

# MARKETING 4.0

## O QUE É?

É uma definição baseada em uma combinação entre o marketing tradicional e Marketing Digital. É uma forma de atrair e reter consumidores por meio de conteúdos de qualidade na internet, marcado pela agilidade e pela influência da tecnologia, exige adaptação das empresas e estratégias para atender o Consumidor 4.0 (consumidores mais exigentes baseados na agilidade e na praticidade proporcionadas pela tecnologia, pela internet e pelas redes sociais). Os dados são cada vez mais presentes nas estratégias criadas e a assertividade tende ser cada vez maior, inclusive, com a inteligência artificial e softwares mais presente nas ações digitais.

## CARACTERÍSTICAS DO CONSUMIDOR 4.0



Os consumidores com este perfil querem resolver seus problemas pelas redes sociais ou da forma mais ágil.

- Conectado às redes sociais e muito engajado;
  - Consciente de seus direitos;
  - Conectado a imagem da marca;
- Atento às causas sociais, minoritárias e de relevância;
  - Bem informado e decidido.

## ESTRATÉGIAS DO MARKETING 4.0

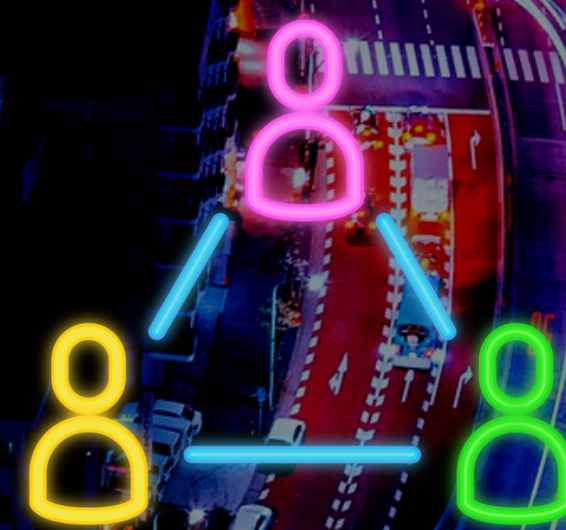
### PRESENÇA NAS REDES SOCIAIS



### CUIDADO DA IMAGEM DAS EMPRESAS



### ALINHAMENTO DA EMPRESA COM SEUS CLIENTES



# A REVOLUÇÃO DO MARKETING 4.0

1

## MARKETING 1.0

A principal característica: Falta de direcionamento para um público específico. As empresas simplesmente fabricavam seus produtos e os divulgavam para quem quisesse comprá-los. Não havia nada personalizado e a competitividade entre as marcas era muito menor.

2

## MARKETING 2.0

A competitividade entre as companhias começa a crescer e opções surgem para os consumidores. Assim, direcionaram seus produtos a públicos específicos, gerando a criação do público-alvo.

3

## MARKETING 3.0

Ligado aos consumidores individualmente. As marcas entenderam que pessoas podem ser parecidas e ter gostos semelhantes, mas são indivíduos únicos. As propagandas querem entender e apoiar a individualidade de cada um. As marcas passaram a se engajar em causas e movimentos sociais, a fim de mostrar que também estavam lutando lado a lado com seus consumidores.



[//resultadosdigitalis.com.br/marketing/marketing-4-0/](https://resultadosdigitalis.com.br/marketing/marketing-4-0/)  
[agenciamestre.com/marketing-digital/marketing-4-0/](https://agenciamestre.com/marketing-digital/marketing-4-0/)  
<https://rockcontent.com/br/blog/marketing-4-0/>

### Elaboração: Núcleo de Inovação e Pesquisa IEL/AL

Coordenadora  
Eliana Maria de Oliveira Sá

Consultora GI  
Morgana Maria Machado Moura

Estagiários  
Alexandre Freire Albuquerque  
Caio Túlio Roberto de Melo Cavalcante  
Pedro Monteiro de Oliveira  
Juliana Alves de Melo

### Instituto Euvaldo Lodi - IEL

Diretor Regional  
José Carlos Lyra de Andrade

Superintendente  
Helvío Braga Vilas Boas

Coordenadora de Inovação e Pesquisa  
Eliana Maria de Oliveira Sá

### Federação das Indústrias do Estado de Alagoas

Presidente  
José Carlos Lyra de Andrade

1º Vice Presidente  
José da Silva Nogueira Filho

Diretor Executivo  
Walter Luiz Juca Sá

Gerente Unitec  
Helvío Braga Vilas Boas



Entre em contato conosco!

2121 - 3085  
(Eliana Maria de Oliveira Sá)