

Tarefa 1 - Grupo: Alberto Costa, Célia Figueiredo, Matheus Graef.

A Quarta Revolução Industrial, ou Indústria 4.0, é um conceito desenvolvido pelo fundador do *World Economic Forum*, Klaus Schwab. Ele defende que a industrialização atingiu neste momento uma quarta fase, que novamente “transformará fundamentalmente a forma como vivemos, trabalhamos e nos relacionamos”, sendo assim uma mudança no desenvolvimento tecnológico, mas também de paradigma.

Nesta era da digitalização e do comércio eletrônico, o marketing enfrenta desafios para acompanhar a evolução dos mercados. Com o aparecimento de novas tecnologias como o Google, Facebook, Twitter, Instagram, etc, foi quebrada a barreira da comunicação e os hábitos de consumo foram alterados. Com o marketing como aliado neste contexto de inovação, foi necessário educar o consumidor sobre o mercado atual, para que exista a retenção e aquisição de novos clientes. O marketing digital surge como a estratégia mais adotada pelas empresas. Uma boa “comunicação” com os clientes é fundamental para que este tipo de solução funcione e para que a transformação digital da empresa otimize o seu potencial estratégico.

Com a 4ª Revolução Industrial aparecem novas tendências, e com estas o comportamento dos consumidores mudou drasticamente, sendo que a comunicação evoluiu mais que nunca chegando a um ponto de um mundo conectado, e a recolha e posse de dados de informação é mais importante que nunca. Neste sentido, a conectividade com o consumidor permite alterar o modelo de negócio sempre que necessário, tendo sempre uma grande conexão com o cliente. Se antes a comunicação era um processo unilateral das empresas com seu público, no mundo conectado de hoje existe cada vez mais troca.

Por fim, atualmente existem premissas que reinam o marketing, sendo elas a experiência, o data-driven (atentar às fontes de dados para oferecer experiências únicas aos clientes, a fidelização dos consumidores, e a inteligência artificial associada à personalização, ou seja, obter através desta tecnologia emergente uma oferta única e personalizada a cada cliente, bem como o seu atendimento).