



Prezados Senhores,

Para conhecimento e para pensar...

Nesse mês de fevereiro, o site CMO.com - patrocinado pela empresa de tecnologia Adobe, e especializado em divulgar notícias e estratégias de marketing digital para os profissionais dessa área – apresentou a palestra “Are you ready for your future customers?”.

Ver...http://www.cmo.com/content/cmo-com/home/slide-shows/slide_show_future_customers.html

No texto, são divulgadas nove recomendações sobre como as empresas devem se comportar com relação a uma nova geração de consumidores – especificamente, os pertencentes à geração Z, nascidos a partir do final da década de 90.

Abaixo, tabela com um resumo.

Número	Recomendação	Comentários
1	Seja Flexível (“Get Flexible”)	<ul style="list-style-type: none"> Os membros da Geração Z são itinerantes em suas preferências. A organização tem que ser flexível e rápida nesse sentido. Esteja atento às tendências.
2	Utilize tecnologia móvel (“Be mobile”)	<ul style="list-style-type: none"> Essa tecnologia, que já é bastante utilizada nos dias atuais, tende a crescer ainda mais, com a chegada de uma nova geração ao mercado consumidor.
3	Foco na abordagem visual (“Focus on the visual”)	<ul style="list-style-type: none"> Para obter a atenção da nova geração, os olhos têm um papel fundamental. As marcas de sucesso serão aquelas que conseguirem melhores imagens e vídeos para promover os seus produtos.
4	Seja objetivo (“Get to the point”)	<ul style="list-style-type: none"> Crie a sua mensagem de forma clara e objetiva. Pelo acúmulo de informação disponível, a procura pela relevância será maior do que nunca.
5	Cuidado com as propagandas (“Stop advertising”)	<ul style="list-style-type: none"> Pela tecnologia, essa nova geração tem a capacidade de evitar as propagandas tradicionais. Em termos comparativos, a troca de experiências em uma rede social terá uma força crescente.
6	Contrate pessoas dessa nova geração (“Hire them”)	<ul style="list-style-type: none"> Traga pessoas com ideias diferenciadas para enriquecer a sua equipe, se você desejar vender algo para essa nova geração.
7	Dê importância à diversidade (“Integrate diversity”)	<ul style="list-style-type: none"> Tomando como base os EUA, essa é a geração com maior diversidade cultural da história. No Brasil, existe algo análogo, com o crescimento das classes C e D nos últimos anos. Leve isso em conta nas estratégias.
8	Forme uma relação pessoal com o seu cliente (“Be human”)	<ul style="list-style-type: none"> Não caia na tentação de automatizar todos os seus processos. Se possível, use as redes sociais para investir nas relações sociais. Invista em pessoas que saibam oferecer uma grande experiência ao seu cliente.
9	Seja sincero (“Get real”)	<ul style="list-style-type: none"> Seja transparente diante do consumidor. Essa nova geração vai exigir autenticidade. Convide-a para adicionar a sua voz a seus canais, ao invés de tentar interromper ou impor a sua vontade. Se necessário, admita que a empresa cometeu erros. Como citado no artigo, "Se a empresa já fez o seu trabalho de base, esta geração vai defender a sua imagem."

Naturalmente, essas dicas também são interessantes para o setor de seguros.

Cordialmente,

Francisco Galiza.

<http://www.ratingdeseguros.com.br>

<http://twitter.com/ratingdeseguros>