



CRC DOURADOS

**CURSO DE CAPACITAÇÃO E
APERFEIÇOAMENTO PROFISSIONAL**

Marketing Digital

Aula 1

MINISTÉRIO DAS
COMUNICAÇÕES



**PÁTRIA AMADA
BRASIL**
GOVERNO FEDERAL



INSTITUTO FEDERAL
Mato Grosso do Sul
Campus Dourados

Marketing Tradicional X Marketing Digital

Iniciaremos a aula com uma pergunta: quando você ouve a palavra MARKETING, o que vem a sua mente? Vai, seja sincero, pare um minutinho e reflita sobre quais palavras você utilizaria para definir o conceito de marketing.

Para você, marketing pode ser sinônimo de postagens em redes sociais. Bom, marketing não é rede social, mas a rede social é uma ferramenta amplamente utilizada para, dentre outros, alavancar os negócios.

Já sei! Você pode ter associado marketing àqueles outdoors espalhados pela cidade, ou ao intervalo comercial dos canais de televisão. Marketing não é esse tipo de anúncio, mas essa é uma estratégia em canais de divulgação.

Marketing seria então aquelas pessoas que ficam na frente das lojas anunciando que você pode levar dois produtos pelo preço de um? Ou aqueles cupons que com certa quantidade de produtos adquiridos você ganha um desconto na próxima compra? Pois é, marketing ainda não é isso, mas essas são estratégias de preço, que fazem parte do marketing.

Vamos parar de tentar adivinhar o conceito e vamos antes conhecer um pouquinho de quando ele surgiu. Não sei se você já ouviu a palavra “marqueteiro”. Ao buscar na internet você encontrará duas possibilidades: a) aquele que trabalha na área de marketing e, b) em um uso pejorativo, são aquelas pessoas que utilizam práticas de marketing para autopromoção. Este segundo significado tem seu surgimento próximo ao final da II Guerra Mundial (1945), época em que as indústrias dos Estados Unidos precisavam vender mais para que o país se recuperasse de uma crise econômica. Nesse “vender mais” estava incluso vender a qualquer custo, onde as técnicas de marketing eram baseadas em mentiras para enganar o consumidor.

Ao longo do tempo essa visão mudou e o que chamaremos de marketing tradicional teve início com Kotler e Keller no livro “Administração de Marketing” (Figura 1), o qual teve sua primeira edição em 1967.



Figura 1 – Capa do livro Administração de Marketing. Fonte: Amazon.com (2021)

Então vamos para seu significado. Marketing é a derivação de um termo em inglês, onde “market” significa mercado e assim, marketing pode ser traduzido como “mercadologia”, ou seja, estudo do mercado. Diferentes são as definições do conceito de marketing, mas neste curso trabalharemos com a visão de Kotler e Armstrong (2015, p.30) que diz que “marketing é o processo pelo qual as empresas criam valor para os clientes e constroem fortes relacionamentos com eles a fim de, em troca, capturar valor deles”.

Na definição acima, percebe-se uma ênfase na questão do **relacionamento**. Pode-se dizer que antes do avanço tecnológico mais expressivo, bem como a disseminação do uso da internet (o fato que permitiu você estar fazendo este curso hoje) o relacionamento entre empresa e cliente era algo mais distante, intermediado, muitas vezes, por um teleatendimento que só era acionado quando algum problema surgia. Atualmente, esse relacionamento pode e deve ser mais próximo. O próprio Kotler (2017, p. 12) diz que “o marketing deve se adaptar à natureza mutável dos caminhos do consumidor na economia digital. O papel dos profissionais de marketing é guiar os clientes por sua jornada desde o estágio de assimilação até se tornarem advogados da marca.”

O marketing digital continuará a identificar, criar, comunicar, entregar e monitorar o valor para o cliente, porém o fará por meio de novos canais, com uma ligação muito mais próxima entre empresa e cliente. Destaca-se ainda a quantidade de informações disponíveis de forma muito rápida e gratuita, permitindo assim a comparação entre produtos e serviços na internet dentro da sua própria loja física e, com um avanço do poder de escolha para jovens, mulheres e para os cidadãos da internet (que são os nativos digitais, pessoas muito hábeis em se conectar com os outros online enquanto compartilham informações).

Como uma síntese das características que diferenciam o Marketing tradicional do Marketing Digital, tem-se a Figura 2 elaborada pela RockContent. Observa-se a direção da comunicação, onde o que era uma comunicação de via única (empresa -> consumidor) se torna uma comunicação de vias múltiplas e que permitem uma participação do público.

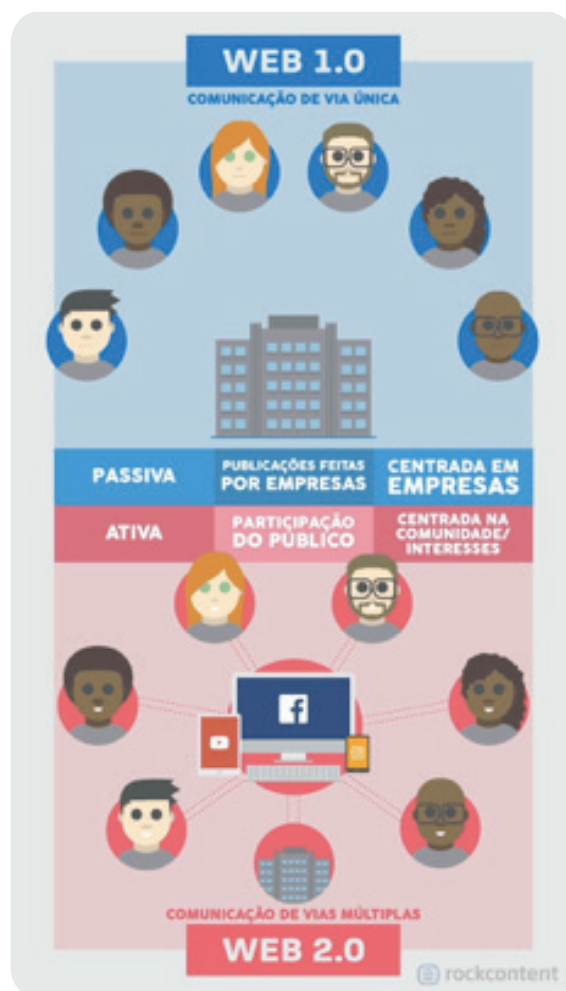


Figura 2 – O avanço da comunicação 1.0 para 2.0. Fonte: Peçanha (2020).

Ao falar da direção da comunicação nós entramos no próximo tema desta disciplina: inbound X outbound marketing. Ah, fique tranquilo que esses termos, mesmo estando em inglês, não serão difíceis de serem aplicados. Optamos por manter em inglês, pois é dessa forma que você ouvirá nas palestras da área.

Referências

AMAZON.com. Administração de marketing, 12ed. 2021a. Disponível em: <<https://www.amazon.com.br/Administra%C3%A7%C3%A3o-marketing-12ed-Philip-Kotler-ebook/dp/B00VQGOVW0>>. Acesso em 05 jul. 2021.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Princípios de marketing. 15. ed. – São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015.

KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. Marketing 4.0 Do tradicional ao Digital. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.

PEÇANHA, V. O que é Marketing Digital? Tudo sobre o conceito, como fazer e começar sua estratégia de Marketing Online em 2021. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/marketing-digital/>>. Acesso em: 05 jul. 2021