

## Conheça seu cliente

**Knowledge@Wharton:** Então, o que os clientes realmente desejam vai variar dependendo do país e da região. Mas parece que o importante é segmentar os seus clientes para que você compreenda quais são as verdadeiras necessidades deles, e poder entregar, então, uma combinação de toque pessoal ou um toque tecnológico, a fim de fornecê-los o que estão pedindo. É isso?

**Pierre Pilorge:** Essa é exatamente a parte difícil da segmentação pois, nos velhos segmentos, estávamos preocupados principalmente com idade, situação familiar e renda. Mas hoje, a segmentação precisa incluir comportamentos. E o comportamento pode variar de acordo com o tipo de produto. É por isso que a tecnologia talvez possa ajudar a gerenciar essa complexidade.

Temos o exemplo dos países emergentes, como o sr., professor, mencionou anteriormente. E temos também o assunto do pagamento móvel. Isso é inovação com tecnologia e se encaixa perfeitamente, eu repito, no caso dos países [em desenvolvimento] [que tenham uma estrutura bancária física mais limitada]. Isso, por sinal, também beneficia os países [desenvolvidos] então, essas inovações vão realmente mudar a maneira com que lidamos com o nosso dinheiro.

**Franklin Allen:** Nesse ponto de consultoria e conexão pessoal, eu acho que uma das coisas geradas pela crise foi que as pessoas mudaram [a forma] que pensam a respeito de dinheiro. Então, costumava ser uma visão bem padrão, as pessoas investiam um tanto em capital de risco, um tanto em títulos e tudo bem. E era um tipo de consultoria relativamente simples. Agora, eu acho que existem dois tipos de pessoas que estamos vendo por aí, de um modo geral. Há pessoas que estão preocupadas com a possibilidade da volta da crise e com o que deveriam fazer para se proteger contra isso. E também há pessoas que são mais da velha guarda, que preferem lidar apenas com capital de risco e títulos. Então, eu acho que o que acontece com essa discussão entre as pessoas que aparece na pesquisa, é que as pessoas estão preocupadas, então elas querem ter alguma discussão para poder entender exatamente quais são os riscos. E a pesquisa está mostrando que isso é uma questão enorme.