



O Novo Mundo Conectado

A pandemia acelerou a utilização da tecnologia de forma mais intensa para todas as gerações



The
Connected Decade
— 2020 - 2030 —

Adaptando-se ao mundo digital ao nosso redor.



A pandemia da COVID-19 causou um grande impacto na forma como os consumidores interagem, especialmente online. Trabalhar, estudar e conectar-se tornou-se a regra, desde que as pessoas em todo o mundo tiveram que permanecer em suas casas. Como era esperado, isso levou ao aumento no consumo de produtos inteligentes que ajudam a nos conectarmos uns aos outros. Como resultado, após

adotarem o novo normal, os consumidores passaram a ter uma visão muito mais positiva sobre a tecnologia inteligente.

Essa perspectiva se traduz em uma intenção maior de se modernizar com novos modelos de produtos e uma maior disposição para experimentar produtos conectados.

A pesquisa A Década Conectada feita esse ano pela Assurant concluiu que a pandemia levou os consumidores de todo o mundo, agora mais do que nunca, a adotar estilos de vida conectados.

Nos sete países onde o estudo foi realizado, os consumidores de todas as nacionalidades relataram um maior uso de tecnologia conectada em casa e um maior interesse em compras futuras.



Brasil



Alemanha



Canadá



Japão



Reino Unido



EUA



Austrália

“Os resultados deste ano demonstram claramente o papel fundamental que a tecnologia está desempenhando na vida dos consumidores, assim como a possibilidade de obter produtos conectados e protegidos. É importante que os fornecedores de serviços e produtos conectados trabalhem para atender à evolução das necessidades e expectativas dos consumidores, especialmente porque são eles que atribuem maior importância a conectividade.”

– Alan Colberg, CEO GLOBAL ASSURANT 



À medida que o mundo continua em recuperação, a forma como os consumidores definem o "lar doce lar" tem mudado permanentemente. A conectividade está se transformando de um "bom ter" para um "necessário ter", tornando o conceito de casas inteligentes uma grande oportunidade para fornecedores de serviços e produtos conectados ao longo da Década Conectada (2020 - 2030).

Com algo entre **25-40% da mão-de-obra global* prevista para continuar trabalhando de casa,**

os produtos inteligentes que proporcionam conforto, acessibilidade e automação no ambiente doméstico provavelmente terão alta demanda. Muitos consumidores querem copiar seus antigos ambientes de escritório, favorecendo soluções tecnológicas que proporcionam facilidade no dia a dia, acesso ao suporte técnico e aos sistemas colaborativos aos quais estão acostumados. Outros consumidores simplesmente querem manter a possibilidade de se conectar à família e amigos, ou maximizar sua capacidade de controlar e automatizar tarefas em casa, como a ativação de sistemas de luzes, segurança e demais itens de automação. A crescente familiaridade com a tecnologia conectada que foi impulsionada pela COVID-19 **abriu novos segmentos de mercado** que estavam abaixo do esperado antes da pandemia, e lançou as bases para que os consumidores buscassem expandir para novas categorias de produtos inteligentes que não haviam pensado anteriormente. Também ajudou a identificar as principais frustrações que as empresas precisam enfrentar para criar a fidelidade de clientes.



Na Assurant, estamos usando esses tipos de insights para desenvolver programas focados no consumidor e para ajudar nossos parceiros a conquistar oportunidades de negócios em todo o mundo, incluindo a expansão de suporte técnico avançado de diagnóstico que auxilia os consumidores a obter o máximo da tecnologia com a qual passaram a contar; a adaptar programas de trade-in e upgrade de dispositivos móveis que suportam a adoção da tecnologia 5G em todo o mundo; e o uso de nossa

rede global de distribuição de ativos, bem como nossos serviços de reparos e logística para proporcionar uma experiência superior para o cliente, criando uma experiência ganha-ganha-ganha para nossos consumidores, parceiros de negócios e o meio ambiente.

Ao analisar algumas de nossas principais descobertas, gostaríamos de saber mais sobre o seu ponto de vista. Entre em contato com nossa área comercial: comercial.seguros@assurant.com para trocar ideias sobre como podemos trabalhar juntos para apoiar e expandir a Casa Conectada (Connected Home) e o Mundo Conectado (Connected World).

*<https://globalworkplaceanalytics.com/work-at-home-after-covid-19-our-forecast>



Descoberta: Maior confiança

Contar com a tecnologia para trabalhar, estudar e se comunicar de casa durante a pandemia aumentou o conforto do consumidor e a confiança em tecnologias conectadas em todo o mundo, abrindo caminho para que a utilização do ecossistema conectado atinja novos patamares.

Quase todos os segmentos de consumidores pesquisados na pesquisa da Década Conectada da Assurant relataram a compra de **pelo menos um novo produto inteligente** durante a pandemia. Nos Estados Unidos, 66% dos consumidores conectaram pelo menos um dispositivo novo ou de reposição à sua rede Wi-Fi doméstica pela primeira vez em 2021. Isso representa um aumento de 65% em relação aos números de 2019, **mas ainda não é suficiente para ultrapassar o Brasil**, onde **72% dos consumidores dizem ter comprado pelo menos um novo produto conectado durante a pandemia**. Outros países relataram taxas mais baixas, mas ainda significativas, de novas compras, com 44% dos consumidores britânicos e 40% dos consumidores alemães comprando um novo produto. Austrália, Japão e Canadá tiveram 37%, 35% e 33% dos consumidores, respectivamente, realizando novas compras conectadas.

“Consumidores de todo o mundo adotaram novas tecnologias conectadas durante a pandemia, e percebemos que suas experiências com essas tecnologias foram amplamente positivas. Isto é um bom sinal para o mercado de serviços e produtos conectados.



Enquanto a COVID-19 forçou novos usos de produtos inteligentes, a experiência positiva que os consumidores tiveram com eles será a força motriz crescente na adesão a esses produtos. Da mesma forma, aprendemos com as frustrações que os consumidores vivenciaram e somos capazes de fornecer suporte e proteção para atenuar essas dificuldades no futuro.”

- Keith Meier, PRESIDENTE INTERNACIONAL DA ASSURANT

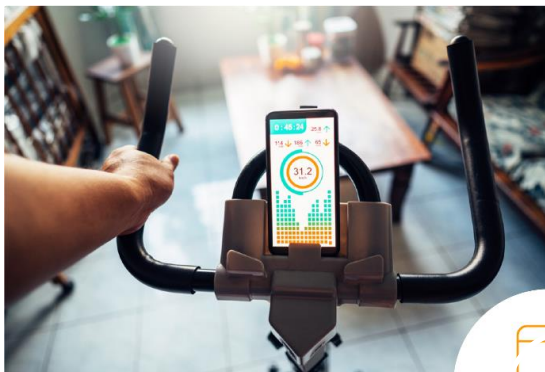




Com seus novos produtos inteligentes, os consumidores de todas as gerações ganharam uma nova familiaridade ao realizar as tarefas diárias em um ambiente digital. Tanto no Brasil quanto nos demais países pesquisados, a conectividade aumentou a frequência com que os consumidores utilizam a tecnologia para suas atividades como usar a internet, realizar consultas médicas ou trabalhar de casa.

O que os consumidores globais e brasileiros fazem mais desde o início da pandemia?

Atividade	Consumidores globais	Consumidores do Brasil
Usar a Internet	60%	87%
Videoconferência	51%	73%
Loja on-line	51%	76%
Trabalho de casa	41%	74%
Estudar on-line	32%	70%
Consultas de Telemedicina	24%	39%



Os dados mostram que os consumidores em todo o mundo estão dispostos a fazer novas compras no futuro como resultado das experiências positivas que tiveram com a tecnologia durante a pandemia. Os participantes da pesquisa A Década Conectada da Assurant **definitivamente planejam comprar uma versão mais nova de seus dispositivos conectados** (por exemplo, smartphones, tablets, laptops, fones de ouvido, etc.) quando estiverem disponíveis. **40% dos consumidores brasileiros atualizariam seus dispositivos para ter capacidade 5G**, enquanto **49% dizem que o 5G é importante, mas priorizariam outros recursos** ao pensar no upgrade. Quando perguntados sobre o interesse em programas de upgrade, **86% dos clientes brasileiros teriam interesse em participar de um programa de upgrade** de dispositivos, desde que o preço da assinatura mensal esteja de acordo com suas necessidades.



O QUE ESTA TENDÊNCIA SIGNIFICA PARA VOCÊ:

Conecte-se com os consumidores certos.

- Com base nas atividades que os consumidores globais realizam com maior frequência durante a pandemia, você pode preferir dar atenção especial aos consumidores [Utilitaristas](#), [Amantes do Lazer](#) e [Tecnófilos](#). Estas são as pessoas que estão saindo da pandemia com um entendimento maior sobre como a tecnologia pode acrescentar conveniência e automação a seus estilos de vida, como usar produtos conectados para entretenimento e, para fins mais sofisticados, o valor de conectar vários produtos através do mesmo ecossistema para uma experiência integrada.

Continue inovando seus produtos.

- Um aumento necessário na compra e no uso de produtos conectados durante a pandemia abriu as portas para o crescimento voluntário de compras regulares e adoção do estilo de vida conectado. Os dados mostram que os consumidores, especialmente Millennials e Geração X, estão mais propensos a fazer upgrade para modelos mais novos da tecnologia que gostaram de usar durante a pandemia, quando estiverem disponível. Da mesma forma, todas as gerações estão mais interessadas em comprar novos produtos de tecnologia inteligente, como resultado das experiências tecnológicas positivas que tiveram durante o último ano e meio. Agora é a hora de otimizar suas estratégias de vendas para capitalizar a maior familiaridade do consumidor com a tecnologia conectada e garantir que você forneça as soluções que ajudam seus clientes a expandir seus ecossistemas conectados.

Leve a tecnologia para onde você estiver.

- À medida que os consumidores se sentem mais à vontade para sair de suas casas e retornar à rotina de antes da pandemia, eles levam consigo a familiaridade adquirida com a tecnologia. Esperamos um maior interesse em carros conectados, inteligência artificial e utilização de dispositivos 5G que proporcionam maiores velocidades e banda larga ampliada para dentro e para fora de casa.

Fique conectado em toda a linha.

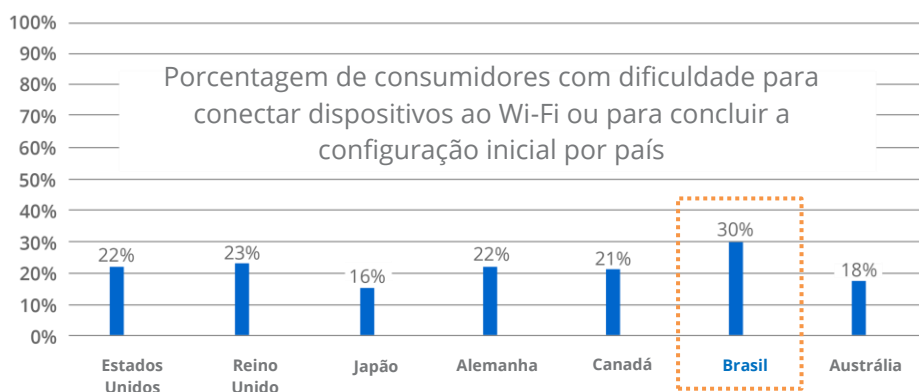
- Com o crescente uso da tecnologia dentro e fora de casa, os consumidores naturalmente irão querer que todos os produtos inteligentes em sua vida se conectem. Isto significa que a interconectividade entre a casa, o carro e o celular vai ser fundamental no futuro. Suporte técnico holístico e avançado de diagnóstico, recursos integrados e serviços de instalação são agora uma necessidade de suporte aos consumidores para desenvolverem e manterem um ecossistema verdadeiramente conectado.



Descoberta: Frustrações Constantes

Embora sua experiência com as tecnologias conectadas tenha sido amplamente positiva, as frustrações e expectativas dos consumidores em torno dela também aumentaram.

Apesar de todos os benefícios e interesses em torno da conectividade em meio à pandemia, muitos consumidores também expressaram dificuldades com seus aparelhos conectados. Em 2021, 46% dos consumidores dos EUA disseram ter dificuldades com seus produtos conectados - um aumento de 35% em relação a 2019.



As frustrações mais comuns que os **consumidores brasileiros** enfrentaram foram "**conectividade com a Internet**" e/ou "**problemas para configuração inicial**" (30%). Esse número **aumentou 7%** em comparação com 2019.

Estabelecer a conectividade com a Internet através de produtos inteligentes também foi uma frustração consistente para consumidores em outras partes do mundo.

“O número de consumidores com dificuldade para conectar seus dispositivos ao Wi-Fi deve ser uma grande preocupação para as empresas de produtos e serviços conectados. Para que os consumidores obtenham todas as vantagens de seu produto inteligente, ele precisa estar conectado ao Wi-Fi e se comunicar com quaisquer outros dispositivos inteligentes que possuam. Sem esta etapa crítica de configuração inicial, a satisfação do consumidor e a probabilidade de compras regulares diminuem. É por isso que os serviços de suporte holístico, como integração e instalação para todos os produtos em todo o ecossistema conectado - fornecidos por meio de autoajuda, suporte virtual e soluções em casa - fornecem valor diferenciado que as empresas de estilo de vida conectado podem oferecer aos seus clientes.”

— Federico Bunge, PRESIDENTE REGIONAL LATAM





Enquanto a conectividade Wi-Fi está entre as principais frustrações dos consumidores, outras insatisfações comuns incluem hardware quebrado ou com defeito, interferências ou falhas de software e dúvidas de como operar o produto conectado adquirido. E os consumidores querem que estes problemas sejam resolvidos de forma rápida e mais conveniente agora, o que provavelmente é o resultado de uma maior dependência da tecnologia durante a pandemia.

“O Mundo Conectado está condicionando os consumidores a quererem mais e mais rápido”. Com informações e soluções disponíveis on-line em tempo real, as pessoas estão se acostumando a resolver problemas rapidamente. E o uso crescente da velocidade 5G só irá acelerar esse fato. Para acompanhar o estilo de vida dos consumidores e proporcionar serviços premium aos clientes, as empresas precisarão fornecer reparos mais rápidos e fáceis em caso de quebra do dispositivo, e acesso instantâneo ao suporte técnico avançado com treinamento para manter todo o ecossistema conectado funcionando sem problemas”

- Keith Demmings, PRESIDENTE ASSURANT INC. 



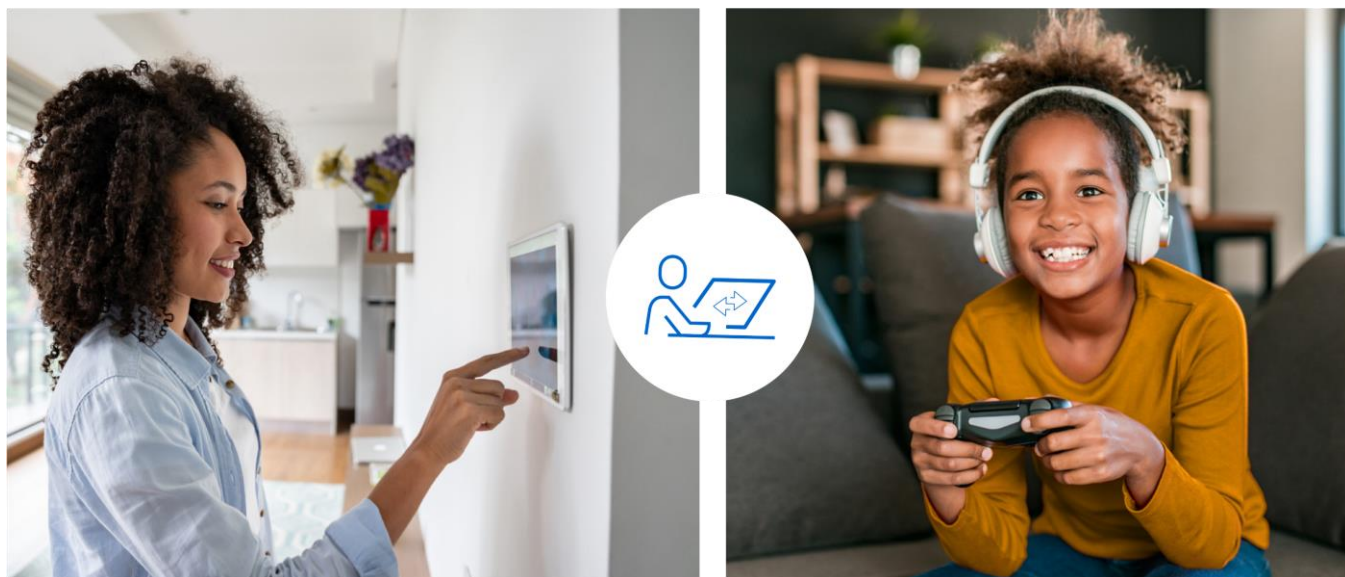
O QUE ESTA TENDÊNCIA SIGNIFICA PARA VOCÊ:

Colocar seus clientes em primeiro lugar.

A experiência do cliente é o fator decisivo quando se trata de fidelidade à marca. As empresas que oferecem uma experiência sólida estarão bem posicionadas em comparação com os concorrentes que fornecem experiências insatisfatórias.

Oferecer várias opções de atendimento ao cliente.

Oferecer mais opções quando se trata de suporte e reparo irá diferenciar sua empresa. Isto se aplica, sobretudo, a dispositivos móveis, pois eles atuam como o coração do ecossistema conectado. Serviços como reparos especializados no mesmo dia na loja e na casa do consumidor se tornarão vantagens competitivas importantes.





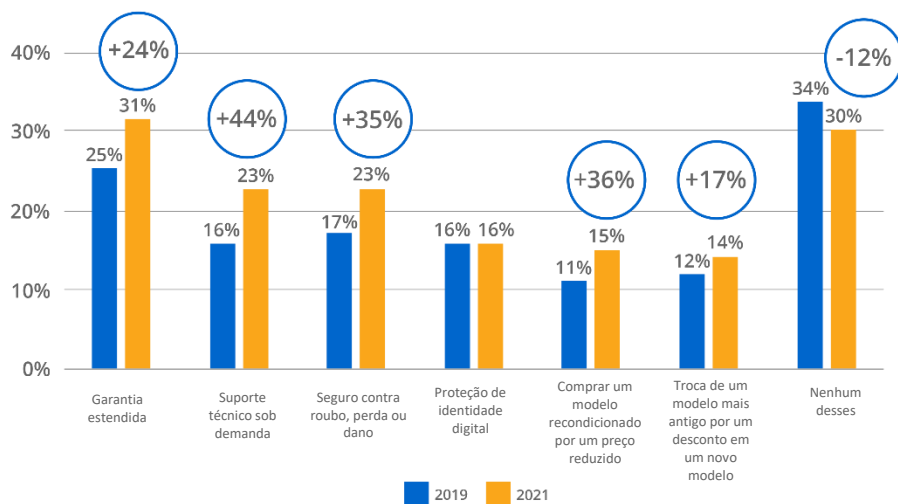
Descoberta: Demanda de suporte

Como os consumidores usam produtos conectados com mais regularidade, eles desejam um nível adequado de suporte.

Com muitas pessoas trabalhando de casa pela primeira vez, ajudando as crianças nas aulas on-line e usando mais serviços de streaming e videoconferência, o **uso de produtos conectados pelos consumidores no Brasil aumentou 64% entre 2019 e 2021**. O uso de produtos conectados também aumentou consideravelmente em todas as gerações nos Estados Unidos (50%), Reino Unido (41%), Alemanha (31%), Japão (28%), Canadá (38%) e Austrália (33%).

O resultado é que mais consumidores adotaram casas conectadas parcial ou totalmente funcionais onde produtos inteligentes como sistemas de luzes, segurança, eletrodomésticos, sistemas de entretenimento e impressoras são controlados a partir de seus dispositivos móveis. E eles querem um nível premium de suporte necessário para otimizar e manter o ecossistema doméstico conectado em que passaram a investir.

Dados USA - Fatores que podem influenciar positivamente as compras de produtos (entre produtos)



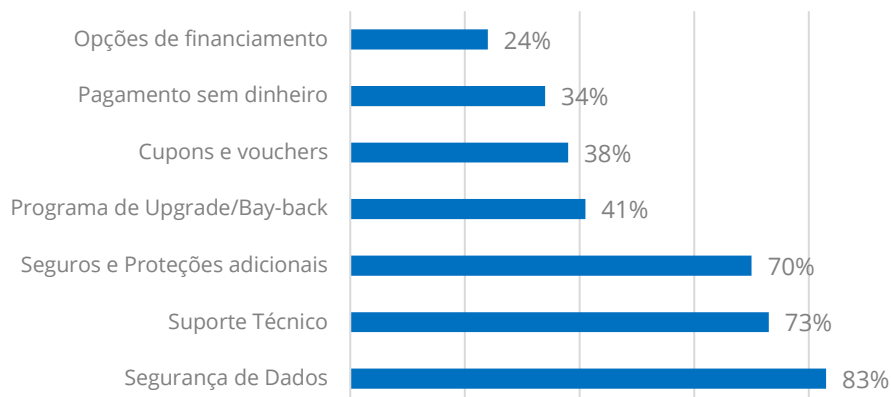
Dos diferentes tipos de suporte necessários, o maior aumento no interesse entre 2019 e 2021 foi no suporte técnico sob demanda, que cresceu 44% nos EUA. É claro que há uma necessidade crescente de que os consumidores obtenham orientação especializada na instalação, conexão e uso de suas compras virtuais. O impacto

da oferta de seguro contra roubo, perda ou danos e garantias estendidas cresceu 35% e 24% (EUA), respectivamente. Não há dúvida de que o aumento da confiança nas tecnologias conectadas fez crescer a importância dos produtos de suporte e proteção para os consumidores durante os últimos dois anos.

Para o **Brasil**, os **principais requisitos necessários** ficaram sendo a **segurança dos dados, seguida de suporte técnico e seguros e proteções**. Com os problemas de roubo de identidade, informações, e falta de segurança, não é surpresa que este requisito tenha sido

uma das principais exigências, por outro lado, as frustrações ao conectar equipamentos às redes ou as dificuldades para utilizá-los sem transtornos geram nos consumidores a grande necessidade de garantir que eles tenham suporte técnico se precisar, ou a proteção do seu investimento financeiro em seus dispositivos.

Dados Brasil - Quais dos serviços abaixo você gostaria?



O QUE ESTA TENDÊNCIA SIGNIFICA PARA VOCÊ:

Satisfazendo clientes atuais e futuros.

- A demanda do consumidor coloca as empresas em uma posição privilegiada na captação de novos segmentos de mercado e maior penetração em segmentos de clientes existentes. Os produtos certos de proteção e suporte fazem uma grande diferença em sua capacidade de satisfazer essa oportunidade.

Torne-se um inovador do setor.

- Embora a troca de fornecedor seja muitas vezes complicada, você precisa de um líder em serviços de suporte e soluções de proteção que apoie a sua experiência com o cliente. Isto aumenta sua capacidade de proporcionar experiências de alto nível, impulsionar a fidelidade e captar novos consumidores.

Sobre ASSURANT®

Assurant é uma empresa da Fortune 500 que tem parcerias com marcas líderes globais para conectar, proteger e dar suporte a mais de 330 milhões de consumidores em todo o mundo. Temos uma vasta experiência em ajudar grandes e pequenas empresas de produtos e serviços conectados, aumentando a satisfação do cliente e entregando resultados financeiros consistentes. Entre em contato com nossa equipe para maiores informações.



CONHEÇA ASSURANT

The
Connected Decade
— 2020 - 2030 —