



studioroman_CANVA

CUSTOMER EXPERIENCE 60+

COMO CRIAR CONEXÕES HUMANAS EM UM MUNDO DIGITAL



Nos últimos anos, o Brasil tem passado por uma revolução demográfica. Segundo o IBGE, a população idosa (60 anos ou mais) dobrou entre 2000 e 2023, saltando de 15,2 milhões para 33 milhões de pessoas, representando hoje 15,6% da população. O envelhecimento acelerado indica que, até 2030, haverá mais idosos do que crianças no país, e, em 2070, quase 40% dos brasileiros terão mais de 60 anos.

Cristián Sepúlveda (*)

Esses números destacam uma das maiores megatendências da nossa sociedade, além de indicar uma transformação no ambiente de negócios. Empresas que entendem esse fenômeno têm a oportunidade de se destacar, atendendo de forma eficaz esse grupo crescente de consumidores. O mercado 60+ no Brasil já movimentou mais de R\$ 1,6 trilhão por ano, composto por um segmento que, além de possuir rendimentos médios 7% superiores ao de outras faixas etárias, demonstra um potencial de consumo significativo.

Além disso, segundo a Associação AARP, os 50+ nos Estados Unidos são responsáveis por mais de 53% do consumo e por cerca de metade ou mais dos gastos globais nas cinco maiores categorias de consumo: saúde (60%), bens e serviços diversos, como profissionais e financeiros (52%), moradia e serviços públicos (51%), alimentos e bebidas (49%) e transporte (49%). Apesar desses números expressivos, uma pesquisa da AlmapBBDO realizada no Brasil mostrou que mais de 70% dos idosos brasileiros se sentem ignorados pelas marcas.

Isso revela um vasto campo de oportunidades para empresas que souberem criar conexões mais humanas e inclusivas com esse público. Ao considerarmos as mudanças fisiológicas que acompanham o envelhecimento, como:

Alterações visuais:

- Diminuição da acuidade visual: idosos podem ter dificuldades para ler textos pequenos ou em cores com baixo contraste;
- Presbiopia: a dificuldade de focar em objetos próximos pode exigir o uso de óculos para leitura, reforçando a necessidade de um design gráfico claro e legível;
- Sensibilidade à luz: idosos podem ser mais sensíveis a brilhos e reflexos, o que deve ser considerado em displays, websites e publicidade ao ar livre.

Alterações auditivas:

- Perda auditiva: a audição pode diminuir, especialmente em frequências mais altas, exigindo locução clara e a possível adição de legendas;
- Redução da capacidade de discriminação sonora: ruídos de fundo podem dificultar a distinção de vozes ou sons importantes.



fexns_CANVA

Alterações cognitivas

- Diminuição da capacidade de processamento de informações: a complexidade das informações deve ser reduzida, com mensagens simples, diretas e repetitivas;
- Preferência por informações familiares: idosos tendem a confiar mais em marcas e produtos já conhecidos;
- Maior tempo de resposta: a tomada de decisões pode ser mais lenta, exigindo paciência nas abordagens de vendas e suporte.

Alterações no sistema musculoesquelético:

- Dificuldades de mobilidade: produtos e serviços devem ser adaptados para facilitar o acesso e uso por pessoas com mobilidade reduzida;
- Conforto e usabilidade: produtos que oferecem facilidade de uso, ergonomia e conforto são mais valorizados;

Por esses efeitos fisiológicos, fica evidente que o atendimento a esse público demanda estratégias diferenciadas. A personalização e humanização do atendimento tornam-se fundamentais. Apesar do avanço das tecnologias digitais, muitos clientes 60+ preferem o contato direto com um atendente, seja por telefone ou presencialmente.

Uma pesquisa recente realizada pela Verint nos Estados Unidos destacou que mais de 65% dos consumidores 45+ prefere um atendimento telefônico comparado com digital. Esses números são ainda maiores quando estamos falando de faixas 60+.

Desafios e oportunidades no atendimento ao público 60+:

- Inclusão digital e acessibilidade: O uso da tecnologia está crescendo, mas muitos consumidores 60+ ainda enfrentam barreiras. Isso cria oportunidades para empresas que desenvolvem interfaces mais acessíveis e oferecem suporte técnico adequado;
- Atendimento personalizado: Esse público valoriza interações que vão além do básico, com empatia e paciência;
- Confiabilidade e segurança: As transações online são uma preocupação. Proporcionar um ambiente seguro é fundamental para ganhar a confiança desse público;
- Empatia e paciência: A flexibilidade nas métricas tradicionais de atendimento, como o tempo médio de resposta, é necessária, pois os consumidores 60+ demandam mais tempo e dedicação.

Estratégias para Encantar o Público 60+: Humanização e Adaptação

- Treinamento para equipes: Capacitar as equipes para compreender e atender às necessidades específicas desse público pode melhorar significativamente a experiência. A inclusão de pessoas dessa faixa etária nas equipes de atendimento também proporciona uma visão mais realista das demandas desse segmento;
- Adaptação de canais de comunicação: Oferecer múltiplos canais, como telefone, chat ao vivo e suporte presencial, permite que os clientes escolham a forma mais confortável de interação;
- Design inclusivo: Produtos e serviços devem ser projetados considerando a usabilidade para todas as idades, com interfaces intuitivas e materiais de fácil leitura;
- Apoio digital assistido: Identificar a faixa etária dos clientes permite ajustar o suporte, oferecendo tutoriais e guias passo a passo para facilitar o acesso aos serviços digitais;
- Humanização do atendimento: Mesmo com a digitalização, o toque humano permanece insubstituível. Desenvolver habilidades de comunicação, empatia e paciência nas equipes é essencial;
- Simplificação de processos: Processos de atendimento e compra devem ser simplificados para reduzir frustrações e aumentar a satisfação desse público.

pixielhol_CANVA

As empresas precisam estar preparadas para oferecer múltiplos canais de comunicação que permitam ao consumidor escolher como deseja ser atendido, seja por telefone, chat ao vivo ou videoconferência.

A tecnologia pode ser uma aliada, mas somente quando acompanhada de suporte assistido. Plataformas digitais com tutoriais e guias passo a passo são um exemplo claro de como as companhias podem facilitar a jornada do consumidor idoso no mundo digital, enquanto oferecem uma experiência mais humana e acessível.

Em resumo, o atendimento ao público 60+ é uma oportunidade para criar relações mais profundas e duradouras. Ao reconhecer suas necessidades e adaptar as estratégias de atendimento e produtos, as empresas podem ganhar a lealdade e confiança desse importante segmento, construindo uma experiência de consumo verdadeiramente significativa.

(*) - Especialista em Customer Experience e na Silver Economy, é CEO da Apex América Brasil (<https://apexamericabrasil.pandape.infojobs.com.br/>).

