oferecer um ótimo atendimento ao cliente e garantir que os consumidores possam conversar com representantes e funcionários da marca é algo obrigatório hoje em dia.

Programas de indicação

Como esse grupo adora se conectar com outras pessoas, eles têm uma ótima rede. Uma boa estratégia para as empresas fidelizá-los é implementar um programa de indicação. Se você deseja atrair esses compradores, considere essa estratégia.



Buscadores de controle





Depois de toda a mudança, muitas pessoas estão tentando encontrar alguma consistência em suas vidas. Ter uma rotina e ir às compras em suas lojas habituais.

A necessidade de controle tem impacto sobre como esses compradores selecionam o que compram e de onde compram.

Como engajar esses consumidores?

Experiência sem atrito

Um buscador de controle definitivamente aprecia uma experiência sem atrito. Eles querem poder passar de um canal para outro e sentir que têm uma experiência de marca unificada. Certifique-se de que seus consumidores possam comprar online e offline e recebam um ótimo atendimento ao cliente.

Programas de fidelidade

Os programas de fidelidade são ferramentas incríveis que podem ajudá-lo a aumentar a satisfação do cliente. Os que buscam o controle aproveitam essas campanhas porque economizam algum dinheiro enquanto fazem compras em suas lojas favoritas. Considere implementar esse tipo de programa em um aplicativo para torná-lo facilmente acessível.



Diferencial competitivo, fidelização e mais vendas: tenha tudo isso com um programa de fidelidade.

As pessoas querem mais que produtos e serviços: elas buscam experiências com as marcas. Veja a relação com seus clientes se tornar mais valiosa e impulse o sucesso do seu negócio.

- Ofereça centenas de descontos todos os dias em milhares de lojas online.
- Seus clientes ainda recebem cashback.
- Tenha liberdade para cadastrar parceiros próprios tanto físicos quanto online.
- Conte com nosso time de sucesso do cliente para acompanhar o seu projeto.
- Acompanhe o comportamento dos seus clientes em um dashboard.

Já ajudamos centenas de empresas a fidelizar seus clientes

[Converse com um consultor e entenda como a Alloyal pode te ajudar.](#)

