



DIMENSÕES DO MARKETING VIRTUAL APLICADO ÀS REDES SOCIAIS:

um estudo acerca das estratégias utilizadas
no contexto corporativo



Daniel do Vale Nunes
Orientador: Anderson Miranda



APRESENTAÇÃO

- Objetivos;
- Metodologia;
- Justificativa;
- Apresentação dos capítulos;
- Conclusão.





OBJETIVOS

- Geral: identificar as dimensões do marketing virtual aplicado às redes sociais. Tendo em vista um novo aspecto do marketing em relação as novidades tecnológicas da era digital.





OBJETIVOS

Específicos:

- Reconhecer os principais conceitos a respeito de marketing.
- Identificar no comportamento do consumidor os efeitos do avanço da tecnologia no uso da internet.
- Identificar os principais conceitos de marketing digital.
- Demonstrar algumas das estratégias de marketing abordadas em redes sociais.





METODOLOGIA

- Seguindo os conceitos de marketing apresentados, buscar o objetivo de conhecer o consumidor com mais precisão. Conforme os conceitos do marketing na era digital, seguir as estratégias para atuar em mídias sociais, com foco em redes sociais.
- Leitura dos livros que se propõe a conceituar Marketing Digital. A bíblia do Marketing Digital, de Claudio Torres. Marketing na Era Digital, de Martha Gabriel.





JUSTIFICATIVA

- Se faz relevante pelo fato de ser um assunto relativamente novo no ambiente empresarial.
- Característica mutável, pois sua origem se dá pelo avanço da tecnologia que está em constante mudanças, tecnologia que permite a criação de ferramentas que auxiliam nos objetivos de marketing.
- Possibilidade de ampliar o alcance do marketing e seus resultados, tornando-o mais palpável.



MARKETING

O MARKETING

○ Conceitos:

- Processo administrativo e social pelo qual os indivíduos e grupos obtêm o que necessitam e desejam, por meio da criação, oferta e troca de produtos e valor com outros. KOTLER, (2003 p.3)
- Marketing is the activity, set of institutions, and processes for creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for consumers, clients, partners, and society at large. AMA, (July 2013).¹



¹ American Marketing Association - <http://www.marketingpower.com/AboutAMA/Pages/DefinitionofMarketing.aspx>

MARKETING

O MARKETING

- Administração de marketing: **análise, planejamento, implementação e controle** de programas desenvolvidos para criar, construir e manter trocas benéficas com compradores-alvo para que sejam alcançadas os objetivos organizacionais. KOTLER, (2003, p.9)



MARKETING

O MARKETING





O MARKETING

MIX DE MARKETING





O MARKETING

ESTRATÉGIAS DE MARKETING

- Mudanças;
- Planejamento;
- Planejamento estratégico:
 - clara definição da missão da empresa;
 - dos objetivos e metas;
 - o desenvolvimento do portfólios de negócios e a coordenação de estratégias funcionais.



Richard Love, HP. "O ritmo da mudança é tão rápido que a capacidade de mudar hoje é uma vantagem competitiva."





O MARKETING

ESTRATÉGIAS DE MARKETING

	Produtos existentes	Novos produtos
Mercados existentes	Penetração de mercado	Desenvolvimento de produto
Novos mercados	Desenvolvimento de mercado	Diversificação



O MARKETING

PLANO DE MARKETING



Estabeleça objetivos corporativos

Realize pesquisa externa/interna de marketing

Realize uma análise SWOT

Estabeleça objetivos de marketing e estime resultados

Desenvolva estratégias/ planos de ação

Defina programas que incluam planos de promoção e propaganda

Elabore orçamentos

Escreva o plano

Comunique o plano

Use um sistema de controle

Realize uma análise SWOT (novamente)





A INTERNET E O CONSUMIDOR

Informação

- Google,
- Wikipedia, Youtube

Diversão

- Second Life, Youtube
- Games online

Relacionamento

- Facebook, Twitter, Blogs, Skype



TORRES, 2010. Apresenta cinco grandes ambientes: ferramentas de busca, sites e portais, as redes sociais e blogs, as ferramentas de comunicação e os mundos virtuais.





A INTERNET E O CONSUMIDOR

A internet no Brasil em 2013 ultrapassa 100 milhões de usuários, de acordo com uma publicação no site Valor Econômico, dados do Ibope Media mostram que o total de usuários chegou a 102,3 milhões de usuários no primeiro semestre de 2013, 12,9% de aumento em relação ao ano anterior 2012





A INTERNET E O CONSUMIDOR

78% da Geração Y acessa a internet - atividades mais comuns:

1. Receber e enviar emails;
2. Escutar música;
3. Leitura de notícias ou pesquisas pessoais;
4. Consultar mapas, rotas e endereços;
5. Comparação de preços via web.
6. Visita a sites de marcas e produtos.



Dados do TG.net, do Ibope Media, 78% das pessoas entre 20 e 34 anos acessam a internet, pessoas acima de 35 anos esse percentual cai para 45%.



MARKETING DIGITAL ?

Quando você ouve falar de marketing digital, publicidade on-line, marketing web, publicidade na Internet ou quaisquer outras composições criativas que se possa fazer dessas palavras, estamos falando em utilizar efetivamente a Internet como uma ferramenta de marketing, envolvendo comunicação, publicidade, propaganda e todo o arsenal de estratégias e conceitos já conhecidos de marketing. TORRES, 2010.



Estratégia de marketing	Estratégia de marketing digital	Ações táticas e operacionais	Tecnologias e plataformas empregadas atualmente
Comunicação corporativa Relações públicas	Marketing de Conteúdo	Geração de conteúdo Marketing de busca	Blogs, SEO/SEM
Marketing de relacionamento	Marketing nas mídias sociais	Ações em redes sociais Ações com blogueiros	Orkut, Twitter, Facebbok, Youtube, Linkedin etc.
Marketing direto	Email marketing	Newsletter Promoções Lançamentos	Email SMS
Publicidade e propaganda Marketing de Guerrilha	Marketing Viral	Postagem de vídeos, animações e músicas Publicação de widgets	Redes Sociais Youtube Widgets virais
Publicidade e Propaganda Branding	Pesquisa on-line	Banners Podcast e videocast Widgets Jogos on-line	Sites e Blogs Mídias sociais Google Adwords
◀ Pesquisa de mercado Branding	Pesquisa on-line	Buscas e clipping Monitoramento de marca Monitoramento de mídias	Google Redes sociais Clipping

MARKETING DIGITAL ?

Marketing Conteúdo

- Esta estratégia de marketing está vinculada a ideia de proporcionar acima de tudo conteúdo relevante ao cliente.

Marketing de busca: palavras chave

- SEM

SEM (Search Engine Marketing), ou marketing de busca, é o processo que usa os sites de busca na web para promover um determinado website, aumentar seu tráfego e/ou fidelidade e, principalmente, o retorno sobre o investimento. SEM envolve todas as ações internas (on-page) e externas(off-page) ao site com esse objetivo. GABRIEL, (2010, p.351-353)



MARKETING DIGITAL ?

- Mídias Sociais:
 - Redes sociais
- Marketing Viral:
 - Distribuir gratuitamente produtos e serviços;
 - Oferecer um meio sem esforço do envio para os outros;
 - Ser facilmente escalável do pequeno para o muito grande;
 - Explorar motivações e comportamentos comuns;
 - Utilizar redes de comunicação já existentes;
 - Aproveitar recursos de terceiros. (Ralph Wilson.)

As redes sociais são criadas pelo relacionamento contínuo e duradouro das pessoas e das comunidades que participam e tem um valor intrínseco, pois criam uma enorme rede de propagação de informações. TORRES, 2009



*Banco Bradesco querido
Quisto por mim e os meus
Tens sua morada paulista
Bem na Cidade de Deus
Vejam que bela homenagem
O próprio Deus concebeu
Para a sua cidade
O vosso Banco escolheu
Eu até que me poria
Em alta colina à bradar
Peito banhado em verdade
Bradesco em primeiro lugar
Mas venho por outro motivo
O que findou meu sorrir
Para por fim ao martírio
Um favor vou lhes pedir
Plena falta de cuidado
Digna de um jabuti
Fazendo compras no mercado
O meu cartão eu perdi
Antes que eu passe fome
Faço a solicitação
Ao meu Banco preferido
**PRECISO DE OUTRO
CARTÃO!**
@bradesco*

others like this.



Bradesco Mauro querido cliente
Pra você ter outro cartão
à sua agência deve ir pessoalmente

Mas não será por motivos fúteis
Você irá cadastrar uma nova senha
E seu cartão chegará em até 7 dias úteis

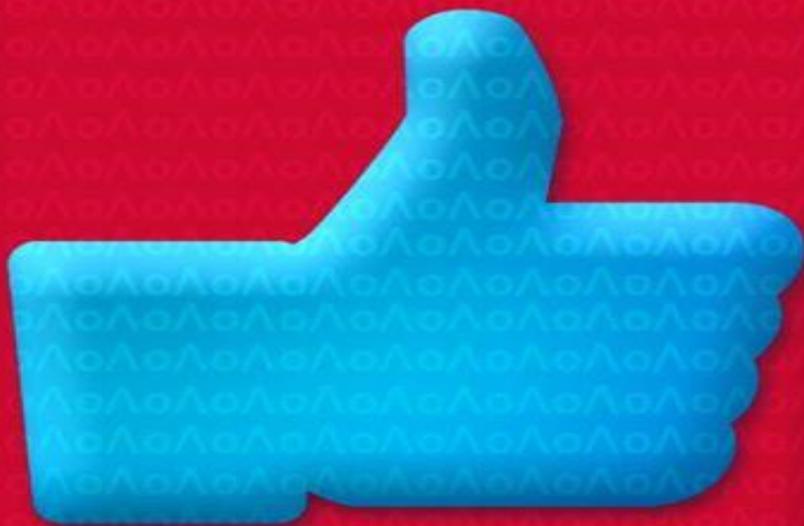
Agradecemos a sua compreensão
E sempre que precisar
Pode contar com a nossa colaboração

; -)

6 hours ago · Like · 635 people



1 MILHÃO DE CONEXÕES



Eis que chegou o futuro
A era da interação
Laços estabelecidos
Em cada conexão

Nesse caminho moderno
Seguimos olhando pra frente
Sempre inovando conceitos
Pra que você siga com a gente

Vê-lo como nossa essência
Esse é o ponto de partida
Pra que nossos pensamentos
Sejam reais em sua vida

Criar e crescer com você
Nossa eterna missão
Presença dia e noite
Oferecendo a melhor solução

Atendendo e entendendo pessoas
De um modo sincero e humano
Fazer parte da sua vida
É isso que nós esperamos

Que venham novas mudanças
Aconteça o que acontecer
Onde você estiver
O Bradesco estará com você!

Mauro Junior*

*Cliente Bradesco que em 10/2011 fez um pedido em forma de poesia aqui na página e surpreendeu a todos com sua criatividade e talento.



Ruffles RECLAMAÇÃO

Gostaria de informar que o saco de ar que vocês vendem, está vindo com algumas batatas dentro...

Grogue.net



MARKETING DIGITAL ?

Saco de ar? Isso é mito.

Entenda o porquê no caminho da batata Ruffles® até sua boca

Pra começar...
O ar é como um airbag pra batata

A batata Ruffles® viaja o Brasil inteiro pra chegar até você e durante o transporte, o sobe-caixa- desce-caixa poderia quebrar todas elas. Mas não! O ar do pacote está lá e protege todas do impacto.

1985 2012
Mesma proporção há 27 anos

Proporção de ar e batata é a mesma desde 1985!

O ar que fica no pacote faz parte (desde o início) do processo natural do empacotamento das batatas. Assim, o ar ajuda a preservar a forma e o sabor, não importa o tamanho da sua batata Ruffles®.

Sem o ar, a batata seria migalha. Aí não dá, né?

Todas as batatas chips* do planeta precisam ter ar no pacote porque são finas, frágeis e quebram muito fácil. Sem o ar, você vai comprar um pacote no mercado e dar de cara com as batatas todas esmigalhadas.

*Batatas chips fritas industrializadas

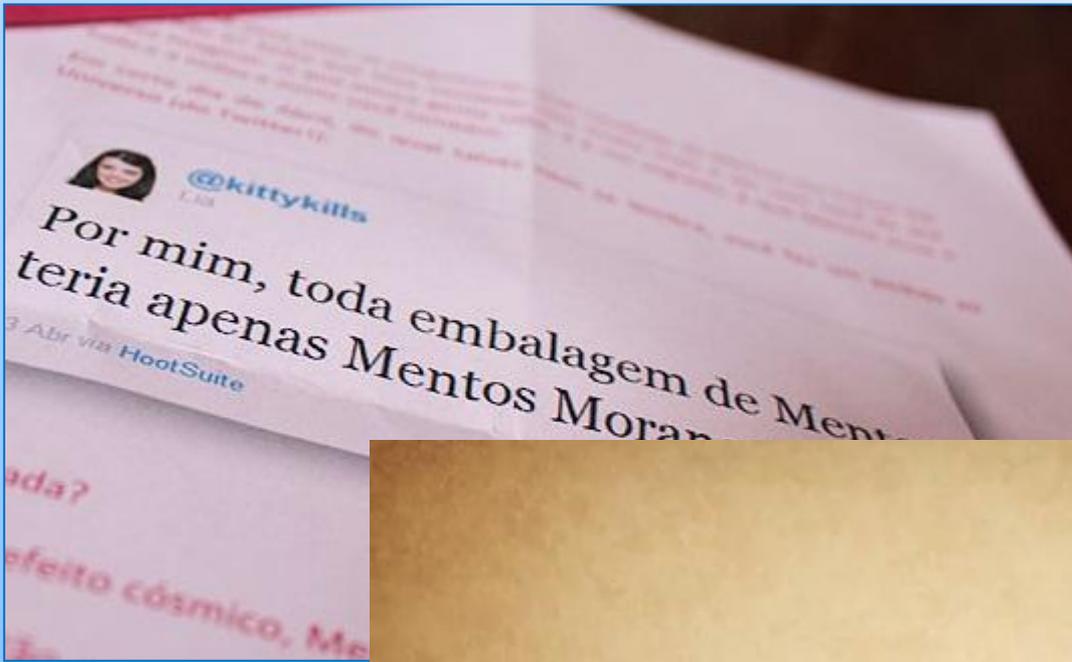
Antes de pegar a estrada...

São 3 fábricas no País e 45 produtores fornecendo 500 toneladas de batata por dia!

Depois de selecionadas e lavadas, passam por avaliação no laboratório e entram na linha de produção.

Aí descasca, esquentam, fatiam, fritam, temperam, embalam e começa esse caminho que você acabou de ver.







CONSIDERAÇÕES FINAIS

- O presente trabalho se propôs a levantar os conceitos, princípios e estratégias de marketing, face a sua evolução junto ao comportamento do mercado, devido a revolução digital. Para visualizar o marketing digital e suas estratégias direcionadas às redes sociais, foi necessário identificar a mudança do comportamento do consumidor e o surgimento de tecnologias que implementam as ferramentas uteis para o marketing.





CONSIDERAÇÕES FINAIS

O que buscamos foi entender o conceito de marketing digital, dito assim, para se diferenciar das estratégias tradicionais de marketing. Onde foi possível compreender que não há um abandono das teorias de marketing, mas o nascimento de um marketing mais amplo e direcionado ao consumidor pela facilidade de tornar seu comportamento mais palpável através das redes sociais





Obrigado!
Feliz Natal!
Boas Festas!

