



1 ABORDAR LAS BRECHAS EN LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

Para las marcas es más importante que nunca comprender cómo ofrecer lo que sus clientes esperan.

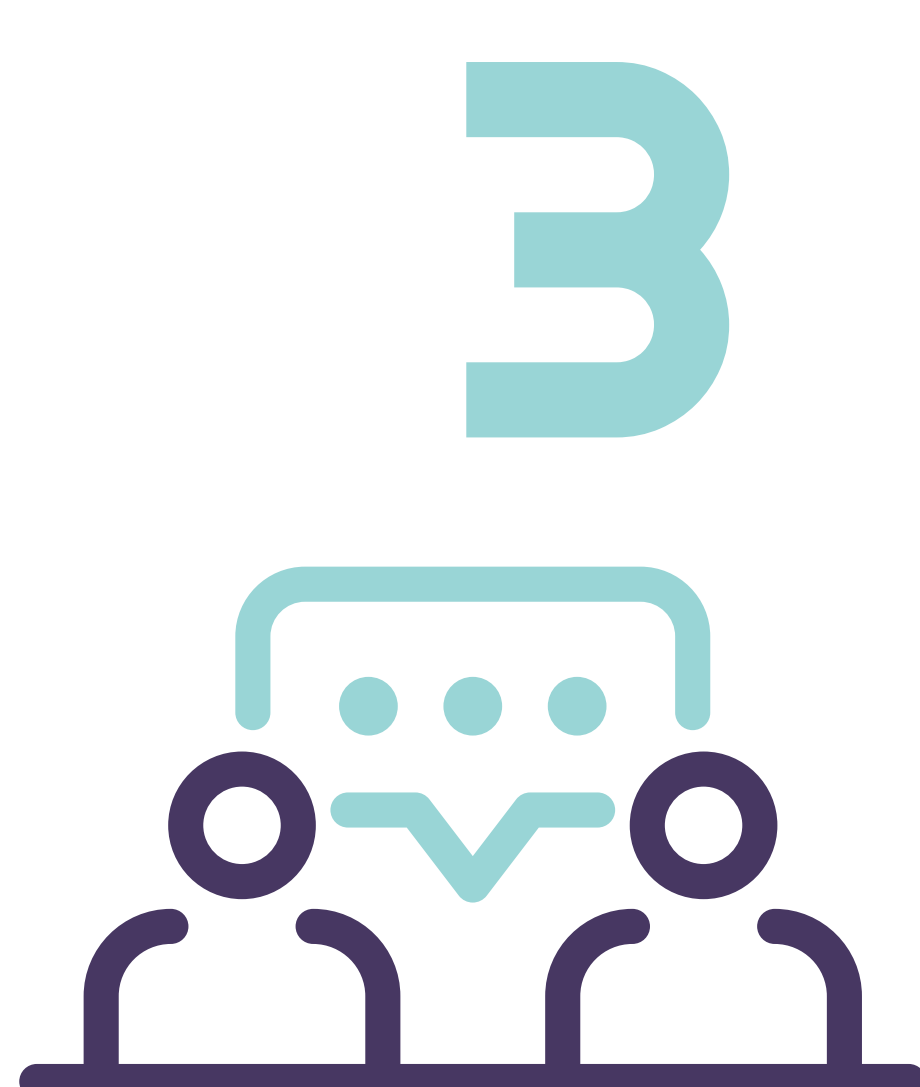
¿Por qué?

- Los clientes son cada vez menos tolerantes con las malas experiencias
- Tienen expectativas más altas que deben ser cumplidas
- Son consumidores conscientes de que, si no pueden obtener lo que quieren de un negocio, pueden encontrar otro fácilmente

2 LOS CONSUMIDORES QUIEREN SER ESCUCHADOS

Los clientes actuales se esfuerzan por expresar sus inquietudes y las marcas deben demostrar que los escuchan.

- Los consumidores piensan que las empresas deben ser mejores para escuchar sus comentarios
- Las marcas que no logren ilusionar y emocionar a sus clientes, no alcanzarán el éxito
- Es más difícil que nunca obtener comentarios positivos



3 TRATAR A LOS CLIENTES COMO PERSONAS, NO COMO MERCANCÍAS

Los consumidores quieren que las marcas se preocupen más por ellos y, con eso, podrían comprar más.

- Los clientes quieren sentir que son más que datos o números
- Los consumidores están reevaluando las relaciones que tienen con las empresas y buscan gastar su dinero en donde se sienten más valorados
- Las empresas que no adapten su enfoque a cada cliente tendrán dificultades para generar lealtad en el futuro

4 MAYORES DIGITALES: DE LA RESISTENCIA A LA DEPENDENCIA

Es importante que las empresas desarrollen dispositivos o aplicaciones fáciles de usar para simplificar las tecnologías existentes, y así las "personas mayores" (no nativos digitales) encontrarán soluciones sencillas.

- La pandemia amplió la mente de los consumidores mayores a los beneficios del mundo digital
- Ahora hay adultos familiarizados y cómodos con la tecnología
- Los consumidores mayores están facultados para realizar compras y utilizar servicios a través de canales en línea



5 SOSTENIBILIDAD: EL PROPÓSITO IMPULSA LA ACCIÓN

Las marcas con propósito, vinculadas a la sostenibilidad y al cuidado del medio ambiente, son cada vez más demandadas por los consumidores.

- Las generaciones más jóvenes son más conscientes de su impacto social y medioambiental
- Los consumidores quieren participar en la lucha contra los problemas sociales y el cambio climático
- Los consumidores están realizando cambios personales drásticos y reevaluarán sus valores, estilos de vida y metas

6 ECONOMÍA CIRCULAR: MERCADOS DE SEGUNDA MANO

- El ahorro está de moda. Los consumidores están cambiando la mentalidad de propiedad a una mentalidad de experiencia
- La sostenibilidad está eliminando el estigma asociado con las compras de segunda mano
- Las empresas necesitan invertir en iniciativas de economía circular, como programas de reciclaje, alquiler o reventa pues esto generará valor y tendrá un impacto positivo en el medio ambiente

