Quem é o consumidor 2.0

Quem é o chamado consumidor 2.0, aquele que vive interconectado, troca informações incessantes em tempo real e quer sempre estar atualizado em tudo? Pesquisa da empresa E-Consulting identificou que este consumidor está em mutação, mas prefere que digam que é evolução; está sempre aberto à experimentação e muitas vezes é taxado de infiel por entrar na onda do efeito viral; engaja em redes e comunidades para trocar informações sobre marcas, produtos, pessoas e tendências; e é simpático ao conceito de gratuidade.

Quer mais? Ele não liga para propaganda, mas valoriza a boa comunicação. Exige qualidade e uma relação valor-preço que lhe pareça justa. Interage e espera feedback qualificado e rápido em todos os canais que quiser e nos que a empresa deixar. Com o volume cada vez mais expressivo de compras on-line, a análise deste consumidor se tornou uma questão essencial para as empresas manterem um bom relacionamento com seus clientes. E a propaganda ser mesmo matadora.