

CONHEÇA A GERAÇÃO C:

# CONSUMIDOR CONECTADO

Conexão, curadoria, criatividade e comunidade: esses são os C's que unem essa geração conectada por valores e comportamentos.

O relatório "Gen C: Nova Sensatez Virtual", é um levantamento e estudo inédito feito pela FleishmanHillard, agência global líder em Relações Públicas, e que explora uma nova mudança cultural e comportamental.

Em nossa pesquisa, 73% dos entrevistados dizem que a pandemia mudou a forma como eles veem o mundo. Enquanto isso, 52% pretende que as mudanças em seus comportamentos de compra continuem quando a pandemia acabar, 39% estão se exercitando mais e 26% parou de comprar delivery não saudáveis.

1 em 2: estão escolhendo 'jogar jogos de tabuleiro' como alternativa a sair, e planejam fazer isso com mais frequência quando o isolamento for cancelado.

**As marcas precisam pensar estrategicamente sobre como criar impressões que podem se tornar associações positivas. Hoje em dia não é apenas como você cuida de seus clientes, é também como você trata seus funcionários e se posiciona como uma organização. As marcas estão sendo aplaudidas (e vaiadas) sobre suas ações nesse momento de pandemia.**

**306%**

maior valor vitalício em clientes com relacionamento emocional com uma marca

**71%**

mais propensos a recomendar uma empresa, em vez da taxa média de 45%

**62%**

de pessoas globalmente consideram como uma empresa se comporta ao responder a questões de desigualdade de raça ou gênero antes de comprar produtos

**32%**

das pessoas em todo o mundo dizem que é importante para o CEO tomar uma posição sobre as questões relacionadas à desigualdade racial

FLEISHMANHILLARD

**Digital ou não, a pandemia oferece uma oportunidade de simplesmente pensar fora da caixa. Com as compras priorizadas de acordo com as necessidades mais básicas, vimos o aumento da compra de categorias ter prioridade sobre a compra de marcas.**

**Os consumidores estão comprando ativamente produtos de origem local e artesanais, enquanto apoiam as lojas da comunidade. Marcas que antes podiam se basear em seu nome agora serão capazes de distinguir entre consumidores que são realmente leais ou compradores habituais.**

## CATEGORIAS DE PRODUTOS COM A MAIOR TAXA DE TESTE PARA NOVAS MARCAS:



**24%**

bens embalado e bebidas



**20%**

produtos de higiene doméstica



**13%**

alimentos frescos e orgânicos



**13%**

produtos de cuidado pessoal

A Gen C busca conexões autênticas e se envolve em todas as telas e mídias, o que significa que não há um método único e à prova de falhas para alcançá-los. A pandemia acabará por desaparecer, mas as memórias e emoções em torno de como você agiu durante esse período não desaparecerão facilmente. Sua marca está agindo dentro das expectativas e valores da Geração C?

Para ler outros dados desse estudo baixe a pesquisa na íntegra.