

Implementação do Marketing 4.0

Técnico em Comércio

Autores: Renan Tasca e Taynara Paula Dias
Orientadora: Raquel Gama

Palavras-chave: marketing; microempreendedores; e-commerce.



Introdução

Nesta nova era, o desafio das empresas não é apenas desenvolver produtos e serviços de alta qualidade. Acima de tudo, eles precisam saber como envolver o público, que têm pouco tempo e são afetados por diversas propagandas a todo instante. As empresas precisam estabelecer uma conexão emocional com seus clientes para que eles possam permanecer fidelizados à marca.

Logo, o presente artigo abordará o conceito do marketing 4.0, a evolução que o mesmo sofreu ao longo dos anos, o novo caminho dos consumidores, os advogados da marca e a importância do marketing de conteúdo para o comércio.

Metodologia

As etapas desta pesquisa compreendem em pesquisa bibliográfica em livros, artigos científico, vídeo aulas e pesquisa de campo. Com a pesquisa bibliográfica pretende-se aprofundar o conhecimento sobre a tese acerca do marketing 4.0 nos comércios digitais.

A pesquisa de campo buscará analisar o conhecimento dos empreendedores em relação ao marketing 4.0 nos comercio eletrônico, para tal, serão aplicados formulários, projetado no Google Forms para a validação desta monografia.

Desenvolvimento

O presente artigo tem como objetivo geral, fornecer aos empreendedores do município de Monte Mor um e-book didático, com a finalidade de que os mesmos compreendam as estratégias do marketing 4.0 na era digital e apliquem em seus negócios.

Levantamento de informações pertinentes ao assunto que será abordado neste artigo, por meio de referências já publicada, como, artigos científicos, livros e videoaulas.

- Analisar o conhecimento que os microempreendedores do município de Monte Mor têm acerca do marketing 4.0, por meio de formulário produzido no Google Forms. e por fim;
- Desenvolver um e-book didático com o objetivo de ajudar os empreendedores a aplicarem o marketing 4.0 e permanecerem relevantes no meio online.

Considerações finais

O desenvolvimento desse projeto, teve, e ainda tem, como grande importância para o papel do meio acadêmico, que é buscar ser o atenuador das contrariedades de uma comunidade. Diante disso, as possibilidades em questão é facilitar as práticas de marketing para os microempreendedores, considerando também os indivíduos relativamente novatos na área, e que, com um aperfeiçoamento futuro do mesmo pelos indivíduos da área estudantil e do empreendedorismo, será possível colaborar com tal consolidação.

Referências

“Marketing 4.0: o que é, quais os impactos e como aplicar na sua empresa” rockcontent. 2018. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/marketing-4-0/>. Acesso em: 05 de novembro de 2021.

KOTLER, Philip. “Marketing 4.0: do tradicional ao digital”. Sextante, 2016