

NOVOS HÁBITOS DE CONSUMO PARA O NOVO MUNDO PÓS PANDEMIA

A quarentena e a pandemia do novo coronavírus devem impor novos hábitos de consumo a clientes e este cenário exige constante renovação e reinvenção por parte dos empresários.

A tendência é de que se consolidem consumo digital, comércio local, experiência compartilhada e o fim de aglomerações. Alguns modelos tradicionais de negócio podem ser reduzidos ou até desaparecer.



Compras online se fortalecem ainda mais com pandemia

- E-commerce teve fortalecimento explosivo durante pandemia e deve permanecer crescendo.
- Lojas virtuais fazem sucesso no varejo, no atacado e na livre negociação.
- Comércio virtual torna-se mais seguro e confiável para clientes e vendedores.
- Empresas do ramo do e-commerce lançam soluções financeiras.
- Públicos de todas as idades passam a negociar pela internet.

O retorno do "faça você mesmo"

A tendência DIY, "Do It Yourself", que em tradução significa "faça você mesmo", fez sucesso nos anos 1980 e agora retorna com nova roupagem. Os clientes compram produtos para montar, fabricar ou preparar por conta própria, com diversos ramos operando no formato:

- Alimentos;
- Bebidas;
- Moda;
- Cosméticos e outros.



Consumo sustentável e produção local viram modelos fortes

A preocupação com o meio ambiente torna-se maior durante e após período de pandemia. Desta forma, produtos não poluentes, sem origens fósseis e sem origem animal ganham mais volume. Reciclar, reutilizar, reaproveitar e compartilhar viraram as palavras de ordem no mercado.

Neste processo, os produtores locais ganham força com locavorismo: o ato de comprar de quem mora perto. Tudo isso representa oportunidades para empreender com custos baixos e fortalecer economia regional.



Responsabilidade Social e a expectativa do público sobre o propósito da marca

Vender produtos e serviços por preços competitivos não é mais o suficiente para conquistar consumidor. Hoje, é crescente a pressão do público sobre empresas para que desenvolvam iniciativas de responsabilidade social.

Mais do que lucro, empresas precisam ter papel socialmente responsável e investir no desenvolvimento humano, social e econômico de onde atuam. Isso é atingido através de certificações, publicidade, compliance e outras campanhas.



A redução das aglomerações na rotina dos consumidores

Produtos e serviços que não exigem contato pessoal estão em alta no mercado. Especialmente com os protocolos de isolamento para entrega e prestação de serviços que devem se manter após pandemia.

Mais serviços eletrônicos ou prestados por máquinas autônomas devem ser desenvolvidos em breve. Portanto, uma nova economia com pouca interação social deve ser a nova lógica do mercado, mesmo com o relaxamento de políticas de distanciamento.

