



# ETE PORTO DIGITAL CULTURA E MUNDOS DIGITAIS

Profª Msc. Aline Chagas

# Conteúdos

- Introdução à cultura digital;
- Cultura digital e a evolução dos hardwares;
- Cultura digital nos dispositivos móveis - a evolução dos smartphones;
- Evolução da cultura digital (web 1.0, 2.0 e 3.0);
- Cultura digital e sociedade – impactos e facilidades;
- Ascensão de novas profissões no mundo digital;
- Redes sociais e comportamento ético;
- Desenvolvimento de software – Como as aplicações evoluíram de acordo com as tendências digitais;
- **Os diversos públicos consumidores da cultura digital;**
- Cultura digital no dia a dia – Como o digital mudou o mundo;
- Do mundo real ao mundo complexo;
- Contexto, memória e identidade: o objeto situado no tempo-espaço;
- A multiplicidade de significados;
- Caiu na rede, é pixel: desafios do admirável mundo virtual.

# Os diversos públicos consumidores da cultura digital

- O comportamento do consumidor digital está diretamente relacionado ao ambiente superinformativo e conectado no qual ele se insere. Em um mundo dinâmico, em que a inovação é rotineira e os clientes têm voz, o desafio das empresas é entregar o conteúdo adequado para as pessoas certas, da maneira mais humana possível.



# Os diversos públicos consumidores da cultura digital

- Vivemos tempos agitados, não há como negar isso. No passado breve, as tendências anunciadas por escritores e acadêmicos se mantinham válidas por décadas.
- Hoje, por outro lado, nos deparamos com um mundo que se transforma a cada instante, obrigando pessoas e organizações a se adaptar em um ritmo e intensidade nunca vistos antes.
- Em meio a uma realidade tão dinâmica e um mercado moldado por soluções disruptivas, o que esperar do comportamento do consumidor digital, cujos mundos online e offline se misturam em uma só experiência?

# Os diversos públicos consumidores da cultura digital

- Entender o comportamento do consumidor digital é essencial para compreendermos o impacto das mudanças culturais, econômicas e tecnológicas na vida de todos, seja na rotina das empresas, seja no dia a dia das pessoas.
- O consumidor deve ser o centro da estratégia, e esse é um dos pilares das práticas de mercado modernas.
- Com uma oferta tão vasta em um ambiente onde limitações geográficas não existem e as opiniões de usuários têm mais força que a publicidade, quem dita as regras do jogo são os consumidores.
- Dessa forma, saem na frente as empresas que adaptam suas soluções, seu atendimento, sua promoção e sua comunicação aos hábitos, necessidades e valores dessas pessoas.

# Os diversos públicos consumidores da cultura digital

- Três fenômenos que mudaram o comportamento dos consumidores: Efeito Google, Redes sociais e o Serviços.



# Os diversos públicos consumidores da cultura digital

- Efeito Google

- Os buscadores mudaram completamente a maneira como as pessoas procuram soluções de todos os tipos, mas foi o Google o responsável por oficializar essa mudança e direcionar a produção de conteúdo de toda a internet.
- O Google Adwords (atual Google Ads), por exemplo, foi uma das ferramentas que revolucionaram a maneira de se fazer publicidade na web.
- O Google Ads é a maior ferramenta de links patrocinados da internet. A cobrança pelos anúncios é feita de acordo com os cliques.
- Esse incrível poder de influência sobre o mercado de conteúdo online se deve ao fato de o Google ser o ponto de partida da jornada da quase a totalidade dos consumidores de hoje.

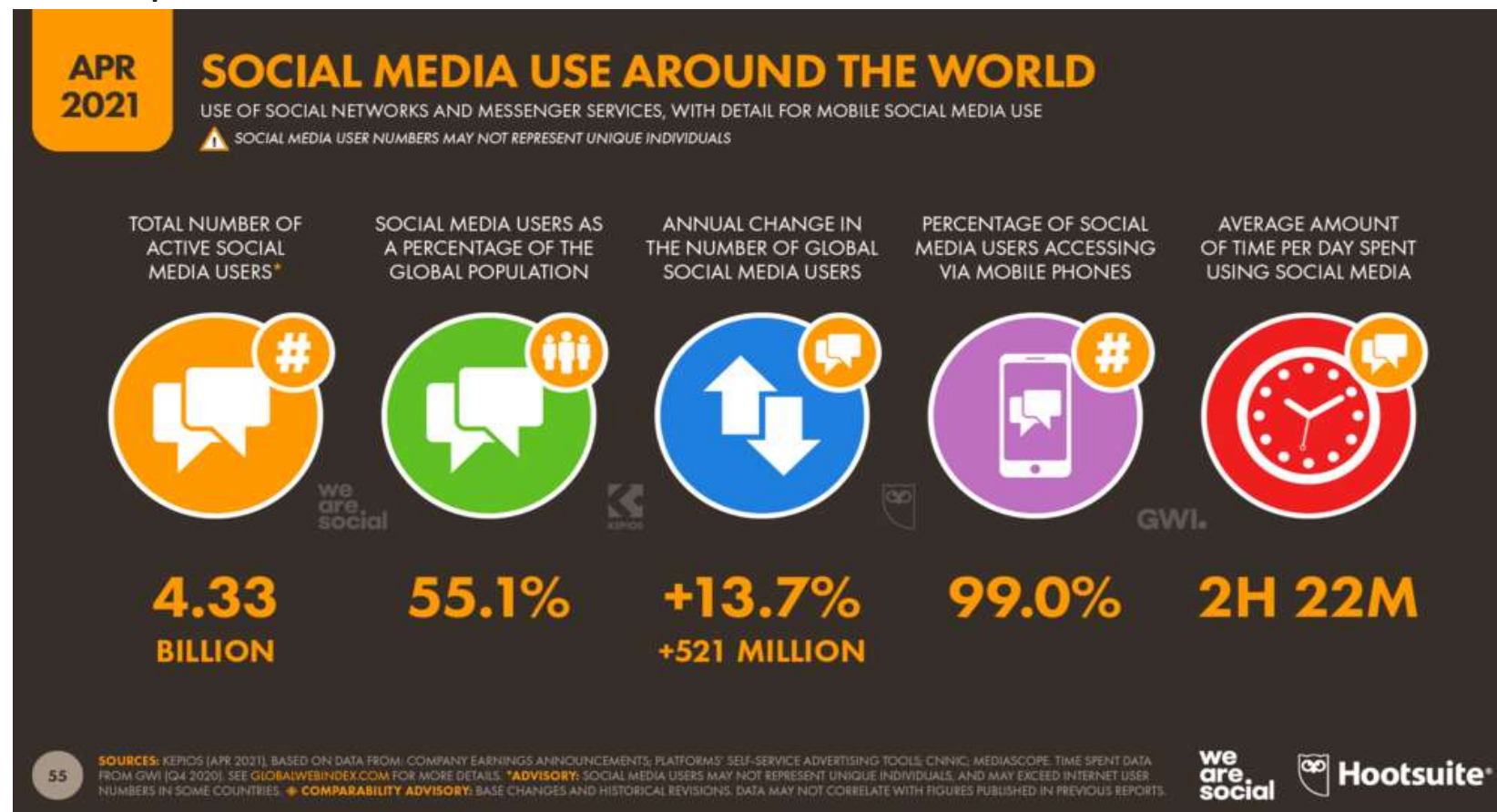
# Os diversos públicos consumidores da cultura digital

- **Efeito Redes Sociais**
- O segundo fenômeno que mudou completamente a relação entre as marcas e seus consumidores é protagonizado pelas redes sociais.
- Essas plataformas já existiam desde o fim do século passado, mas foi o Facebook o responsável por espalhar essa ideia pelo mundo e demonstrar aos profissionais de Marketing que elas são também um grande ambiente de negócios.
- As redes sociais oferecem uma riqueza de dados sobre os consumidores que seria inimaginável décadas atrás. Entretanto, o que elas realmente oferecem é a oportunidade de as marcas se aproximarem do cotidiano do seu público e engajá-lo.



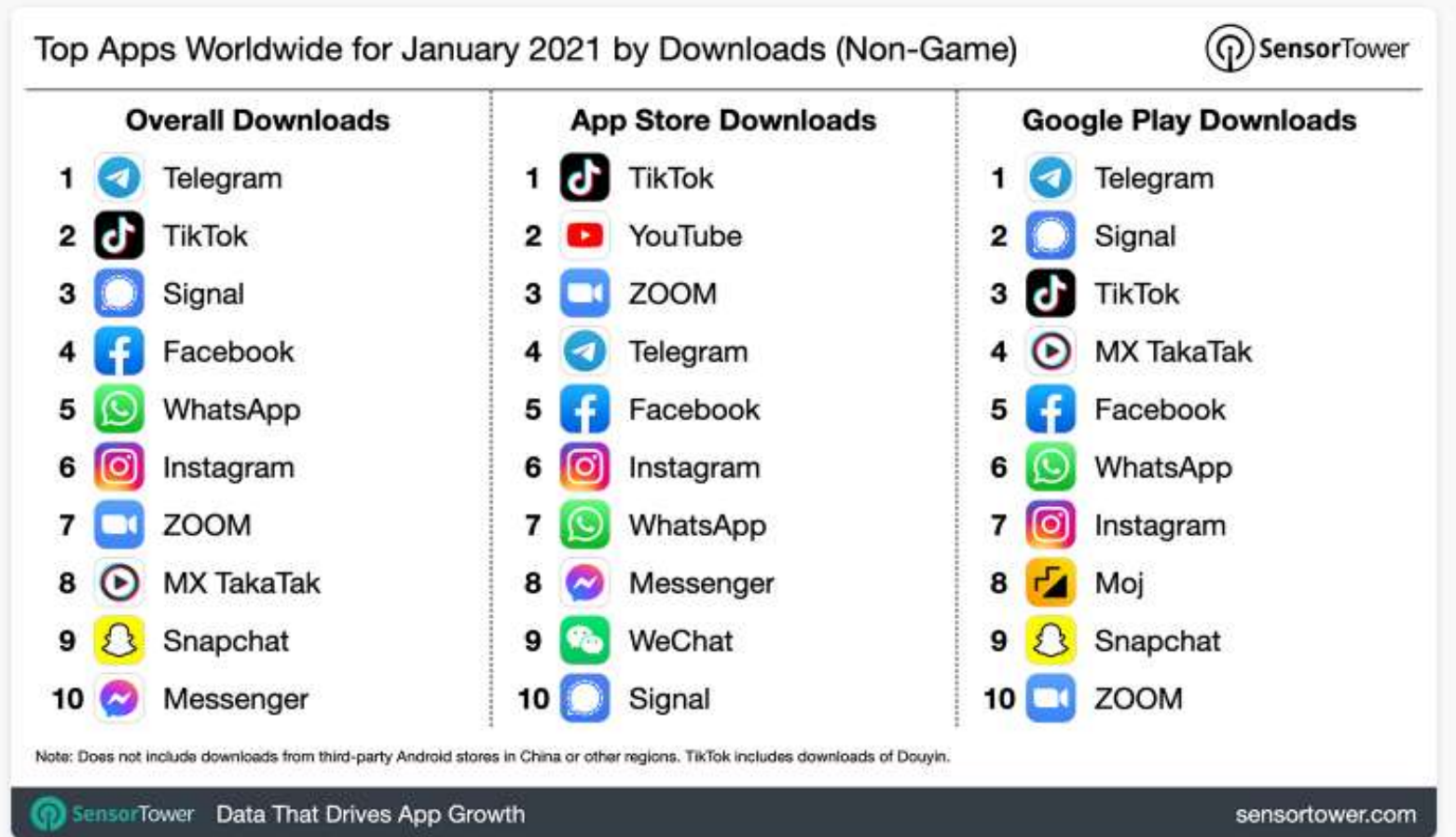
# Os diversos públicos consumidores da cultura digital

- Efeito Redes Sociais
- Além do Facebook, várias plataformas são usadas pelas empresas para divulgar suas ideias e seus produtos, como Instagram, Twitter e LinkedIn. Todas elas são devidamente equipadas com ferramentas de publicidade e de relacionamento.



# Os diversos públicos consumidores da cultura digital

- Efeito Serviços
- O último fenômeno, que também contribuiu para a construção do comportamento do consumidor digital, são as plataformas de prestação de serviços. Após o lançamento do iPhone, em 2007, o mundo entrou de vez na era dos aplicativos.



# Os diversos públicos consumidores da cultura digital

- **Efeito Serviços**

- Foram essas soluções que contribuíram para a ascensão da economia compartilhada.
- Nesse modelo de negócio, serviços de comércio, mobilidade urbana e hospedagem são intermediados por sistemas digitais e permitem que transações sejam realizadas diretamente entre consumidores (C2C), entre empresas (B2B) ou entre ambos (B2C).
- Os e-commerces já faziam sucesso, mas as plataformas de serviços foram as responsáveis por introduzir a cultura digital em diversos países. Pela primeira na história, as pessoas nunca tiveram tanto poder na palma de suas mãos.

# Os diversos públicos consumidores da cultura digital

- Quem é o consumidor 4.0?
- A maioria deles é representada pelos millennials — indivíduos nascidos por volta das décadas de 1980 e 1990 —, a geração que sentiu na pele a avalanche de transformações desencadeadas pela evolução das tecnologias digitais.
- Os impactos culturais da tecnologia, porém, não são restritos a esse grupo. Pessoas de todas as idades estão presentes na internet e o comportamento de todas elas reflete os fenômenos previstos pelo Marketing 4.0.
- Isso significa que o consumidor digital transcende as gerações, embora alguns aspectos ganhem mais destaque entre os jovens.

# Os diversos públicos consumidores da cultura digital

- Quem é o consumidor 4.0?

**Exigente:** Esse consumidor não se convence com bons produtos e serviços. Ele espera que suas marcas preferidas sejam inspiradoras, reflitam seus valores e atuem a favor de causas importantes. Se torna ainda mais exigente, pois conta com a ajuda de uma série de ferramentas para vigiar e cobrar atitudes das empresas.



# Os diversos públicos consumidores da cultura digital

- Quem é o consumidor 4.0?

**Curioso:** O consumidor moderno não deixa passar uma dúvida sequer. Ao pesquisar sobre um produto, ele não se satisfaz com informações básicas, como preço, detalhes e condições de pagamento.

Ele faz uma verdadeira varredura na web em busca de análises, depoimentos e outros argumentos que comprovem a relevância e a qualidade do que pretende comprar.

Os usuários consultam o Google várias vezes por dia por motivos diversos, dos mais banais aos mais complexos. É justamente essa facilidade de encontrar soluções que instiga a curiosidade das pessoas.

# Os diversos públicos consumidores da cultura digital

- Quem é o consumidor 4.0?

**Interativo:** No passado, a comunicação corporativa, geralmente, se dava em uma só via. As empresas promoviam suas mensagens nos veículos de mídia e as pessoas consumiam esse conteúdo de maneira passiva.

Agora, o consumidor tem a oportunidade de interagir diretamente com as publicações das suas marcas, participando ativamente do seu desempenho e da sua repercussão.

No entanto, é importante observar que as pessoas não criticam ou elogiam as empresas, simplesmente, pelo valor subentendido nessas atitudes — elas gostam genuinamente de participar e de se expressar na internet.



# Os diversos públicos consumidores da cultura digital

- Quem é o consumidor 4.0?

**Independente:** As novas gerações são ansiosas, não têm paciência para anúncios e gostam de resolver seus problemas de maneira intuitiva, sem muitas etapas.

Quando pensamos nas contas digitais, nos apps de delivery e até no e-commerce, é fácil entender o que as pessoas realmente apreciam nesses serviços.

De maneira bem sucinta, o que eles entregam é agilidade, comodidade e autonomia, ou seja, são caminhos simplificados para resolver problemas que outrora demandariam muito mais tempo, esforço e, às vezes, até dinheiro.



# Os diversos públicos consumidores da cultura digital

- **Evoluções no comportamento do consumidor digital**
  - “Atalhos” no processo de decisão de compra: Anúncios do Instagram, Notificações push ajudam nisso.
  - Preferências pré-compra: Manter uma relação próxima com o consumidor seja por redes sociais ou e-mail marketing.
  - Exigências de personalização: Clientes também já esperam por mais personalização e contexto. Eles não comparam apenas produtos e serviços, mas também experiências. Acompanhamento dos serviços prestados.
  - Valorização da experiência: A rapidez no atendimento é um dos principais. Muitos clientes não têm mais tolerância para a espera. Otimização de recursos e plataforma eficiente também são necessárias.

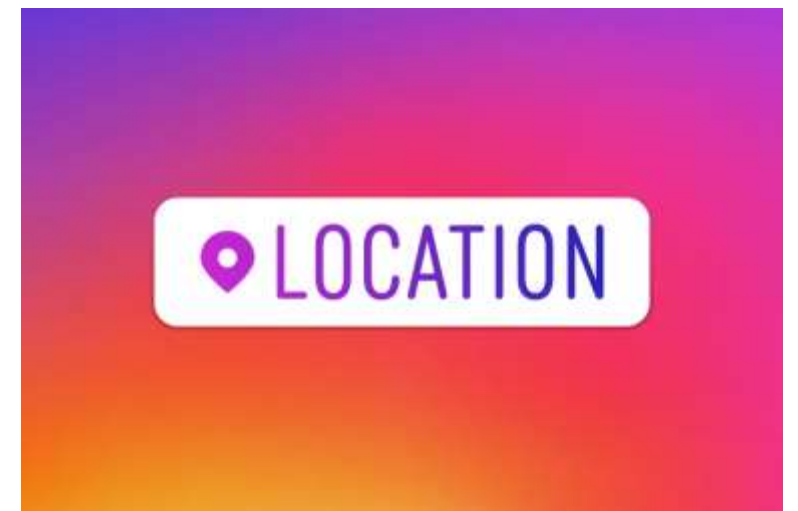
# Os diversos públicos consumidores da cultura digital

- **Evoluções no comportamento do consumidor digital**
  - *Acessos omnichannel:* A compra do consumidor digital já acontece por diversos canais. Para haver entregas positivas, eles precisam estar interligados. A estratégia omnichannel busca centralizar as informações do cliente e oferece as mesmas experiências, não importando o meio de aquisição e comunicação: e-commerce, WhatsApp ou loja física, por exemplo.



# Os diversos públicos consumidores da cultura digital

- Evoluções no comportamento do consumidor digital
  - *Compra mais consciente e compartilhada:* Na época em que não existia internet, os consumidores eram obrigados a se contentarem com as informações passadas durante os poucos segundos nas propagandas na TV. Hoje, quando chegam a uma loja, costumam ter total consciência sobre as particularidades do produto. Inclusive, ainda podem fazer check-in de localização, pela rede social, e deixar avaliação sobre alguma percepção nos minutos em que ficaram por lá.



# Os diversos públicos consumidores da cultura digital

- Evoluções no comportamento do consumidor digital
  - *Interações com tecnologias e inteligência artificial:* Isso comprova como a tecnologia melhora a experiência na compra. O QR code já está presente em embalagens de produtos e até no metrô de São Paulo. O código tem como objetivo mostrar um conteúdo e, a partir disso, engajar o usuário. Em sites, chatbots são ainda mais aceitos pelo público, que já não enxerga problemas em precisar interagir com um robô.



# Os diversos públicos consumidores da cultura digital

- Personas

- Avatar, o arquétipo do comprador precisa ser conhecido da empresa, a definição de um cliente típico, com as características dos consumidores, seus desejos, aspirações, problemas... todos os indícios do caminho que a empresa deve seguir para tê-los como clientes.

