

## HIGHLIGHTS

58%

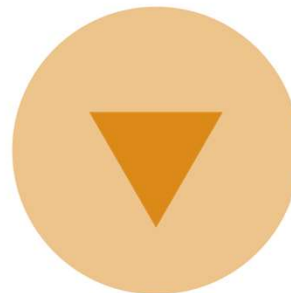
Mais de metade das empresas afirmou ter **planos para aumentar o investimento** em Comunicação num horizonte de seis meses – tendo em vista reforçar a relação com os seus *stakeholders*.

A grande maioria (75%) das organizações inquiridas afirma que a **Comunicação tem uma importância “Muito elevada” ou “Elevada”**, sendo que em 77,4% das mesmas a área de Comunicação está integrada na gestão de topo/administração.

3/4

20+%

Se os clientes e colaboradores são uma prioridade, mais de 20% dos inquiridos reconhece **que não tem uma relação contínua e assídua com os seus fornecedores e parceiros.**



As empresas estão conscientes da necessidade de mudança urgente na forma como comunicam com os seus *stakeholders* e têm noção dos largos desafios que têm para enfrentar.

# 7 TENDÊNCIAS DE COMUNICAÇÃO B2B EM MERCADOS GLOBAIS

A análise dos dados recolhidos permitiu a definição de 7 tendências de Comunicação para um futuro próximo.



## 1. CENARIZAÇÃO E AGILIDADE

Independentemente da sua dimensão ou estrutura, as organizações passaram a fazer uma “navegação à vista” face ao clima de imprevisibilidade e perceberam a necessidade de estar preparadas para diferentes cenários.



## 2. INOVAÇÃO E COMUNICAÇÃO

Existe uma consciência de que são as empresas que investem em inovação e em comunicação aquelas que estarão mais bem preparadas para competir e ter sucesso.

## 3. REORGANIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO

A Comunicação deve ser entendida num sentido lato e estratégico, deixando de se resumir apenas à comunicação de produto ou serviço.



## 4. NOVAS FORMAS DE COMUNICAR PARA DIFERENCIAR

Com as restrições à circulação impostas, surgiu o desafio de procurar novos meios e ações para o estabelecimento e gestão de relações de confiança com os *stakeholders*.

## 5. ACELERAÇÃO DA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

Os desafios da pandemia introduziram uma profunda digitalização na atividade empresarial. Este *boost* tecnológico já estaria no horizonte de muitas organizações, mas surgiu agora com uma premência e rapidez de implementação forçadas.



## 6. COMBINAÇÃO DO PRESENCIAL COM O DIGITAL

Embora as relações e o seu conteúdo sejam os mesmos, a frequência e a forma das interações alteraram-se profundamente, para sempre – será necessário ponderar e escolher caso a caso.



## A COMUNICAÇÃO NA GESTÃO DOS STAKEHOLDERS 7.

Novo panorama onde a Comunicação ganha relevância e passa a ser vista como uma estrutura transversal e integrada e não restrita a produtos e clientes.