

MACROTENDÊNCIAS DE MARKETING + NA REAL

Nosso webinar **nasceu antes**
mesmo de ser um webinar...

JOINT VENTURE =

unir **experiências** e buscar **tendências**

PASSADO

foco estava na **recuperação de um mundo pós-pandêmico.**

PASSADO

foco estava na **recuperação de um mundo pós-pandêmico.**

HOJE

entender, responder e prosperar
neste mundo.

Profissionais da nossa indústria, sabemos que **precisamos evoluir constantemente**, em sintonia com o todo.

TENDÊNCIAS GLOBAIS

x

INSIGHTS **REAIS**

7 TENDÊNCIAS

do Global Marketing Trends 2022 - Deloitte

Propósito

Um farol para o crescimento

Propósitos holísticos estão capturando um **novo tipo de growth, mais equitativo e inclusivo para todos os stakeholders.**

66%

marcas de alto crescimento têm mais chances de ver o propósito como um meio que orienta a tomada de decisões.

Marketing

autenticamente inclusivo

Conquistar futuros clientes com diversidade, equidade e inclusão.

À medida que a população de consumidores se diversifica é obrigatório que as marcas reflitam **a variedade e a equidade de experiências em suas mensagens.**

94% da Geração Z espera que as empresas se posicionem.

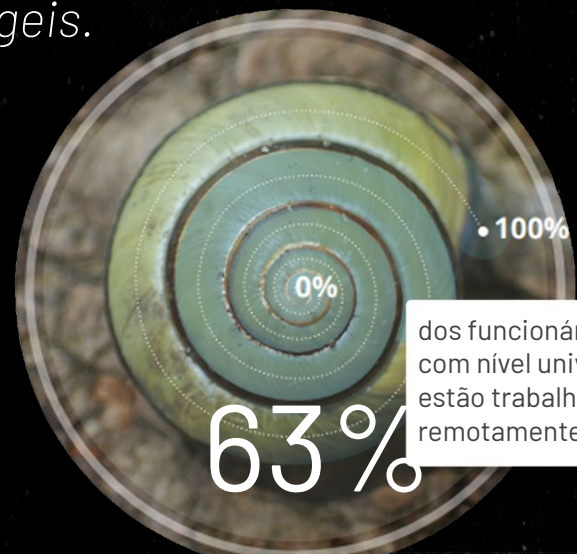


Construindo

o mecanismo criativo inteligente

A nova combinação de mindset colaborativo e estruturas de equipe mais ágeis.

À medida que os dados se tornam mais importantes para as estratégias dos clientes, os profissionais de marketing estão gravitando em direção à **contratação de pessoas com mais habilidades analíticas.**



dos funcionários com nível universitário estão trabalhando remotamente.

Mundo sem cookies

Embora os consumidores possam apreciar anúncios relevantes, eles também têm preocupações sobre como seus dados pessoais.

As organizações de alto crescimento reconhecem com mais frequência a necessidade de **se antecipar a um ambiente em rápida mudança.**



Dados

+ humanizados

Interagir com os clientes e seus dados para promover a confiança.

Quase todos os nossos cenários baseados em relacionamentos com a marca **são classificados pelos clientes como as interações mais úteis.**



68%

dos entrevistados disseram que acharam útil quando uma marca fornece alertas quando os itens foram colocados à venda.

Experiência

híbrida

*Design centrado no ser humano para
nossos ambientes físicos e digitais.*

Agora que as marcas parecem mais
adeptas à entrega digital, o próximo
desafio é **oferecer o melhor das
experiências físicas e digitais
integradas**, ou híbridas.



75%

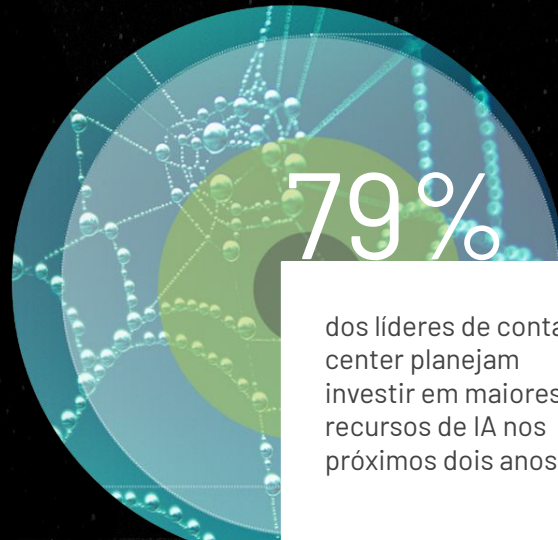
aumento de
procura do
híbrido para
aumentar a
personalização

AI e o atendimento

ao cliente

Reimaginar estratégias de IA para desbloquear uma verdadeira experiência de ponta a ponta do cliente.

Otimizar a inteligência artificial (IA) na experiência do cliente, alcançando harmonia entre as tarefas humanas e os recursos da máquina.



dos líderes de contact center planejam investir em maiores recursos de IA nos próximos dois anos.

+ NA REAL

INSA/E + **gax**
brasil



Comunicação Autêntica

Linguagens e formatos associados à publicidade tradicional não se conectam mais com a **Geração Z** (17 até 25 anos)



Preocupação com o bem-estar de colaboradores

2021 ficou marcado como o ano da "Great Resignation", quando o número de colaboradores que pediram demissão bateu recordes ao redor do mundo. Com isso, as empresas estão mais atentas à **saúde mental dos colaboradores e reformulando sua cultura corporativa.**



Preocupação com o bem-estar de colaboradores

2021 ficou marcado como o ano da "Great Resignation", quando o número de colaboradores que pediram demissão bateu recordes ao redor do mundo. Com isso, as empresas estão mais atentas à **saúde mental dos colaboradores e reformulando sua cultura corporativa.**



Foco no Propósito

"Brands can gain a competitive advantage through an **authentic purpose**" - relatório Deloitte.



Foco na relevância do conteúdo

Em tempos de **saturação de informações**, a relevância do conteúdo para o público é cada vez mais valorizada.



Humanização das Marcas

Colaboradores como **embaixadores da marca**; marketing de influência; contratação de influenciadores para cargos específicos. Todas essas estratégias apontam para essa humanização.

MACROTENDÊNCIAS DE MARKETING

+ NA REAL

OBRIGADX

INSA/E + gax
brasil



2022

O conteúdo dessa apresentação conta com informação confidencial ou privilegiada. Seu sigilo se faz necessário. Não usar, copiar ou divulgar as informações nela contidas ou tomar qualquer ação com base nessas informações sem prévio aviso.



[sejainsane.com.br](https://www.instagram.com/sejainsane)



[gax.com.br](https://www.instagram.com/gax)