

TENDÊNCIAS PARA O MERCADO

Essa palavra é muito utilizada no ramo da moda, tecnologia e comércio. Ela especula o que está por vir e o que está em alta em diversos setores do mercado. No varejo, as tendências para os próximos anos estão voltadas para tecnologia, sustentabilidade e marketing.

De acordo com o dicionário, tendência é um substantivo feminino que designa aquilo que leva alguém a agir de certa forma ou a seguir um determinado caminho; ter predisposição ou propensão a realizar ou concretizar algo. De maneira simples, é seguir um caminho já pré-estabelecido.

No setor de autopeças, a realidade aumentada pode ser utilizada para ajudar o cliente a compreender o funcionamento de uma peça específica ou visualizar como ficariam certos acessórios no veículo. Existe também a possibilidade de usar QR-Codes para a exibição de conteúdos sobre o processo de fabricação e os profissionais envolvidos por trás da criação e desenvolvimento de uma peça.

Amigo Bom de Venda:

o programa que abre caminhos para você fechar mais negócios.

Cadastre-se agora e aproveite

Pesquisa visual

A pesquisa visual é praticamente uma extensão da realidade aumentada. Ela consiste em uma procura realizada por meio de fotografias ou pela câmera do celular. A tecnologia já é empregada por meio do aplicativo do Google chamado Lens (Lentes do Google), no qual é possível comprar e pesquisar produtos. Além disso, o app da empresa americana pode traduzir textos em tempo real e fazer buscas em toda a internet.

Agilidade nas entregas

A necessidade de entregas mais rápidas vem aumentando cada vez mais no dia a dia do comércio. E-commerces como Amazon e Mercado Livre já realizam esse tipo de entrega e os correios também disponibilizam esse tipo de logística. Esse mercado já está tão consolidado que até lojas de roupas já realizam essas entregas expressas.

É claro, as entregas feitas nessa velocidade não estão disponíveis em todo o Brasil, por conta do tamanho do território, mas já são realidade nos grandes centros urbanos. Para que isso seja realizado, é necessário, acima de tudo, um plano de logística bem detalhado. Só ele é capaz de evitar grandes dores de cabeça no futuro.

Com as soluções de reposição automotiva SKF você encara qualquer desafio!

Fácil rápido seguro

Compre de nossos parceiros na loja virtual da SKF

www.COMPRESKF.com.br

Compras pelas redes sociais

Hoje, as redes sociais são quase um RG: todo mundo tem. Neste mundo digital é possível se relacionar com pessoas novas, acompanhar o que acontece no mundo, jogar e até fazer compras. Mas as compras, que já não são novidade, continuam sendo um mistério para boa parte do público consumidor.

Além de influenciar na hora de comprar, as redes sociais agora são um instrumento de e-commerce. Facebook e Instagram já disponibilizam o recurso de compra e venda dentro do próprio aplicativo, por meio de atalhos e com total interatividade.

Omnichannel

Apesar de parecer uma palavra estranha, Omnichannel é um conceito utilizado para unificar os diferentes tipos de clientes (físicos e digitais), e garantir uma melhor experiência de compra. Basicamente, a marca tem que se mostrar presente em todos os canais de venda, oferecendo uma extensa e profunda experiência.

Um bom exemplo de Omnichannel são as grandes lojas de roupas, onde podemos provar a roupa na loja física, comprar pelo site e receber em casa. Essa prática inclui também o processo de pós venda, fatores que ajudam a fidelizar o cliente. É possível observar que elementos do Omnichannel já estão presentes em alguns itens já citados, como compras pelas redes sociais e a realidade aumentada.

NOVA LINHA DE COXIMS FREUDENBERG-CORTECO

Ampla e completo portfólio de produtos
Melhor relação custo-benefício

Personalização

Antes da produção em larga escala, os produtos vendidos eram todos personalizados de acordo com os desejos dos clientes. Esta tendência está voltando nos dias de hoje, marcas como Nike, Adidas e Vans já trabalham com personalização de seus itens.

A personalização é sinônimo de luxo. Possuir um item realmente exclusivo, que ninguém mais tem, é de fato algo único e que atrai clientes. No meio automotivo a personalização pode surgir com acessórios exclusivos, feitos sob medida para cada cliente.

Valores e ética

Todas as tendências citadas anteriormente são muito importantes, mas nenhuma delas pesa como esta. A ética e os valores empresariais são extremamente importantes e englobam diversos itens. Com a democratização da informação, as pessoas têm cada vez mais acesso à internet e estão mais informadas do que nunca. Isso as tornou mais exigentes, tanto, em seus círculos de amizades, quanto nos produtos que ela consome.

A sustentabilidade é um dos valores mais procurados hoje em dia. Uma empresa sustentável, amiga do meio ambiente, tem uma maior simpatia com o público em geral e são conhecidas como eco-friendly.

A transparência nos processos empresariais são valores importantíssimos, tanto para os clientes, quanto para os funcionários. Posições claras sobre determinados assuntos são bastante importantes para os clientes, principalmente quando se trata de pautas sociais, como ações de caridade e inclusão de minorias.

Aqui não falta qualidade.

Cofap, a marca de amortecedores preferida das principais montadoras do mundo. E também a sua!

m m c o f a p . c o m . b r

Previsões

Todas as tendências apresentadas já estão marcando presença em grandes centros comerciais. A razão disso é o fato de que uma tendência não surge do nada, mas é desenvolvida aos poucos, como a realidade aumentada e compras pelas redes sociais. Ela também nasce de acordo com a necessidade do consumidor, como é o caso das entregas e a demanda por mais transparência por parte das empresas.

É possível observar que quase todas as tendências são encabeçadas pelo mundo da moda, mas isso não impede que outros setores invistam e desfrutem delas. Por essas razões é fundamental ficar atualizado para não perder as novidades do mercado, pois ele muda e rápido.

A QUALIDADE QUE TODO VEÍCULO PRECISA E O MUNDO INTEIRO APROVA

COM APOIO DE: