



Pesquisa mostra como “navegar” no mundo após o Covid-19

Relatório feito pela Board Of Innovation, empresa de estratégia global de design e inovação de negócios, revela o que esperar em relação ao comportamento do consumidor e das empresa após a pandemia do Coronavírus.



Estamos diante de uma economia “Low Touch” e a ‘Era’ pós Covid-19 será moldada por baixa interação social e maiores restrições relacionadas à viagens e higiene. Esta é a conclusão feita pela Board Of Innovation após o resultado do relatório “Como navegar no mundo após o Covid-19”. De acordo com os dados apresentados em relação aos efeitos de médio e longo prazo, as mudanças esperadas no comportamento do consumidor que já estavam ocorrendo serão aceleradas.

Por outro lado, uma das indústrias mais impactadas deve ser o turismo já que as pessoas tendem a restringir viagem longas, mesmo as domésticas, visto como um risco não conseguir voltar para casa ou não estarem protegidos em terra estrangeira em caso de novo surto. Outra tendência revelada pela pesquisa é o trabalho otimizado em configurações domésticas, onde o lar ganha novo significado. Por isso, o relatório mostra que as empresas menores tendem a reduzir seu espaço físico e infraestrutura, influenciando a busca de equipamentos e máquinas avançadas no home-office.

A natureza viral do Covid-19 leva consumidores e organizações a tomarem mais cuidados ao interagir com pessoas e produtos, buscando cada vez mais provas formais de higiene e status de saúde atualizados. Como consequência, espera-se embalagens redesenhadas, formatos de varejo focados em limpeza, preferência por serviços de entrega sem contato físico.



Em relação ao mercado de trabalho, o relatório da Board Of Innovation aponta para uma grande busca por requalificação e treinamento a partir de plataformas digitais e com acesso remoto. Além disso, nota-se também o movimento de negócios paralelos ao trabalho formal como forma de aumentar o orçamento familiar.

Outra característica identificada no comportamento do consumidor após a pandemia é que as empresas de varejo e distribuidores de produtos terão que oferecer mais soluções especializadas de entrega, otimização da cadeia de suprimentos com lojas agrupando entregas na mesma região.

O isolamento social e o trabalho remoto refletem ainda na mistura entre trabalho e vida privada, trazendo impacto significativo no mercado da moda e seus elementos sustentados pela interação física. Assim como os modelos de negócios que reúnem muitas pessoas em um único espaço, como cruzeiros, teatros, eventos e festivais, o relatório destaca a ascensão de cabines individuais ou interações sem humanos.

Fonte: https://www.mundodomarketing.com.br/ultimas-noticias/38674/pesquisa-mostra-como-navegar-no-mundo-apos-o-covid-19.html?utm_campaign=informativo_112&utm_medium=email&utm_source=RD+Station