

COMUNICAÇÃO INTEGRADA

Unindo esforços dos ambientes on-line e off-line

De forma complementar à matéria de capa dessa edição, a Melhor Prática reproduz os insights trazidos pelo Google Marketing Next, um dos maiores eventos de Marketing Digital do mercado. Em 2017, o evento aconteceu

em São Francisco/CA, Estados Unidos. De acordo com os especialistas, "cada vez mais as pessoas interagem com as marcas pelo smartphone, e isso cria inúmeras oportunidades para as empresas se aproximarem desse novo consumidor multicanal". Acompanhe a análise:

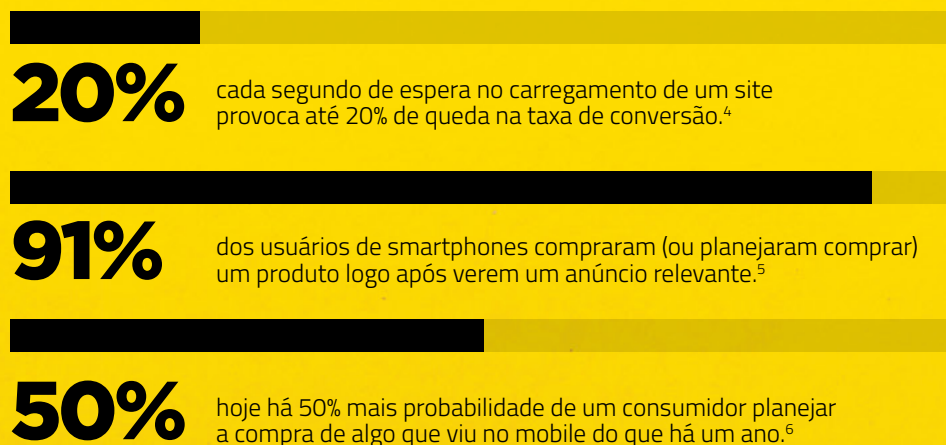
NOVOS COMPORTAMENTOS DO CONSUMIDOR QUE DESENHAM O FUTURO DO MARKETING

Com o surgimento de novos dispositivos inteligentes, os consumidores adotam formas diferentes de interagir com a tecnologia, como o comando de voz, por exemplo.

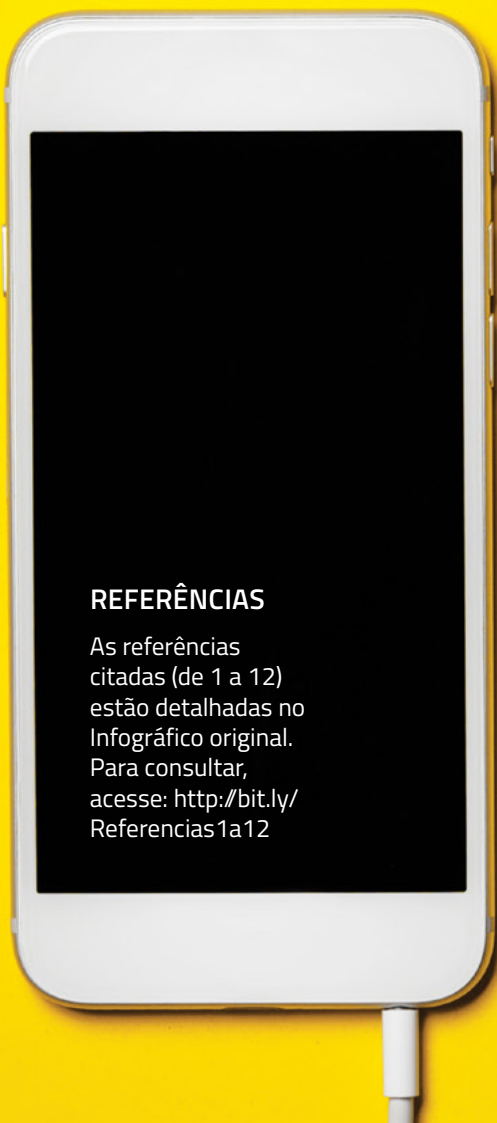
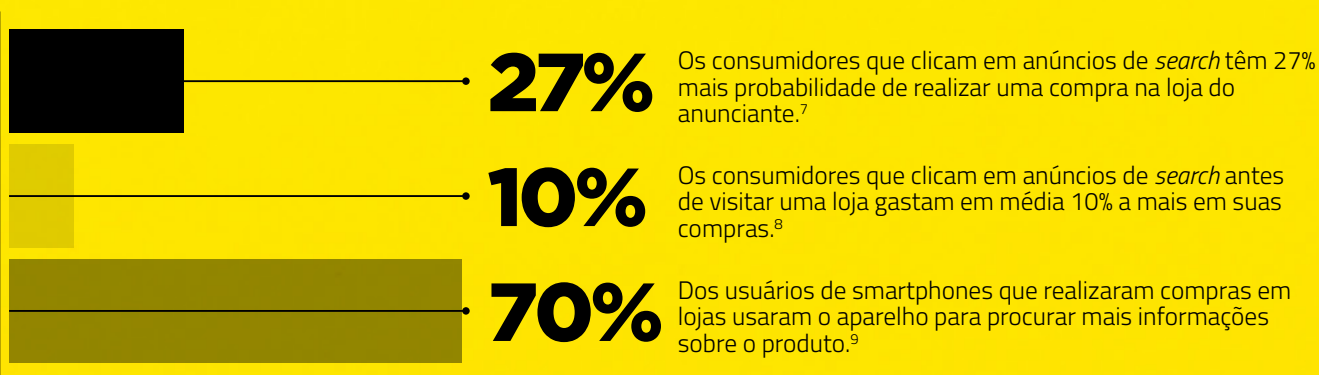


PARA SER ÚTIL, TEM DE SER RÁPIDO

Com o uso cada vez mais descomplicado e espontâneo do smartphone, a expectativa dos consumidores por assistência instantânea só cresce. Atender (e superar) essas expectativas será o grande segredo para fidelizar clientes e aumentar as vendas.



DISPONÍVEL EM TODOS OS CANAIS A jornada do consumidor não é linear. Estratégias pensadas para on-line e off-line perdem o sentido, uma vez que as pessoas já transitam naturalmente pelos dois mundos.



REFERÊNCIAS

As referências citadas (de 1 a 12) estão detalhadas no Infográfico original. Para consultar, acesse: <http://bit.ly/Referencias1a12>



36%
Hoje é 36% mais provável que os usuários de internet utilizem o smartphone para conferir a disponibilidade de um produto numa loja do que no ano passado.¹⁰

50%
Mais de 50% dos usuários de internet buscaram por vídeos dos produtos e serviços antes de acessar uma loja.¹¹

78%
Dos consumidores gastaram mais tempo pesquisando por produtos on-line do que em lojas físicas.¹²

