

As 10 tendências sociais e psicológicas que vão revolucionar o mundo dos negócios nos próximos anos

A era das organizações que gerenciam hierarquias ao invés dos verdadeiros níveis de habilidades dos funcionários está chegando ao fim. Mateusz Grzesiak, 22 de julho de 2014

É estimado que aproximadamente 70% de todas as decisões de compras são tomadas de acordos com as chamadas 'normas sociais', ou 'as decisões das outras pessoas'. Isso significa que a maioria das escolhas que os consumidores fazem estão pouco relacionadas com o que eles realmente querem ou precisam, e essa influência cultural tem um papel chave nas maneiras de pensar dos indivíduos.

Com a chegada da era das mídias sociais, o mundo se tornou uma enorme e única mente coletiva que é guiada, como toda comunidade, por leis invisíveis. Abaixo está a lista das 10 maiores tendências que estão afetando essa mente coletiva.

1. Vendendo histórias

Você já notou as mudanças consideráveis nas propagandas, principalmente nos anúncios online? Dove te encoraja a se aceitar e a Always está tentando fazer as pessoas mudarem a maneira como elas pensam a respeito das mulheres. Os maiores jogadores do mercado estão vendendo ideias, ou histórias, com as quais as pessoas podem se identificar. A cegueira de anúncios (seu cérebro de alguma maneira ignora anúncios pagos nos websites) está limpando o caminho para o marketing de conteúdo que educa os consumidores provendo a eles informação de valor genuíno. Conte uma história dessas para seu consumidor e faça com que ele ou ela se torne um fã e defenda sua marca, e o aumento em suas vendas vai se tornar um efeito colateral desse processo.

2. Os 4 P's

O resultado de uma pesquisa realizada pela Mercer's, uma das mais prestigiadas empresas de consultoria do mundo, entre um grupo de 30 mil funcionários em 17 países, revela que os maiores assassinos da motivação são a falta de respeito, a falha em perceber problemas reais e atuais, tanto quanto a "falsa democracia" (perguntar a alguém o que eles pensam sendo que a decisão já foi tomada). Hoje, os maiores vencedores são os negócios que pensam em termos dos 4 P's: planeta, pessoas, propósito e lucro (do inglês - profit). Hoje dinheiro não importa tanto quanto costumava, porque as pessoas precisam sentir que elas são parte de algo maior que elas mesmas.

3. São as mulheres que tomam as decisões

Mulheres são responsáveis pela maioria das decisões de compras feitas por toda parte do mundo (em algumas indústrias esse número chega a 90%). Algumas empresas de relações públicas se

especializaram em formular suas mensagens especificamente para refletir as necessidades femininas e seus modos de pensar. As maiores marcas do mundo já têm investido por um longo tempo nas mulheres. Harley Davidson é a líder no mercado de vendas de motocicletas para mulheres. Mais da metade de todos os clientes de hotéis são mulheres, por isso a tendência no Oeste Europeu em direção à criação de lugares ‘femininamente’ amigáveis. Em Viena, na Áustria, planejamento de gênero tem levado a mudanças de infraestrutura para facilitar para as mulheres viverem na cidade.

4. Habilidades suaves são preferidas (ex: comunicação, liderança, inteligência emocional)

Para empregados americanos, inteligência emocional (QE) é três vezes mais importante que lógica (QI). Em situações onde dois médicos estão aplicando para um trabalho no mesmo hospital se um deles é melhor em termos de relacionamento com pessoas, então mesmo que ele ou ela não tenha certo conhecimento ou expertise, ele ou ela tem mais chance de conseguir o emprego do que o colega com maior educação formal, mas piores habilidades de comunicação. Novos empregos baseados nessas habilidades suaves têm surgido, como coaches, vendedores de elite, palestrantes motivacionais e grandes líderes. Apesar de sua grande popularidade, eles ainda não são bem avaliados no nível acadêmico. Hoje em dia, empregados que não tem habilidades suaves estão sujeitos a perder na corrida do sucesso.

5. Você é um produto

Mais e mais pessoas entram em contato com você antes de te conhecer. Se eles vão te ligar ou te convidar para uma reunião no mundo real depende da qualidade da relação construída entre vocês no mundo virtual. Seja através de um website, um blog formador de opinião ou um artigo de imprensa. Hoje, todo mundo é um produto e o campo que lida com isso é chamado de marketing pessoal (personal branding). É o marketing pessoal que é o maior responsável na Polônia por abrir o caminho para alfaiates ou estilistas que fazem roupas customizadas, para fotógrafos (todas as pessoas, não apenas celebridades, precisam dos serviços deles) ou para agências de relações públicas trabalhando até para pequenos negócios. Se o mercado tem confiança na sua marca, o mercado vai te perdoar por seus erros e, através dessa perspectiva positiva, vai olhar para o que você tem a oferecer.

6. O efeito de “des-escalar”

Nunca antes os indivíduos tiveram tanto poder para influenciar como hoje. Bloggers autodidatas decidem a respeito do sucesso ou fracasso de grandes marcas, um vídeo caseiro se torna viral assistido por milhões de pessoas e um crítico (hater) teimoso tem o poder de dar muita dor de cabeça para uma pessoa bem conhecida e querida. Enquanto há 20 anos atrás as pessoas eram encorajadas a investir em tamanho e crescer cada vez mais, hoje o efeito de “des-escalar” surgiu, significando que os menores podem fazer as mesmas coisas que os maiores, mas os menores tem mais mobilidade e são mais rápidos.

7. A mente global

Hoje, não é suficiente ser brasileiro para ser capaz de ser bem sucedido no mercado. Times internacionais são cada vez mais a regra, não a exceção. As melhores práticas ao redor do mundo são descritas na internet todos os dias e estão disponíveis para qualquer um. Se você quer ser bem sucedido globalmente, você precisa se enxergar mais como um cidadão do mundo, não um cidadão do seu país. Com a abordagem americana de marketing, o jeito Alemão de gerenciar e o empenho polonês, o sucesso vem mais rápido.

8. Comunicação consciente

De acordo com algumas pesquisas, habilidade de comunicação é responsável por 85% do resultado. Os líderes hoje são pessoas que tem a habilidade de comunicar suas ideias precisamente, de ouvir aos outros sem interromper ou se opor à suas opiniões, e são aqueles que preferem coaching do que imperiosidade, que escolhem não manipular os outros e não focar. Eles sabem perguntar corretamente e como construir plataformas de comunicação comum. Eles não se referem ao passado e eles formulam seus objetivos de uma maneira positiva, mensurável e motivadora.

9. Agilidade ao invés de estrutura

A decisão vai passar primeiro pelo departamento de pesquisa de mercado, para depois ser analisada e aprovada pela direção, certo? Esse era o caso no passado, mas dada a velocidade de mudança do mundo contemporâneo, não existe tempo para gastar seis meses para tomar uma decisão. Times precisam estar prontos para tomar decisões rapidamente e flexibilidade é considerada uma prioridade nas pesquisas das habilidades do futuro. O slogan do futuro é: Esteja preparado para o que você pode se preparar, mas esteja pronto para tudo. Eficiência e velocidade (agilidade) ultrapassaram tamanho e estrutura.

10. “Nós” é maior que “Eu”

A era das organizações que gerenciam hierarquias ao invés dos verdadeiros níveis de habilidades dos funcionários está chegando ao fim. Numa organização dessas, um gerente razoável, por medo, nunca contrataria um gerente excelente, e o que é pior, sabotaria o desenvolvimento do seu próprio time por medo de perder seu cargo. O futuro pertence às organizações que fizerem seus times felizes (pesquisas mostram que empregados felizes fazem mais dinheiro para seus empregadores) e a chefes que se desenvolvem junto com seus funcionários, nunca limitando seu potencial. “Nós” deve ser maior que “Eu”.