

QUEM É E COMO PENSA O NOVO CONSUMIDOR?

A E-Consulting foi estudar 2.365 consumidores para entender o perfil do que poderia ser chamado de consumidor 2.0. Abaixo, o saldo dessa investida:

1. Está em mutação, mas prefere que digam que é evolução.
2. Tem múltiplos chapéus: consumidor, cidadão, acionista, colaborador etc.
3. Está sempre aberto à experimentação, muitas vezes é taxado de infiel por entrar na onda do efeito viral, mas pode voltar a ser fiel à empresa a qualquer momento.
4. Engaja em redes e comunidades para trocar informações sobre marcas e produtos e também sobre pessoas, tendências, fofocas.
5. É simpático ao conceito de gratuidade.
6. Aproveita as realidades multimídia e multidevice que estão dentro das suas próprias possibilidades.
7. Não é fixo à sua classe social e muito menos aos seus avatares. Não sente vergonha, mas conhece um pouco de engenharia social.
8. “Conheço” meus “direitos” e “defendo” meu “ponto de vista”.
9. Gera mídia e conteúdo, ampliando seu poder de atuação e influência. Às vezes, é chamado de celebridade por desejar cinco minutos de fama.
10. Não liga para propaganda, mas valoriza a boa comunicação. Não tem problema em elogiar, recomendar, criticar, processar, tudo depende.
11. Quer saber quais são seus valores e políticas, o que sua marca significa.
12. Diz que é sustentável e que exige sustentabilidade da marca, mas na verdade precisa de um empurrãozinho.
13. Mesmo sem necessariamente saber, se posiciona como principal acionista da empresa.
14. Exige qualidade e uma relação valor–preço que lhe pareça justa.
15. Interage e exige feedback qualificado e rápido em todos os canais que quiser e nos que a empresa deixar.