



Prezados Senhores,

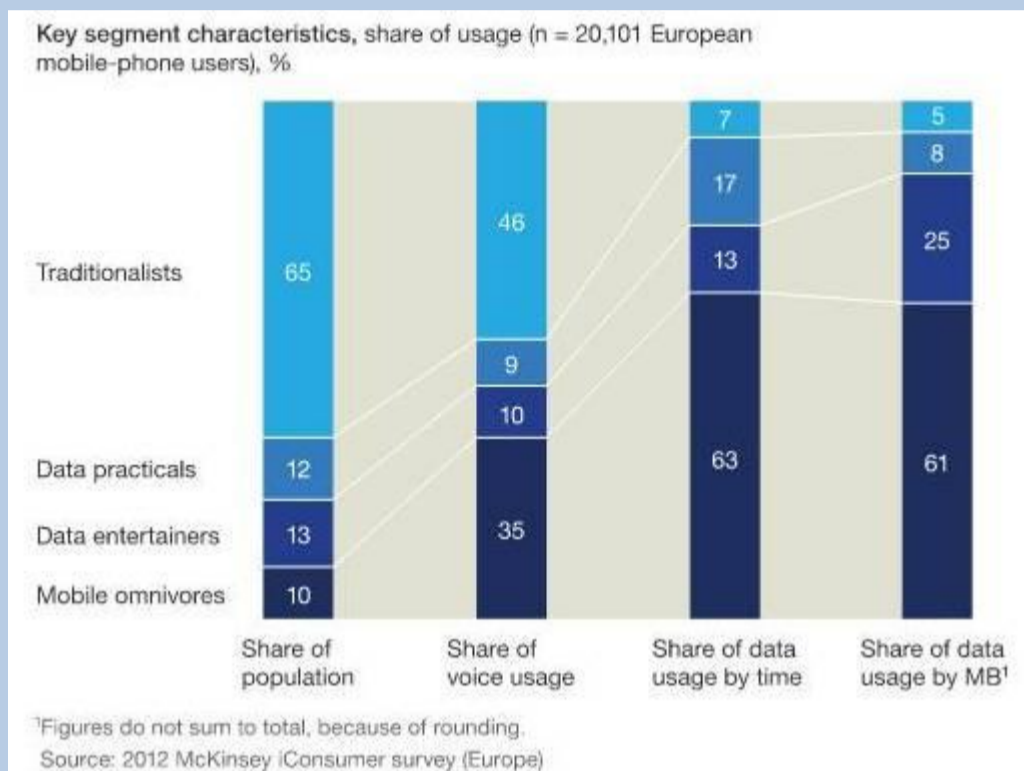
Para conhecimento e para pensar...

Nesse mês de julho, a consultoria McKinsey divulgou estudo interessante sobre o comportamento do consumidor na era digital, denominado "Developing a fine-grained look at how digital consumers behave".

Ver: <http://www.mckinsey.com/...>

A partir de uma pesquisa com mais de 20 mil usuários europeus de smartphones, o texto inicialmente qualifica quatro tipos de clientes. Por um lado, o mais tradicional (chamado de "traditionalist"), que só usa o smartphone como telefone, representa 65% de todos os usuários, mas 5% do volume transmitido de informações. Em um sentido oposto, o mais agressivo ("Mobile omnivores"), que representa 10% dos usuários, mas movimenta mais do que 60% desse volume.

Ver gráfico abaixo...



O trabalho também sinaliza seis grandes tendências do consumidor na era digital:

1. Dispositivos: Mudança de fixos para móveis. O aumento de smartphones e tablets superando o de PCs.
2. Comunicações: Da voz para dados e vídeo. Há cinco anos, mais de 60% do uso do telefone era para falar; agora, é 20%.
3. Conteúdo: Generalizado para fragmentado. Hoje, é possível obter informações detalhadas. Com isso, modelos de informações generalistas perderam mercado (jornais, emissoras de TV por rede, etc). Como resultado, tendência de crescimento de aplicativos.
4. Mídias sociais: Do crescimento para monetização. Depois de uma subida extraordinária, as redes sociais nas economias mais desenvolvidas começaram a ter pequenas quedas, em sua audiência total e níveis de engajamento. Ao mesmo tempo, as empresas estão tentando usar as mídias sociais como parte de seus esforços de marketing, o que é um desafio.
5. Vídeo: De programado para a condução do usuário. Nos EUA, a TV tradicional representa 65% de toda a visualização de vídeo por consumidores em suas telas de televisão, e 52% em todas as telas. Isso está pressionando os modelos de negócios baseados em publicidade tradicional.
6. Varejo: Do canal para a experiência. Apesar do grande crescimento do e-commerce, ele ainda é responsável por somente 5% de todas as vendas de varejo. Por outro lado, os dispositivos móveis têm sido usados para transformar a experiência de compra. Cerca de metade dos proprietários de smartphones usam seus dispositivos para conduzir pesquisas de varejo, e essa tendência deve aumentar. Inclusive, o estudo fala que essa integração multicanal no ato de comprar vai se transformar em uma nova era na venda a varejo, denominada "Retail 3.0".

Ter o conhecimento dessas informações é certamente útil para as áreas comerciais do setor de seguros!

Cordialmente,

Francisco Galiza.

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

<http://twitter.com/ratingdeseguros>