

HARVARD BUSINESS REVIEW PRESS

O PRÊMIO DE 10 TRILHÕES DE DÓLARES

Cativando a
classe emergente
da China e da Índia

MICHAEL J. SILVERSTEIN | ABHEEK SINGHI
CAROL LIAO | DAVID MICHAEL

DVS
EDITORA

O Prêmio de 10 Trilhões de Dólares - Cativando a classe emergente da

China e da Índia

ENCONTRE SEUS NOVOS CONSUMIDORES GLOBAIS

Você certamente já ouviu falar dos florescentes mercados consumidores da China e da Índia; que estão impulsionando a economia mundial. Mas será que você sabe o suficiente sobre esses novos consumidores para conseguir convertê-los em clientes? Por exemplo; você sabia que:

- Nos próximos dez anos; haverá quase 1 bilhão de consumidores de classe média na China e na Índia?
- Mais de 135 milhões de chineses e indianos obterão diplomas universitários nesse período; em comparação aos apenas 30 milhões de estudantes nos Estados Unidos da América?
- Por volta de 2020; 68% das famílias chinesas e 57% das indianas estarão nas classes média e alta?
- O número de bilionários na China cresceu de 1 para 115 somente ao longo da última década?

No livro O Prêmio de 10 Trilhões de Dólares; o autor deste best-seller Michael J. Silverstein e seus colegas do Boston Consulting Group (BCG) da China e da Índia nos oferecem um abrangente perfil dessa classe média emergente; que está pronta para transformar o mercado global. Já sendo os maiores compradores de automóveis; celulares; eletrodomésticos e outros artigos; esses consumidores estão ávidos por adquirir novos produtos e serviços. De fato; estima-se que por volta de 2020; os consumidores da China e da Índia irão gerar mais de US\$ 10 trilhões em receita anual para as empresas inseridas nesses mercados. Esta obra explica quem são esses consumidores – o que eles compram e por quê; como eles pensam e fazem suas compras; e como suas necessidades e preferências estão mudando. Este livro transporta o leitor para dentro da vida desses indivíduos; para que se possa compreender melhor o que eles desejam e buscam. Somente compreendendo completamente as forças que impulsionam essa nova geração de consumidores é que as empresas terão condições de capitalizar sobre as oportunidades que representam o poder de compra desses indivíduos. Apoiados por pesquisas rigorosas e abrangentes; este livro transporta o leitor para dentro dos corações e das mentes dos consumidores chineses e indianos emergentes – tanto em âmbito urbano quanto rural; e de todos os níveis de renda –; deixando as empresas em condições de ganhar mercado conforme a

wikilivros

nova onda de afluência global alcança o mercado. MICHAEL J. SILVERSTEIN é autor do livro Trading Up e um dos fundadores do departamento de prática de consumo global da BCG. ABHEEK SINGHI é líder do departamento de prática de consumo na BCG Índia. CAROL LIAO chefia o departamento de prática de consumo da BCG China. DAVID MICHAEL lidera o setor de prática de globalização da BCG. SIMON TARGETT é editor-chefe da BCG.

[Clique aqui para obter este livro](#)