



ESTARÃO OS HÁBITOS DE COMPRA DA GERAÇÃO Y POTENCIALMENTE A ARRUINAR AS SUAS VENDAS NO RETALHO?

BOB PHIBBS

Bob Phibbs, o Retail Doctor®, tem ajudado milhares de empresas de restauração, alojamento, indústria, serviços e retalho, desde 1994. Os seus clientes vão desde marcas de luxo multinacionais a pequenas empresas e negócios. Com mais de trinta anos de experiência, começando nas trincheiras do retalho e estendendo-se a posições de gestão sénior, Phibbs foi um executivo corporativo, franqueador e empresário. As suas apresentações são projectadas para fornecer informações práticas de uma forma divertida e num formato memorável. O seu mais novo produto é o SalesRX, uma formação online de vendas no retalho. Não importa quanto tempo um empregado trabalha no seu pequeno negócio, pois se consegue dominar as habilidades para construir um relacionamento e fazer uma venda, podem fazer praticamente qualquer coisa.

Há uns tempos atrás, estava num Starbucks, quando uma jovem mulher que se encontrava à minha frente disse que a sua espera atrás de duas pessoas foi “A pior coisa – de sempre”. A sério? Como se a guerra, a fome e tudo o resto fosse secundário até ela ser capaz de pedir o seu latte! Para ela, era. Eles odeiam esperar. Portanto, se contratar alguém da Geração Y (também conhecida como a Geração do Milénio) – ninguém lhes mostrou que nem tudo gira à volta deles, quem acredita que eles vão servir alguém? Sem formação, não vão. No entanto, um estudo da PayScale descobriu que a Geração Y está em maior número do que os trabalhadores mais velhos na reposição de mercadorias em lojas de retalho, a vender telemóveis ou a exercer outros trabalhos no sector do retalho. E isso apesar do elevado nível de educação desta geração. A Geração Y (aqueles que normalmente nasceram entre 1981 e os meados da década de 1990) nunca perdeu nada, porque os pais pairaram no ar como helicópteros, para assegurar que tudo estava em ordem.

QUEM SÃO ELES

A Geração Y vive duas vidas - uma em tempo real e outra num mundo virtual editado. Esta é uma geração que vive através do seu smartphone, com as mãos prontas para fazerem vídeos, para capturar fotos e partilhar os seus momentos no Facebook ou no Instagram. Para eles, não se trata de estar no momento – trata-se de fotografar um momento e de partilhá-lo. Eles estão muito mais focados em socializar com os seus colegas - e não para ter coisas e produtos como os seus pais Baby Boomers – colecionando fotos, amigos e experiências. O que dá essência às suas vidas? Criar e experienciar.

ELES NÃO SÃO COMO OS BOOMERS

Vamos ser honestos, quando os Baby Boomers atingiram os 18 anos tiveram que sair de casa para terem o seu próprio lugar para ter relações sexuais. Isso significa que eles tiveram de aprender não só a encontrar um apartamento, como também a pagá-lo sozinhos. Os Y's não saem de casa, não porque não têm um emprego, mas simplesmente porque não há razão para

o fazer. Quando a casa vem com serviço de quarto e máquina de lavar roupa já abastecida com detergente, não há motivo para sair. Rebeldes? Difícil. Ao contrário dos Boomers, a Geração Y tende a ouvir a mesma música, ver os mesmos filmes e utilizar os mesmos produtos que os seus pais.

Os Baby Boomers tiveram momentos em que perderam amigos: ao passar do ensino básico para o ensino preparatório, na passagem para o ensino secundário ou entre diferentes postos de trabalho. Isso obrigou-os a ter de fazer novos amigos ao longo do percurso.

A Geração Y pode acompanhar cada amigo que conheceu através das redes sociais. Mesmo quando mudam sentem-se seguros e nunca se sentem isolados dos seus amigos. Há sempre uma tribo de pessoas a dizer-lhes que as coisas vão ficar bem.

HÁBITOS DE COMPRA DA GERAÇÃO Y

Poupança é a nova forma de compra, a que chamam de thrifting. Desta forma, a Geração Y assemelha-se à Geração Silenciosa dos seus avós.

A Geração Y que vive por conta própria não tem TV por cabo por causa do custo. Cada centavo conta, por isso adoptaram comportamentos de compras frugais de forma a manter os seus orçamentos equilibrados.

ESTÁ A ACONTECER AGORA

Camiões de alimentos, diner en blanc, Fashion's Night Out, flash mobs, flash deals, lojas pop-up - todos eles gritam "temporário". E isso está bem para a Geração Y. Temporário significa que será um "acontecimento", um evento, entretenimento.

Possuir um bem para a vida inteira não é um requisito para o comprador da Geração Y; a propriedade também pode ser temporária.

"THE BIG PICTURE"

A Geração Y não tem as mesmas habilidades sociais dos trabalhadores mais antigos, que vendiam ou criavam melhor a necessidade de comprar. Estes têm de ser ensinados, treinados e orientados para "vender" os seus produtos.

Sem esta preocupação, eles tendem a dizer aos seus clientes onde podem obter um preço mais baixo, pensando estar a "ajudar" verdadeiramente o cliente, o que coloca, imediatamente, a sua loja em risco de encerramento.