



O novo cotidiano conectado

Publicado
Fevereiro 2015

As plataformas conectadas estão se multiplicando e começando a funcionar em sincronia com outros dispositivos. E te acompanham do café da manhã, passando pela experiência de dirigir, trabalhar, consumir entretenimento, até monitorar sua saúde. Em um futuro bem próximo, estar conectado será um recurso padrão, e essas plataformas proporcionarão novos níveis de serviço e conveniência fortalecidos por contexto. Neste artigo, Alan Eagle, coautor do livro Como o Google funciona, analisou as tendências tecnológicas apresentadas na Consumer Electronics Show (CES) e convida as marcas a se conectarem.

think with **Google**

A tecnologia era vista como algo técnico e apenas os profissionais do departamento de TI a entendiam.

Hoje, ela permeia praticamente todas as áreas de negócios e nossas vidas. Na CES 2015, maior feira de eletrônicos do mundo, realizada em Las Vegas, em janeiro, analisamos três tendências que transformam para melhor nosso cotidiano: plataformas conectadas; smartphone como assistente pessoal; e customização da informação para o consumidor. Todos os produtos e serviços, quando combinados, terão um impacto profundo no dia a dia das pessoas e das marcas – como consumimos mídia, como tomamos decisões de compra e as nossas expectativas em relação às marcas.

As plataformas conectadas

Houve muita conversa nos últimos anos sobre a chegada da “internet das coisas”, uma nomenclatura usada para descrever a diversidade de novos dispositivos (exceto computadores) que oferecem conexão com a internet. Em 2015, o surgimento de dispositivos conectados crescerá ainda mais. Até o final do ano, mais de 4,9 bilhões estarão em uso ao redor do mundo, o equivalente a um aumento de 30% em relação a 2014, de acordo com a Gartner.

Mas não precisamos desse número gigantesco para imaginar o que está por vir; basta pensar nas coisas que fazemos todos os dias. Conforme os dispositivos proliferam e começam a trabalhar juntos, vemos a ascensão de plataformas conectadas que nos ajudam em diversas atividades.

As buscas no Google relacionadas à “internet das coisas” cresceram 2,5 vezes no ano passado quando comparadas com 2013. Já as pesquisas por tecnologia vestível aumentaram três vezes nesse período, especialmente entre as pessoas mais conscientes sobre saúde.

O entretenimento, talvez, seja a primeira área em que as plataformas conectadas surgiram com força. Nos Estados Unidos, mais de 50% das residências possuem uma televisão conectada, de acordo com a empresa de pesquisa Leichtman. E todas essas TVs estão conectadas com o quê? Com dispositivos de streaming e, se você tiver um Google Chromecast ou outro device, com seu celular ou tablet. Isso facilita que você encontre um vídeo na web para assisti-lo em casa.

Seus eletrodomésticos, termostatos, alarmes de fumaça e até cafeteiras provavelmente não estão conectados agora, mas, se você comprar algum desses itens ainda este ano, existe uma boa chance de estarem. E se você está buscando adquirir um novo carro, é bem possível que tenha novas escolhas para fazer além da cor e dos acessórios: o sistema de operação móvel. Isso permite que os consumidores utilizem seus smartphones para navegar, tocar música, enviar mensagens, e muito mais, enquanto estão no carro – tudo através da tela no painel.

Essa tendência de conectividade não vai desacelerar tão cedo; sensores e hardware de baixo custo ajudarão os inventores a pensar em coisas simples e torná-las inteligentes.

O smartphone como um verdadeiro assistente pessoal

Mas os dispositivos estão conectados com o quê, exatamente? Na maioria dos casos, com o seu smartphone. Ele é o novo controle remoto – não só para a sua TV, mas para a sua vida. O mobile torna-se um assistente sempre presente e dedicado a atender uma pessoa: você.

Como qualquer bom assistente, seu celular cumpre as tarefas à medida que compreende o seu contexto (onde você está?, para onde você vai?) e a sua intenção (o que você está pensando em fazer?). Depois, ele pega esses dados e alimenta os outros dispositivos para que, juntos, possam criar experiências ainda melhores.

Algumas empresas já estão colocando a “Minha Internet” na prática. Por exemplo, o Uber transformou o simples ato de chamar um táxi. Já o novo aplicativo de pedidos do Starbucks encontra a loja mais próxima do consumidor, envia o pedido, avisa quando ele estará pronto e explica como chegar lá. O smartphone transforma a “internet das coisas” na “Minha Internet” – tudo com a sua permissão, tudo para simplificar a sua vida.

Um mantra para a sua marca: “Melhorando o tempo todo”

Hoje, as pessoas esperam receber as respostas e os serviços que desejam de forma customizada, no momento exato em que querem e precisam da informação. Quando estão assistindo a um programa, filme ou jogo, elas querem informações (agora!) sobre os atores ou jogadores, assim como sobre os patrocinadores e produtos que veem. Quando pensam em comprar alguma coisa, as pessoas querem ler depoimentos, encontrar o melhor preço e saber onde o produto está disponível. Esses rápidos momentos de tomada de decisão ocorrem constantemente – e quanto

Entretanto, em 2015, facilitar a vida das pessoas somente nesses momentos não será o suficiente. As empresas de sucesso serão aquelas que utilizarem toda informação à sua disposição para aprender e melhorar de maneira contínua, de forma que a próxima experiência não seja apenas tão boa quanto a última, mas ainda melhor. Um consumidor acabou de receber um móvel em casa? Então, talvez, quando acessar o seu site, ele estará buscando informações sobre como montar esse item ou obter ideias de outros objetos complementares. Alguém tem um problema com um produto? Se bem conectada, a sua equipe de atendimento ao cliente deveria saber do problema antes mesmo de receber a ligação.

As empresas de tecnologia se tornaram excelentes em antecipar o que está por vir; considere os mecanismos de recomendações em sites de compras e serviços de streaming. Porém, agora, empresas dos mais variados segmentos têm a oportunidade de ser tão inteligente quanto. Cada dispositivo – inclusive, cada interação do consumidor – é um canal de aprendizado. As melhores empresas aproveitarão essa oportunidade para serem inesperadamente úteis em todos os momentos que são valorizados pelos consumidores.