



## **Las 5 tendencias que miden las expectativas de los clientes**

## **LAS 5 TENDENCIAS QUE MIDEN LAS EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES.**

Estudiar las conversaciones de usuarios de los canales digitales se ha convertido en la mejor fuente de información para detectar las tendencias para la toma de decisiones estratégicas para las empresas.

En un informe al respecto la consultora Llorente & Cuenca identifica, gracias a sus sistemas de anticipación de tendencias, identifica las que hoy las empresas deben tener muy en cuenta.

La pandemia y el confinamiento cambiaron nuestras vidas de manera irreversible y determinados hábitos de consumo y exigencias se quedan con nosotros y estas tendencias son la respuesta a estos dos años.

### **Tendencia 1. Fabricar la felicidad y el compromiso de las marcas**

El consumidor busca momentos de “micro felicidad” que van más allá de la experiencia o la emoción de un determinado producto. Oportunidad fantástica para que las empresas interpreten esta realidad entre sus clientes.

Los consumidores no muestran insatisfacción por las acciones de las firmas sino por su ausencia de compromiso en cuestiones sostenibles o sociales.

### **Tendencia 2. El Positivismo se contagia.**

Han sido 500 millones nuevos de usuarios los que se han sumado en todo el mundo a los canales digitales donde los usuarios encuentran información, entretenimiento y conectan de manera positiva sus emociones con otras personas provocando un contagio entre los usuarios.

Y lo hacen porque los consumidores manifiestan de manera más abierta sus emociones. Las empresas pueden interpretar esa conexión emocional que ahora se manifiesta de manera más espontánea.

### **Tendencia 3. La alimentación y el packaging.**

Un reciente estudio de Accenture apunta a que las motivaciones de compra del consumidor se sitúan en la salud y la seguridad frente al precio y a la calidad.

Hoy el cliente muestra una preocupación no manifestada anteriormente por la procedencia del producto, su fabricación y contenido que busca un mayor estado de bienestar y de cuidado.

¿Provocado por qué? Porque la salud y el bienestar son una realidad y no una tendencia. El cuidado de la alimentación se ha convertido en un tema de conversación permanente que debe orientar a las empresas, junto a la manera en la que nos lo presentan.

#### **Tendencia 4. La inmediatez.**

Muchas marcas han optado por la inmediatez como herramienta de diferenciación ya que el cliente se ha convertido en muy exigente con el tiempo. Todo se entrega en tiempo récord, no importa de donde venga. Solo importa el cuándo.

#### **Tendencia 5. Los boomers y la longevidad.**

Los que cuentan entre 35-44 años y los mayores de 65 son los que mayor crecimiento en el uso de canales digitales han experimentado. Y muestran especial interés por usar y conocer procesos, productos para responder a cierta obsesión por la longevidad.

En definitiva, se trata de 5 grandes tendencias que nacen del análisis de mensajes, palabras clave y opiniones que los consumidores han expresado por diferentes canales digitales y que identifican aspectos de conexión claves para que las empresas se vinculen y respondan de manera más directa a las expectativas de los consumidores.