

A cauda longa do mercado de massa para o mercado de nicho

Textos extraídos do livro “A Cauda Longa”, de Chris Anderson
Gestão Tecnológica I

NUMBER OF RESULTS



Como a **tecnologia** está
convertendo o mercado de
massa em milhões de
nichos?

TOCANDO
O VAZIO
JOE SIMPSON

Era uma vez...

- Em **1998** foi publicado
"Tocando o Vazio"
(de Joe Simpson)

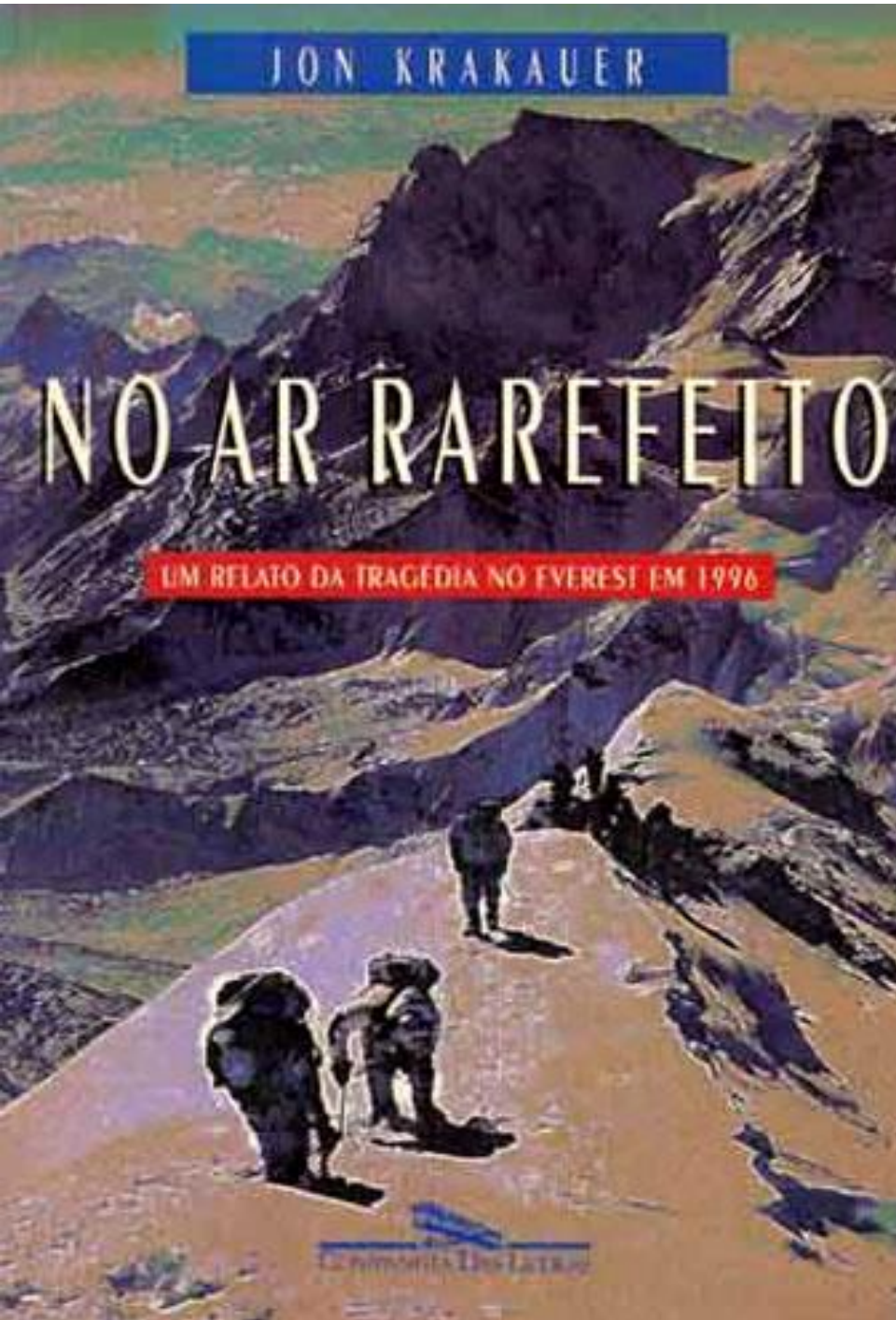
TOCANDO
O VAZIO
JOE SIMPSON



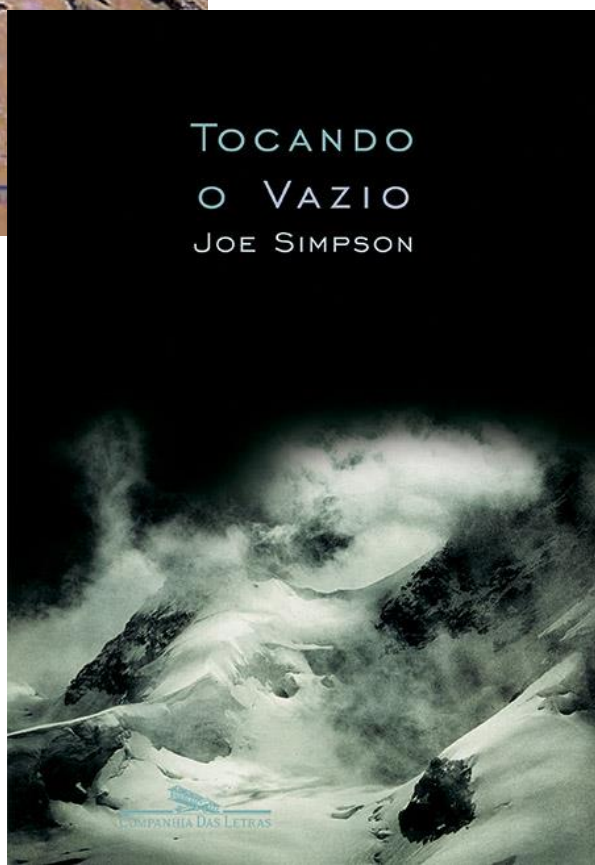
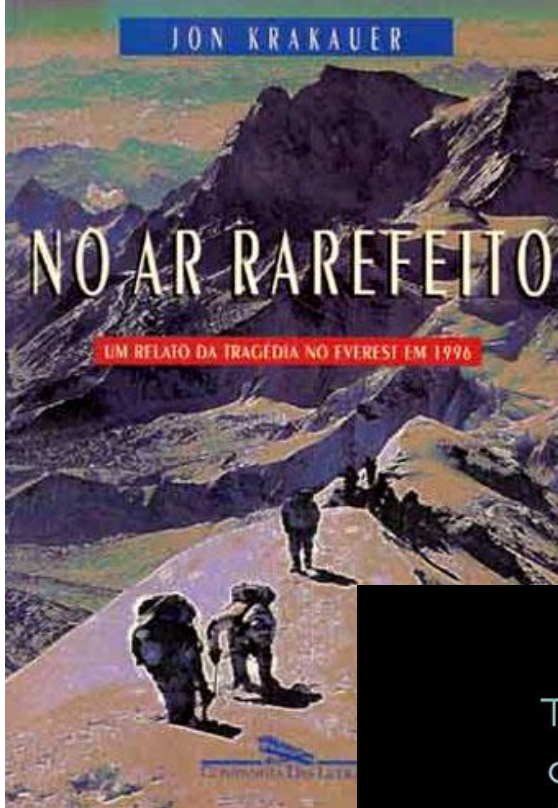
O que aconteceu?

TOCANDO
O VAZIO
JOE SIMPSON

**Fez pouco sucesso e
logo foi esquecido**



- Anos mais tarde surge o sucesso editorial "**No ar rarefeito**" (de Jon Krakauer);



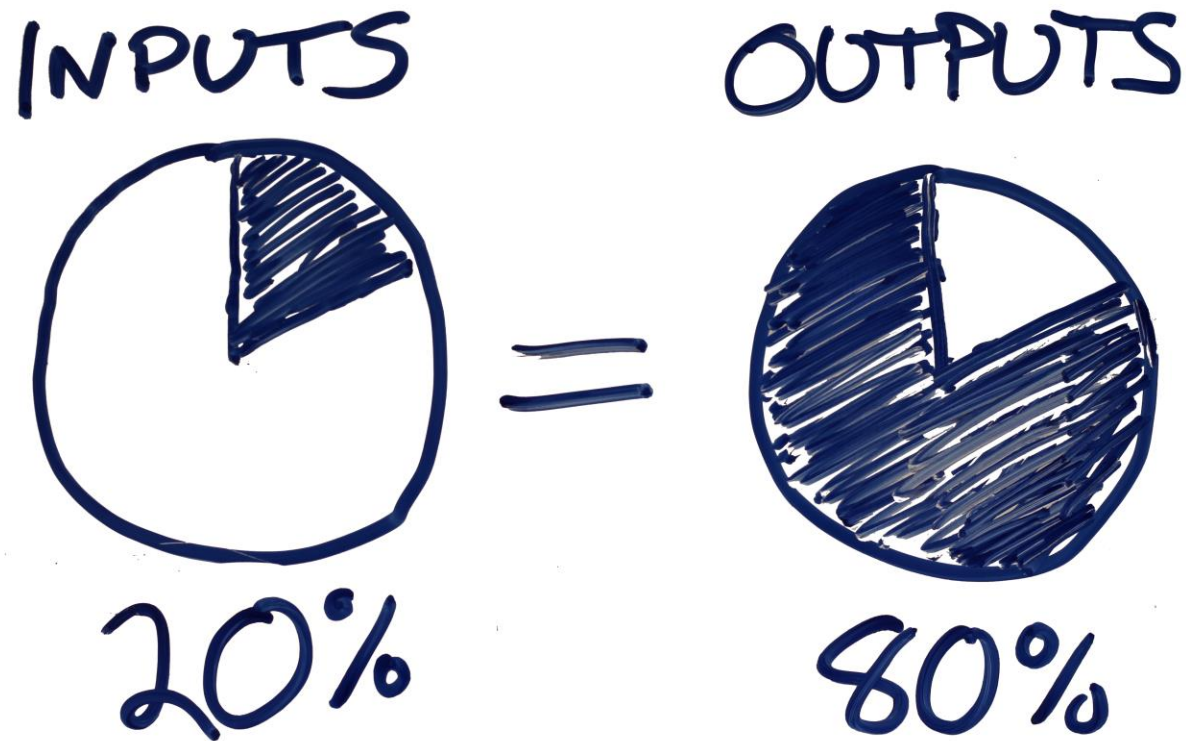
As livrarias começam a
promovê-los lado a lado

TOCANDO
O VAZIO
JOE SIMPSON

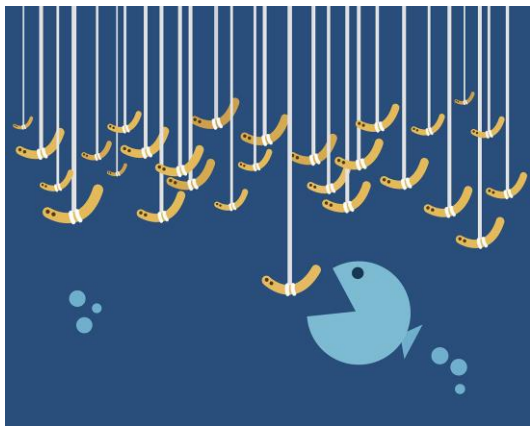
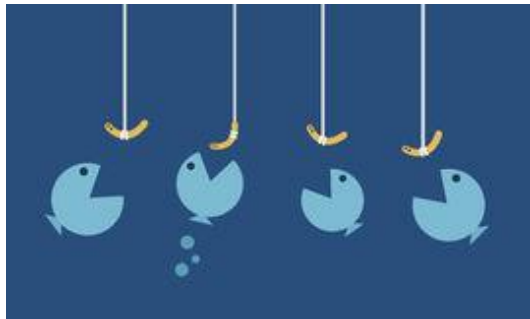
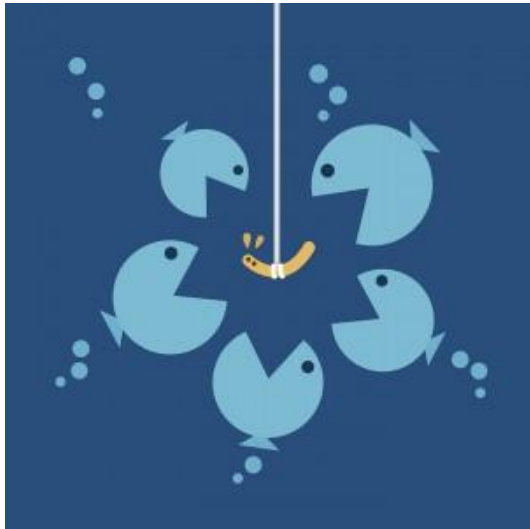
- Com a divulgação "boca-a-boca" **on-line**, "Tocando o Vazio" torna-se um sucesso
- 14 semanas na lista dos **best sellers** do New York times
- Em meados de 2004 "Tocando o Vazio" vendia mais do que o **dobro** de "No ar rarefeito"

A tirania do mínimo
divisor comum
Por quê?

Princípio de Pareto




20% dos produtos representam 80% da receita



“Muitos de nossos pressupostos sobre as tendências dominantes são, na verdade, consequências da **incompatibilidade** entre **oferta** e **demanda** – resposta do mercado a **ineficiência na distribuição.**”

Qual o principal problema?

A person stands on a dark, sandy surface, looking up at the Earth from space. The Earth is a large, curved blue and white sphere dominating the upper half of the frame. The person is a small silhouette in the center of the lower half, with a long shadow cast behind them. The background is a deep black space filled with distant stars.

Vivemos no mundo físico e, até recentemente,
o mesmo ocorria com a mídia de entretenimento e todos os outros mercados.

A tirania da localidade

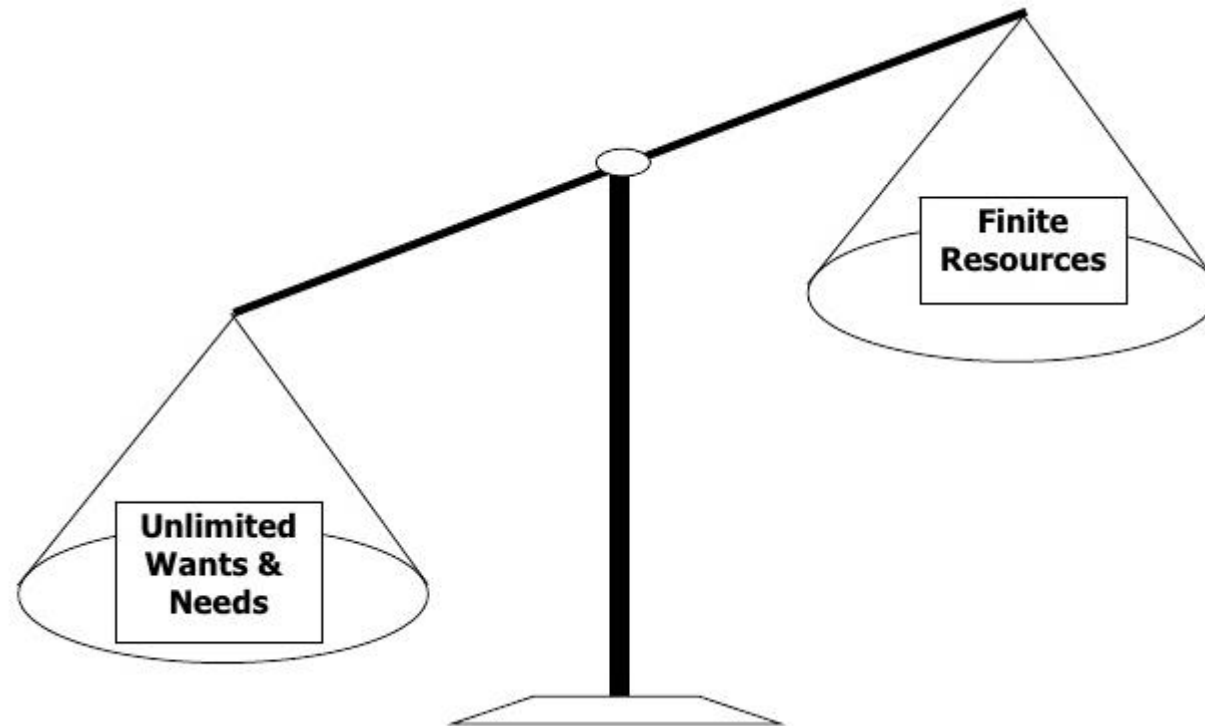
- No último século, a indústria do entretenimento encontrou uma solução fácil para essas restrições: o foco no lançamento de **grandes sucessos**.
- Afinal, os **hits** enchem cinemas, não param nas prateleiras e mantêm os ouvintes e espectadores sem mexer nos controles remotos.
- Os sociólogos dirão que os hits são inerentes à psicologia humana – que são o efeito da combinação de **conformismo** e divulgação **boca a boca**.

A tirania da localidade



A economia movida a **hits** é produto de uma era em que não havia **espaço suficiente** para oferecer tudo a todos: não se contava com bastantes prateleiras para todos os CDs, DVDs, videogames etc...

Esse era o mundo da **ESCASSEZ**

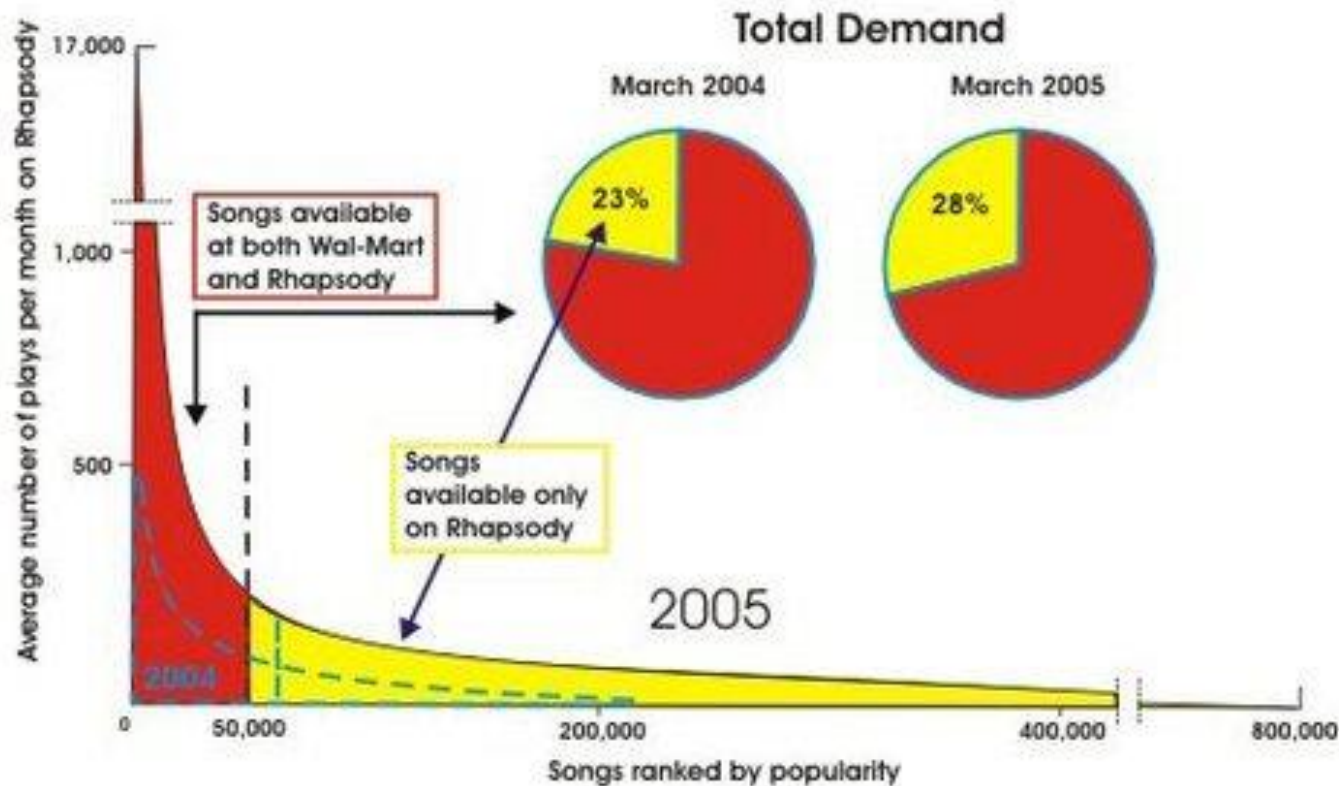


Uma nova era

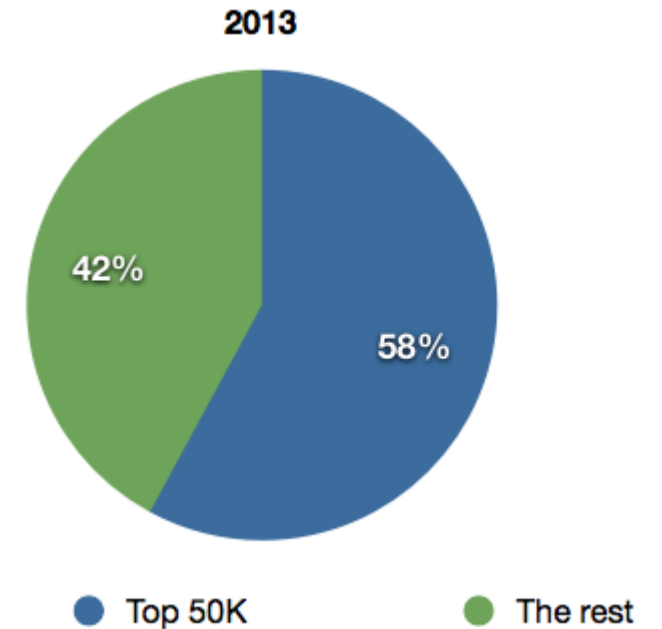
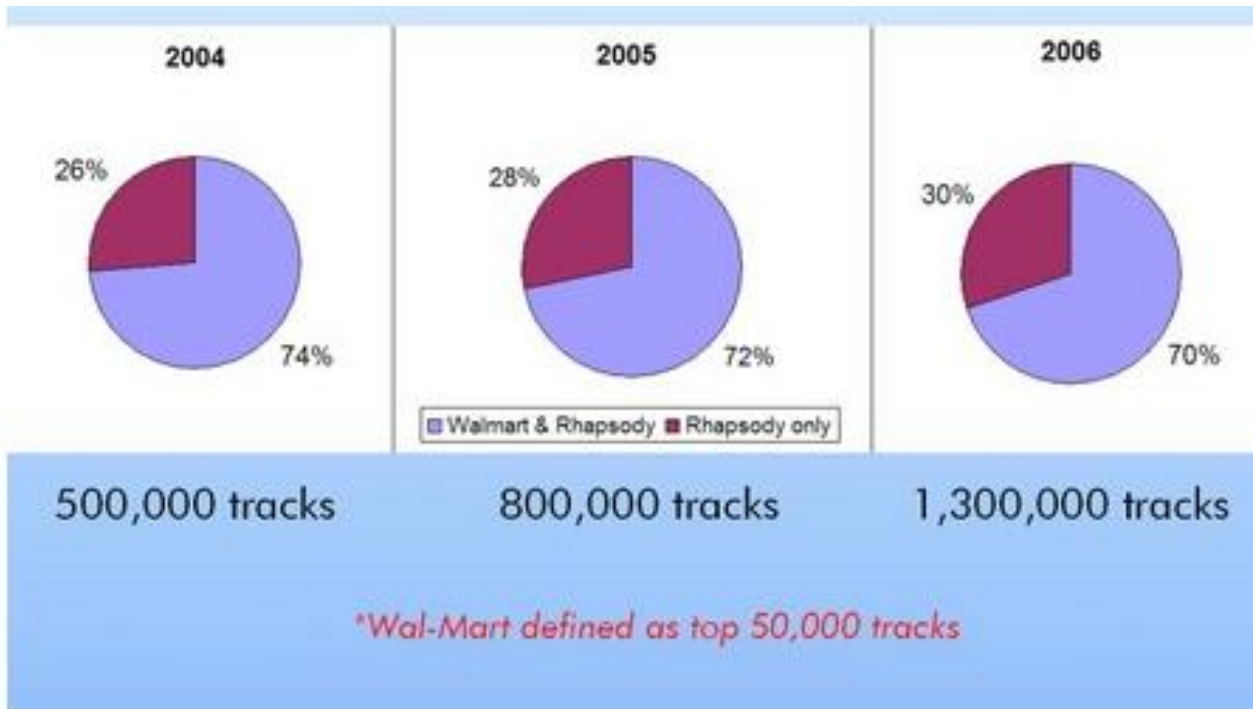
- Com a distribuição e o varejo on-line, ingressamos no mundo da **ABUNDÂNCIA**
- As diferenças são **profundas**

MERCADOS SEM FIM

Rhapsody Data-- 2004 vs. 2005



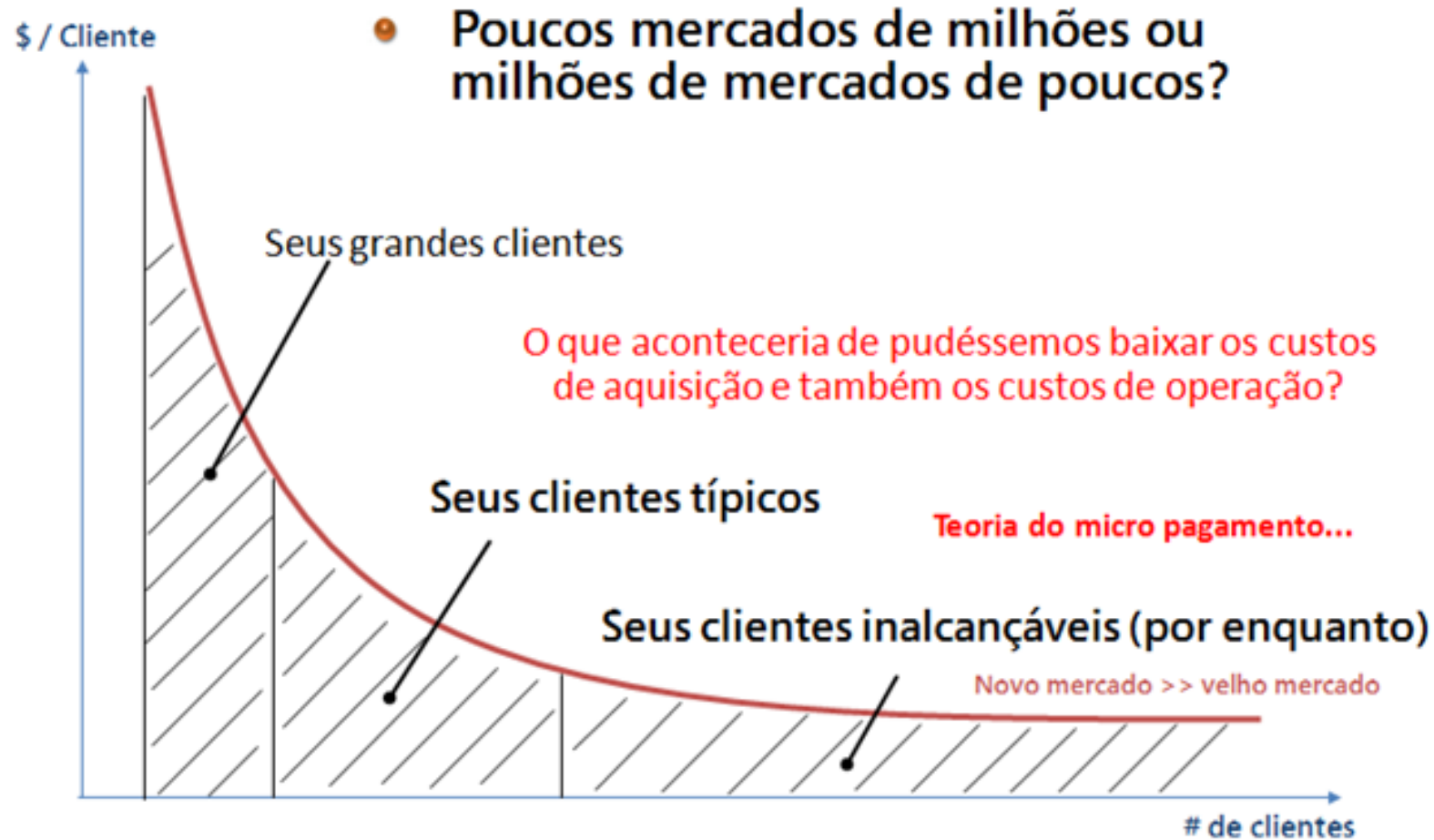
Quando a cauda fica mais longa, o mercado aumenta



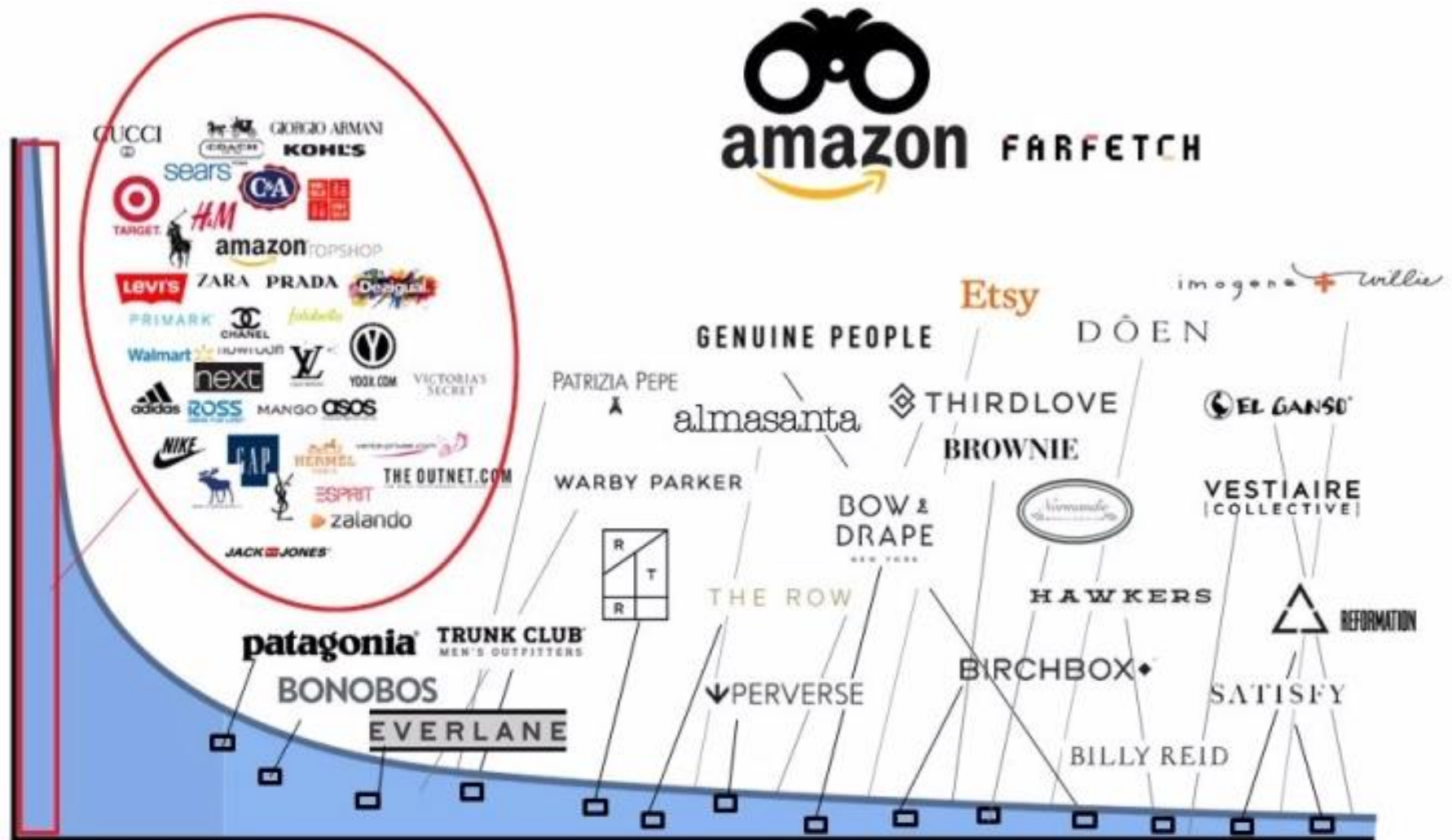
A Cauda Longa



The Long Tail / A Cauda Longa



Henry Ford disse que "um cliente poderia ter um carro pintado da cor que quisesse, desde que fosse preto". Hoje, o cliente responderá: "Quero agora e personalizado"



A Cauda Longa do varejo de moda, dos sucessos aos nichos

Fonte: <https://fashionretail.blog/2017/06/18/the-fashion-retail-long-tail/>

A maioria dos negócios de
Internet bem-sucedido de
alguma maneira **explora a**
Cauda Longa

Caudas longas em todos os lugares

- As virtudes do espaço de prateleira ilimitado,
- Da abundância de informações ,
- Das maneiras inteligentes de encontrar o que se quer.
- Varejistas puramente virtuais
- Lado on-line dos varejistas tradicionais
- Google e a exploração da cauda longa da propaganda
- Microsoft e a cauda longa dos videogames
- A terceirização global aproveita a cauda longa do trabalho
- E a internet permitiu que a mais longa das caudas, a da pornografia, atendesse a todas as preferências e excentricidades imagináveis.
- Cauda longa da educação – Cursos on-line...

Os seis temas da era da Cauda Longa

- Em praticamente todos os mercados **há mais nichos do que hits**.
- Essa desproporção aumenta a taxas exponenciais à medida que as **ferramentas de produção** se tornam mais **baratas** e mais difusas.

- Os **custos** de atingir esses nichos estão **caindo** drasticamente.
- Graças a uma **combinação** de forças, como *distribuição digital*, poderosas tecnologias de **busca** e massa crítica na **difusão da banda larga**, os mercados **on-line** estão reconfigurando a **economia do varejo**.
- Assim, em muitos mercados, agora é possível oferecer muito **maior variedade** de produtos.

3

- A simples oferta de maior variedade, contudo, não é o suficiente para deslocar a demanda.
- Os consumidores devem dispor de maneiras para encontrar nichos que atendem às suas necessidades e interesses particulares.
- Um vasto espectro de ferramentas e técnicas – como recomendações e classificações – são eficazes para esse propósito.
- **Tais “filtros” são capazes de impulsionar a demanda ao longo da Cauda.**

- Quando se conjugam essa grande expansão da variedade e a notável eficácia dos filtros que facilitam a seleção, **a curva da demanda se torna mais horizontal e mais longa.**
- Ainda existem hits e nichos, mas os hits estão ficando relativamente menos populares, enquanto os nichos se tornam cada vez mais populares.

- Todos esses **nichos em conjunto** podem constituir um mercado tão grande quanto o dos hits, se não maior.
- Embora **nenhum** dos nichos venda **grandes quantidades**, são **tantos** os produtos de nicho que, como um todo, podem compor um mercado capaz de **rivalizar** com o dos hits.

- Com a livre atuação de todos esses fatores, a forma natural da curva de demanda se revela em sua plenitude, **sem as distorções resultantes dos gargalos de distribuição, da escassez de informações e das escolhas limitadas nas prateleiras.**
- Além disso, essa forma é muito menos influenciada pelos hits do que supúnhamos.
- Ao contrário, é tão **diversificada** quanto a própria **população**.

Em síntese:

A Cauda Longa nada mais é do
que cultura **sem os filtros** da
escassez econômica

Como surgem as caudas longas?

- Nada disso acontece sem um importante gatilho econômico: **a redução dos custos de alcançar os nichos.**
- **O que possibilita a queda desses custos?**
- Embora a resposta varie de mercado para mercado, a explicação geralmente envolve a atuação de uma ou mais de **três forças** poderosas.

Força 1: Democratização das ferramentas de produção

- Resultado: maior oferta de bens, o que alonga a cauda
 - Lado positivo: quanto maior o número de pessoas que produzem o mesmo material, maior é a chance de encontrar bons materiais, maior a probabilidade de existirem novos talentos. Ou seja, antes os talentosos tinham acesso às ferramentas, hoje em dia as ferramentas descobrem talentos;
 - Lado negativo: a quantidade de materiais ruins pode ser muito maior do que antes, devido ao fácil acesso às ferramentas.

Força 2: Democratização das ferramentas de distribuição

Resultado: maior acesso aos nichos, o que horizontaliza a cauda

- O computador/tablet/notebook/smartphone transformou as pessoas em produtores e editores, mas foi a internet que converteu todo o mundo em distribuidores.

Força 3: Ligação entre oferta e procura

- Resultado: deslocamento dos negócios dos hits para os nichos
 - O resultado de tudo isso para os clientes é reduzir os “custos da busca” para encontrar o conteúdo dos nichos.

Em resumo:

	Força	Negócio	Exemplo
1	Democratização da produção	<u>Produtores e fabricantes</u> de ferramentas de Cauda Longa	Smartphones, software para edição de música e vídeo, ferramentas de blogging.
2	Democratização da distribuição	Agregadores da Cauda Longa	Amazon, eBay, iTunes, Netflix, You Tube
3	Ligação da oferta e demanda	Filtros da Cauda Longa	Recomendações do Google, dos blogs e listas de best-sellers.

A Era Probabilística

O Poder da Produção Colaborativa

A Economia da Reputação

Arquitetura da Participação

Os Agregadores

Os novos formadores de preferência

As **formigas** têm **megafones**.

O que elas estão dizendo?

O poder da Inteligência Coletiva

A regra dos FILTROS

“Em um mundo de **escolhas infinitas**, o **contexto** — não o conteúdo — é rei”.

Chris Anderson