

TRENDS

2021



TRENDS 2021

O QUE SÃO TENDÊNCIAS?

O estudo de tendências visa antecipar comportamentos futuros dos consumidores, para assim poder preparar melhor as marcas e seus produtos.

Cada uma das tendências tem o propósito principal e seus desdobramentos práticos.



TRENDS 2021

- . Back storytelling
- . Sem contato
- . Dessincronização Social
- . Resiliência Equitativa
- . Downgrading
- . Comércio em livestreaming
- . Consumidores do futuro
- . Transformação digital
- . Pós-demográfico
- . A Jornada do Consumidor
- . Cottage Core
- . Enterprise Empathy
- . Livelong Learning
- . Produtos ecológicos
- . Fim da sazonalidade

TRENDS 2021

BACK STORYTELLING

Esta tendência tem a ver com encontrar sentido em algo, para contar histórias grandiosas, cheias de significado

Muitos consumidores também estão interessados em aprender a história de uma empresa, como uma empresa familiar multigeracional.



TRENDS 2021

BACK STORYTELLING

As empresas devem se concentrar no significado por trás de seus produtos e dar aos consumidores um motivo para comprar seus produtos em vez de seus concorrentes.

Para muitos, a boa embalagem por si só não torna um produto atraente, mas sim o impacto de comprá-lo.

TRENDS 2021

SEM CONTATO

A entrega e envio sem contato permanecem como o novo normal.

Os EUA observaram um aumento de 20% na preferência por operações sem contato, com várias indústrias implementando processos alternativos.



TRENDS 2021

SEM CONTATO

A entrega sem contato é o novo normal. DoorDash, Postmates e Instacart oferecem opções de entrega drop-off (pontos de retiradas), supostamente originadas do desejo do cliente de minimizar o contato físico. Grubhub e Uber Eats também aumentaram suas opções de entrega sem contato e continuarão a fazê-lo em 2021.

TRENDS 2021

DESSINCRONIZAÇÃO SOCIAL

Uma sociedade sem sincronia é aquela em que as pessoas continuam a fazer as mesmas coisas, mas não na mesma hora em que as outras, pois o ritmo individual de cada um é diferente e mais variado.



TRENDS 2021

DESSINCRONIZAÇÃO SOCIAL

Esta dessincronização vêm afetando as comunidades e causando a falta de interação consistente entre as pessoas. Os momentos comunitários que antes aconteciam nos mesmos horários – ir ao trabalho, ao correio, à academia e ao supermercado – estão desaparecendo cada vez mais rapidamente.

E com a perda dessas interações diárias, as comunidades estão se fragmentando.

TRENDS 2021

RESILIÊNCIA EQUITATIVA

No clima atual de incerteza e aceleração, não surpreende que a resiliência – a capacidade de resistir, absorver, se recuperar e se adaptar à adversidade ou à mudança – esteja rapidamente se transformando em uma prioridade emocional.

Ela é tão importante que o tema da Organização Mundial da Saúde (OMS) para a sua política de 2020 é o “fortalecimento da resiliência”.

TRENDS 2021

RESILIÊNCIA EQUITATIVA

Estudos acadêmicos apontam que as pessoas que abraçam as emoções negativas conseguem tomar decisões melhores, têm relacionamentos mais estáveis, menor risco de doenças coronárias, vivem mais e são mais bem sucedidas.



TRENDS 2021

DOWNGRADING

Este tema deve permanecer em alta até 2025: a simplicidade existente por trás de processos, produtos e serviços. Cada vez mais, a premissa do “menos é mais” deve estar em evidência.

Parte da população já está saturada com o excesso de novidades e, então, opta por versões mais básicas de serviços e produtos. “É a simplicidade como prioridade”.

TRENDS 2021

DOWNGRADING

RETROTRUST

O renascimento e a busca pelo analógico, pelo retrô, pelo vinil, pelos anos 90, pelos super heróis de antigamente, por celulares mais simples.

Quem não percebeu?

É o chamado downgrading, que vem tomando conta de algumas categorias de produtos, e deve crescer ainda mais. Associar-se a épocas que remetem a confiança e credibilidade pode ser uma boa.

TRENDS 2021

DOWNGRADING

Devemos acompanhar nos próximos anos as marcas escolhendo pelo efetivo sem complicações, oferecendo para o mercado soluções muito práticas, mas não menos tecnológicas.



*Light Phone 2:
telefone minimalista que só faz
ligações e envia mensagens*

TRENDS 2021

COMÉRCIO EM LIVESTREAM

A modalidade permanecerá como uma das principais opções de compra de produtos.

Ela permite que os consumidores interajam entre si e comprem produtos virtualmente, sem deslocamento até uma loja física.

TRENDS 2021

COMÉRCIO EM LIVESTREAM

O público está saturado da publicidade tradicional e online, por este motivo migrou para transmissões ao vivo atrás de promoções e produtos em edição limitada.

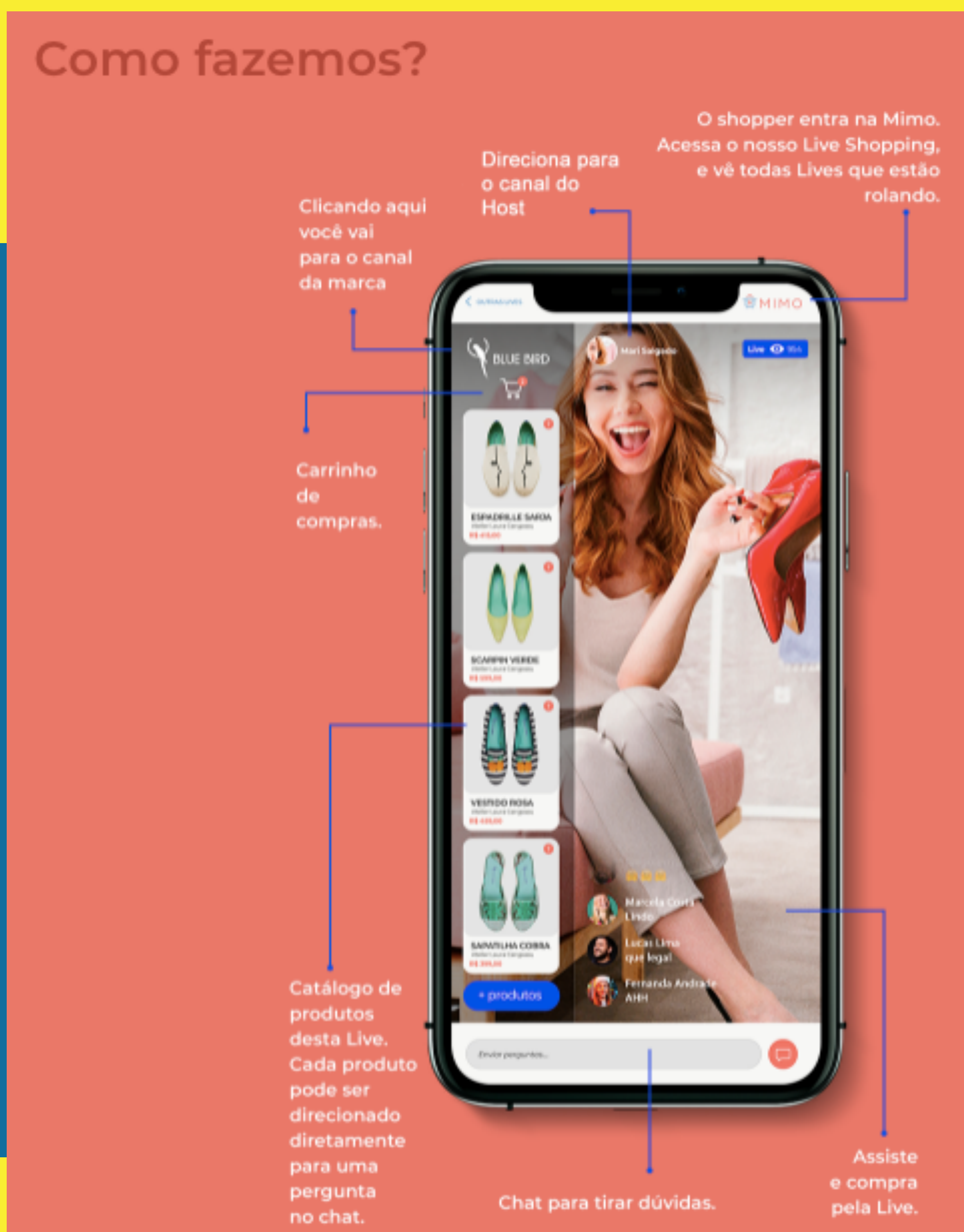
Para impulsionar as vendas, os varejistas devem apostar em lives patrocinadas por marcas.

TRENDS 2021

COMÉRCIO EM LIVESTREAM

No Brasil já existem empresas de software que realizam as livestream, como a Alive e a Mimo.

Como fazemos?



Fonte: Mimo

TRENDS 2021

CONSUMIDORES DO FUTURO

Os principais perfis de consumidores para 2022 são:

. Estabilizadores

. Comunitários

. Novos Otimistas

TRENDS 2021

CONSUMIDORES DO FUTURO

O instituto de pesquisa Pew Research Center classifica:

Pós-millennials - os primeiros nativos digitais

Geração Z Millennials - os nascidos entre 1996 a 2010

Geração Y - os nascidos entre 1980 a 1996

Geração X - os nascidos entre 1960 a 1980

Baby Boomers - os nascidos entre 1946 a 1960

TRENDS 2021

CONSUMIDORES DO FUTURO

. Estabilizadores

Millennials ou Geração Y e Geração Z

pressionados pelo tempo - sobrecarregados -
exaustos, promotores da aceitação - auto-
aperfeiçoadores - em busca de um estado zen -
incertos - cansados da otimização - priorizam a
estabilidade

Como atingir esse público: com
produtos, serviços e experiências que
inspiram calma e simplicidade e
aliviam o estresse e a ansiedade.

TRENDS 2021

CONSUMIDORES DO FUTURO

. Comunitários

Millennials e Geração Z

equilibrados - solidários - conscientes - focados na carreira - abandonaram centros urbanos - trabalhadores - interessados na comunidade - localistas - ambientalistas

Como atingir esse público:

investindo na sua comunidade e em negócios locais.

TRENDS 2021

CONSUMIDORES DO FUTURO

. Novos Otimistas

Geração Z e Baby Boomers

multigeracionais - ativistas -
hiperconectados - aventureiros -
alegres - confiantes - altamente
sociáveis - práticos - mentalidade
coletiva

Como atingir esse público:
abraçando o poder do coletivo.

TRENDS 2021

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

O e-commerce não é o fim da transformação digital, mas o seu início. O digital vai redesenhar todos os mercados B to B e B to C.

Em três eixos:

- . era
- . expressão
- . business model

TRENDS 2021

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

E-commerce mobile

O e-commerce mobile dominará o e-commerce. À medida que aumenta a confiança dos consumidores nas compras online, eles se sentem mais confortáveis para fazer compras usando seus dispositivos móveis.



TRENDS 2021

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

E-commerce mobile

Até o final de 2021, espera-se que os dispositivos móveis façam quase 73% do total das vendas de comércio eletrônico.

Além disso, 30% dos compradores online tendem a abandonar seus carrinhos no meio das compras se descobrirem que seu site não é compatível com dispositivos móveis.



TRENDS 2021

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

App de mensagens



Em 2021, os varejistas com visão de futuro vão adotar aplicativos de mensagem como WhatsApp como canal de e-commerce.

É uma forma simples e rápida de vender e proporcionar uma experiência de compras perfeitas ao consumidor.



TRENDS 2021

PÓS-DEMOGRÁFICO

Classe social

Vs

Interesse de compra

Millenials, crise econômica e diversidade de gêneros. São apenas alguns dos fatores que constituem o consumidor pós-demográfico, que vai muito além de sua idade, gênero e renda mensal. Estes pontos alteram diversas noções, um deles sendo a vida adulta.

TRENDS 2021

PÓS-DEMOGRÁFICO

Antes

- ♦Classe social
- ♦Idade
- ♦Renda
- ♦Graduação

Depois

- ♦Grau de interesse
- ♦Estilo de vida



TRENDS 2021

A JORNADA DO CONSUMIDOR

MOT - Momento da verdade

“A hora da verdade” aquele em que o cliente entra em contato com o serviço da empresa.



TRENDS 2021

A JORNADA DO CONSUMIDOR

ZMOT - Momento da descoberta

Quando os consumidores ficam sabendo de um produto hoje, sua primeira reação é "vou pesquisar na internet".

E assim eles embarcam em uma jornada de descobertas: sobre um produto, um serviço, um problema, uma oportunidade.

TRENDS 2021

A JORNADA DO CONSUMIDOR

ZMOT - Momento da descoberta

O momento no qual você pega seu computador, celular ou outro dispositivo conectado à internet e começa a se informar sobre um produto ou serviço que está pensando em experimentar ou comprar.



TRENDS 2021

COTTAGE CORE

Núcleo de casa de campo.

É o movimento comportamental de extremo escapismo.

A tendência idealizada da vida simples no campo.

Palavras-chave: simplicidade, natural, natureza e acolhimento.



TRENDS 2021

COTTAGE CORE

O sonho com uma vida lúdica no campo e em contato com a natureza de uma forma quase fantasiosa.



Escape do burnout (esgotamento) da sociedade moderna e urbana para um espaço campestre e seguro com borboletas, musgos, flores perfumadas e muito chá de ervas.

TRENDS 2021

COTTAGE CORE

Alimentação

Alimentação saudável, oriunda do campo e menos industrializada, alimento que vem da terra. Cozinhar em casa, preparar o alimento é uma tendência. O acolhimento como conforto emocional. + natural, tanto na estética como em comportamento. Uma imersão ao simples.



TRENDS 2021

COTTAGE CORE

Moda

A moda “cottagecore” consiste principalmente em cores suaves, criando uma paleta de cores focada no bege, brancos quentes, verdes, marrons e tons amarelados. Uma peça muito usada e procurada no Google é o ‘vestido “cottagecore”, que nada mais é do que um vestido de algodão ou linho, geralmente branco, com mangas bufantes e fluido.



TRENDS 2021

COTTAGE CORE

Inspirações

Séries:

"Anne with an E"

"Outlander"

"Downton Abbey"

"O Jardim Secreto"

"Adoráveis Mulheres"

Livros:

"Alice no país das maravilhas" de Lewis Carroll

"O Vento nos Salgueiros" de Kenneth Grahame

"A vida secreta das abelhas" de Sue Monk Kidd



TRENDS 2021

ENTERPRISE EMPATHY

Nunca se falou tanto da importância do humano para analisar dados, contextualizar informações e criar o novo. A tecnologia, então, deve ser entendida apenas um meio para impulsionar o potencial humano.

As empresas devem, também, preparar-se para alavancar o potencial de suas pessoas, por meio de um olhar voltado para o estímulo ao aprendizado, à experimentação, à colaboração e ao bom aproveitamento de suas capacidades.

TRENDS 2021

ENTERPRISE EMPATHY

A empatia como inspiração de negócios. Como a Tesco e seu caixa especial mais lento, para pessoas que têm problemas de saúde como demência, por exemplo. Serviços de “netos on demand” para pessoas idosas, por exemplo, nascem da empatia.



TRENDS 2021

LIFELONG LEARNING

O aprendizado é contínuo.

Devemos estar dispostos a nos reinventarmos e garantir a perenidade do desenvolvimento. É essencial para a sobrevivência de pessoas e organizações.



TRENDS 2021

PRODUTOS ECOLÓGICOS

Entre as tendências de consumo para os próximos anos, o mercado saudável com produtos ecológicos e artesanais tendem a crescer.

Tanto os alimentos, quanto os produtos diversos, que tenham origem com uma produção ecológica, feita à mão, que não agride o meio ambiente e os animais tende a ter mais valor entre os consumidores.

TRENDS 2021

PRODUTOS ECOLÓGICOS

Animal Friendly

Produtos que não utilizam matéria prima animal.

Veganos

Além de não utilizar matéria prima animal, nem testar em animais, a marca possui um lifestyle vegano e sustentável.

TRENDS 2021

FIM DA SAZONALIDADE

O calendário da moda sempre foi dividido em duas etapas: Primavera/Verão e Outono/Inverno, apresentados nas semanas de moda um semestre antes da estação determinada chegar. Essa é a maneira tradicional de se apresentar uma nova coleção.

TRENDS 2021

FIM DA SAZONALIDADE

O imediatismo dos consumidores inviabilizou o modelo tradicional de lançamentos, pois é inimaginável que uma coleção apresentada esteja disponível apenas 6 meses depois.

O consumidor se desinteressa rápido e estão sempre em busca do novo, por este motivo a tendência “always on” ganhou espaço em 2020 e deve seguir pelos próximos anos.

TRENDS 2021

FIM DA SAZONALIDADE

O consumo se acelerou, com algumas marcas lançando mais de 50 coleções diferentes ao ano, de forma a chamar constantemente a atenção do consumidor em suas vitrines.

Há uma maior procura por produtos que, independentemente da estação do ano, estejam disponíveis ao consumidor do que as coleções baseadas no clima e nas épocas do ano.

TRENDS 2021

FIM DA SAZONALIDADE

Este novo calendário de compras é bem mais orgânico e depende menos do que imposto de fora e mais dos desejos de busca dos consumidores. Ele também é um reflexo do aumento massivo de informações de moda que as pessoas têm hoje.

Marcas e designers que já estão antenados com esse futuro aproveitaram essa mudança de sazonalidade para pensar em sustentabilidade, focando em itens mais atemporais e que não estão presos ao conceito de estar “dentro” ou “fora” de moda.

TRENDS 2021

CONFIANÇA E COMUNIDADE

O relatório “Trust Barometer”, da Edelman, indica que 71% dos consumidores consideram os negócios familiares mais confiáveis do que empresas privadas (68%) e estatais (41%).

Entre as fontes de confiança do brasileiro, o perfil “uma pessoa como você” (77%) lidera. Os dados mostram como o conceito de comunidade – todos se ajudando – seguirá em alta.



TRENDS 2021

CONFIANÇA E COMUNIDADE

A tendência é de que mesmo após a pandemia o consumidor siga comprando em lojas da vizinhança para ajudar os empreendedores locais e a cadeia econômica de suas regiões.



TRENDS 2021

LOJA FÍSICA, MAS CONECTADA

A integração entre o físico e o virtual não é mais novidade e ela precisa acontecer de forma consistente para que gere resultados.



TRENDS 2021

LOJA FÍSICA, MAS CONECTADA

O futuro do varejo será repaginar a função das lojas físicas. Se for transformada em um “hub de experiências e serviço” com capacidade de manter a presença de marca e atender as demandas, as lojas físicas se manterão no futuro.





realização

MARKETING
VIEWER
INTELIGÊNCIA COLETIVA