

6 Coisas que o consumidor de 2030 vai exigir da sua empresa

Imaginar um mundo sem smartphones, redes sociais e plataformas digitais para fazer networking ou busca de empregos é quase impossível, mas era exatamente assim que vivíamos há 10 anos. Com a tecnologia impactando tanto a sociedade nos últimos anos, tentar imaginar como será o consumidor nas próximas décadas é um desafio árduo para qualquer empresa.

Definir como será o perfil do consumidor em 2030 é o mote de estudo de Tomás Duarte, CEO da Tracksale e embaixador do Building Global Innovators do MIT de Portugal.

“Identificar essas tendências é muito mais difícil porque o mundo está muito veloz. Antes, as empresas maduras ficam a mais tempo no mercado, mas hoje 89% das maiores empresas registradas em 1955 não existem mais”, diz.

Durante evento CX Summit, dedicado à experiência do consumidor, Duarte identificou seis problemas que as empresas têm hoje e que se tornarão exigências do consumidor do futuro.

1. Conectividade Global

A tecnologia deve influenciar ainda mais a vida dos humanos nas próximas décadas. Por isso, será necessário que todas as partes do planeta tenham conectividade com internet de alta qualidade.

“Hoje nós sentimos necessidade de internet assim como sentimos de energia elétrica, mas a conectividade ainda é um problema em boa parte do mundo. Todas as empresas precisam investir em resolver esse problema o mais rápido possível, pois irá impactar potenciais consumidores que hoje não são atendidos,

como em áreas remotas da Amazônia”, explica.

Duarte destaca que empresas consideradas a frente do seu tempo, como o Google e o Facebook, já se alertaram para a solução do problema. Exemplos disso são os balões Google Loon que circulam pelo mundo e a aposta da rede social em satélites de conectividade.

2. Uso do tempo

O ser humano está cada vez mais ligado ao tempo seja no trabalho, no lazer ou nas redes sociais e navegação em sites. Para o especialista, empresas que investirem em economia de tempo vão conquistar os consumidores nos próximos anos.

“O Waze é um sucesso no mundo todo porque faz com que a sociedade economize o equivalente a três dias por ano que seriam gastos em trânsito. Assim, vemos a tendência de criação de transportes elétricos e sob demanda, além de uma popularização muito forte dos drones até 2030”, diz.

Empresas como a Volocopter já apostam nesse tipo de serviço. Com a plataforma, será possível chamar um táxi-drone para chegar voando no lugar escolhido. O veículo, que parece um helicóptero, é totalmente autônomo e sem necessidade de pilotos com autorização de voo.

3. Conforto

Com a tecnologia facilitando a vida do consumidor do futuro, ele tende a ficar mais exigente quando o assunto é conforto. Por isso, empresas que investirem em atendimento rápido e confortável serão as líderes nas próximas décadas.

“Para o cliente é muito positivo ter uma empresa que reduz o atrito e o esforço na hora dele consumir. Por isso empresas que apostem em tecnologias como jatos supersônicos que farão viagens intercontinentais durante 1h terão muito sucesso”,

completa ao dizer que a Nasa, Boeing e AirBus são exemplos de empresas que estudam esse formato.

4. Ética

Se a sua empresa não está preocupada com a ética e transparência é melhor correr. Na estimativa de Duarte, ambos os temas serão tão importantes para os consumidores do futuro que o mercado criará formas de classificar empresas.

“Até 2030 teremos alguns modelos de validação para empresas. Uma espécie de selo que indicará que ela é ética, não corrupta, não pratica trabalho escravo e tem propósitos. Empresas que não se adequarem a isso provavelmente vão morrer”, diz.

5. Comunicação

As tecnologias também vão interferir a forma das pessoas se comunicarem e não estamos falando aqui apenas na troca de conversa orais por chats ou no uso de holográficos. A principal mudança nesse quesito, diz o especialista, será no bate papo entre pessoas de origens diferentes.

“Em breve não teremos mais cursos de línguas porque aprender outro idioma não será mais necessário, devido a dispositivos tecnológicos. E isso vai impactar diretamente no cliente porque ele terá acesso a empresas que nunca antes conseguiram entrar no nosso mercado devido a dificuldade de comunicação entre línguas muito diferentes”, completa.

Entre as empresas que já estão empenhadas em traduzir diferentes línguas em tempo real está o Facebook e a Microsoft.

6. Fim do sentimento de posse

Dizer a um Millennial que ele precisa trabalhar por anos para adquirir um carro o fará rir. Para a geração atual, a relação

de posse é muito diferente da que existia entre seus pais e avós. Por isso, o especialista acredita que as empresas irão mudar totalmente nos próximos anos.

“As empresas não vão mais vender produtos, mas sim entregar serviços através de assinaturas. Isso quer dizer, por exemplo, que não vamos mais ao mercado comprar barbeador, mas vão assinar para receber o produto mensalmente em casa”, completo.

NOVAREJO por Mariana Lima