

Consumidor do futuro 2023

Enquanto 2020 foi um ano de reinvenção, as empresas agora estão procurando por oportunidades neste momento de retomada da economia.

A percepção do consumidor em relação a produtos e experiências mudou, redefinindo os hábitos e as prioridades de compra. 'Consumidor do futuro 2023' é parte de uma série de matérias sobre estratégias de negócio, destacando o que você precisa implementar neste momento para se antecipar e entregar produtos que despertarão o interesse das pessoas.

Além de explorar sentimentos do consumidor – como a 'percepção do tempo' e a 'esperança' –, apresentamos quatro perfis que moldarão o mundo ao nosso redor: Antecipadores, Novos Românticos, Inconformados e Condutores.

Com estratégias de engajamento detalhadas para cada um desses perfis, a matéria 'Consumidor do Futuro 2023' ajuda você a criar oportunidades de crescimento – apesar de disrupções e incertezas –, e a alinhar a sua equipe a essa visão.

Leia abaixo alguns destaques da matéria. Os assinantes da WGSN têm acesso à versão completa.



01

Antecipadores

A fadiga emocional e as incertezas em relação ao futuro e à economia afetam os Antecipadores. Esse grupo cauteloso quer estabilidade e segurança, e precisa de interferências otimizadas.

Estratégia: invista em inovações do varejo, como dispositivos de reabastecimento na loja, assinaturas, vendas antecipadas e sob demanda, lançamentos semanais, novos modelos de desconto e programas de fidelidade.



02

Novos Românticos

Uma rotina de trabalho mais pesada e um desejo profundo de se reconectar às emoções caracteriza os Novos Românticos, um grupo que está redefinindo os coletivos comunitários. Com o trabalho remoto se estabelecendo, essas pessoas estão fugindo das metrópoles em direção a áreas rurais, redefinindo o conceito delas de comunidade.

Estratégia: desenvolva produtos, serviços e iniciativas que ajudem as pessoas a criar laços emocionais mais sólidos com seus mundos interiores e exteriores. Para isso, use materiais naturais e crie produtos sustentáveis que ofereçam momentos sensoriais, estimulem os rituais e ampliem o bem-estar.



03

Inconformados

Estimulados pela indignação de 2020 e pela falta de assistência de governos e instituições, este grupo ativista usa a tecnologia e o apoio dos colegas para reconstruir o mundo. Em 2023, a cultura do cancelamento deverá focar na diversidade, já que os Inconformados apoiam comunidades e empresas que fomentem a diversidade.

Estratégia: invista em ações inspiradoras, progresso contínuo e mudanças de longo prazo. Desenvolva produtos transculturais, incorpore os saberes indígenas, implemente uma cadeia de produção ética, seja transparente e desenvolva marketplaces de venda direta ao investidor.



04

Condutores

A flexibilidade cognitiva faz com que este grupo seja incrivelmente resiliente. Multidimensionais, multitalentosos e sempre dispostos a realizar multitarefas, esses consumidores que não têm medo de riscos se interessarão por habilidades neurais e experiências que despertem os sentidos, abrindo espaço para uma nova onda de carreiras não lineares.

Estratégia: invista em novas experiências, aventuras virtuais e mundos alternativos. Explore o varejo gamificado, o comércio 'e-terativo', as iniciativas de metaverso e o 'terceiro espaço', onde o consumidor possa se comunicar, se divertir, comprar, aprender e trabalhar.





“O conceito de ‘normal’ foi redefinido, e embora a pandemia tenha mudado o nosso mundo e o nosso pensamento, ainda há espaço para o otimismo. Planejar com cuidado, ter a mente aberta e ser flexível será crucial para que marcas e empresas consigam sobreviver no futuro.

Sempre muito aguardada, a nossa matéria ‘Consumidor do Futuro’ traz um olhar preciso sobre o que despertará o interesse das pessoas daqui a dois anos, dando a você uma vantagem competitiva valiosa. Prevendo os novos hábitos de consumo, identificando onde há demanda para novos produtos e experiências e analisando a importância da responsabilidade social, apresentamos a você e à sua equipe os dados necessários para criar os produtos, serviços e estratégias do futuro.”

Carla Buzasi, *Presidente e CEO da WGSN*

Sobre a WGSN

Em tempos de incertezas e disrupção, saber antes o que vem pela frente pode ser um desafio e tanto. Os novos hábitos e prioridades de consumo levaram marcas e empresas a repensar suas estratégias de engajamento para se manter relevantes e entregar o que as pessoas querem e precisam.

Na WGSN, ajudamos você a entender os novos interesses do público e a identificar oportunidades de crescimento – mesmo em um cenário de disrupção e incerteza –, apresentando estratégias que podem ser implementadas agora mesmo.

Por meio de dados de inteligência e um alcance global, a WGSN identifica, avalia, verifica e contextualiza as tendências com precisão. Monitoramos constantemente os sinais das mudanças que impactarão o modo como o consumidor pensa, se sente e se comporta. Combinando instinto e inteligência, nossos experts determinam as tendências mais relevantes e que valem o investimento, analisando de modo criterioso e criativo os dados do varejo e os hábitos do público – tudo para trazer até você as tendências que ajudarão a sua marca a ter sucesso no futuro.

A WGSN prevê os produtos, as experiências e os serviços que despertarão o interesse das pessoas nos próximos anos, ajudando as marcas a se manterem relevantes no futuro.

Temos um compromisso com a precisão dos dados que oferecemos, e nossos clientes contam com isso, todos os dias.



Saiba mais sobre como podemos te ajudar agora, para que você tenha sucesso no futuro.

    [WGSN Insider Blog](#)