



A EVOLUÇÃO DO MARKETING 5.0: UMA ANÁLISE CONTEMPORÂNEA

Autor(res)

Jéssica Paiva Gonçalves
Maria Eduarda Valadares Veloso
Kenedy Soares Garcia

Categoria do Trabalho

Trabalho Acadêmico

Instituição

FACULDADE ANHANGUERA DE BRASÍLIA

Introdução

Nos últimos anos, o mundo tem testemunhado uma rápida evolução no cenário do marketing, impulsionada pela tecnologia, mudanças culturais e novos comportamentos do consumidor. Ligado ao clima organizacional que tem desmistificado as formas de cultura nas organizações, visto que está mais claro que a cultura não é apenas uma questão de valores declarados, mas também de práticas diárias e comportamentos observáveis. Nesse contexto, surge o conceito do marketing 5.0, uma abordagem que vai além das estratégias tradicionais, buscando uma conexão mais profunda e humanizada entre as marcas e os consumidores. Ao integrar tecnologia e emoção, o Marketing 5.0 propõe uma visão holística, focada na criação de experiências significativas e duradouras.

Objetivo

Com o objetivo de explorar a evolução do Marketing 5.0, com uma breve análise de abordagem a encontro das demandas de um mercado em constante transformação, destacando suas características distintivas e o impacto potencial nas estratégias de negócios. Analisar o desenvolvimento do marketing 1.0 a 5.0 com base nos conceitos fornecidos por Phillip Kotler e Hermawan Kartajay.

Material e Métodos

A presente pesquisa obteve como proposta de referencial teórico a ideia de Kotler, et.al. (2021), sobre a criação do marketing 5.0, que é por definição, a aplicação de tecnologias que imitam o comportamento humano para criar, comunicar, entregar e aumentar o valor ao longo da jornada do cliente. Complementado com o pensamento de Brinker (2018) sobre a centralização para viabilizar a descentralização, usando a centralização em tecnologias para melhorar os atendimentos ao cliente, em suma, o marketing depende dessas dualidades, que orbitam em torno dos dados mais importantes para um negócio voltado para o cliente.

Resultados e Discussão

Os resultados alcançados são uma compreensão mais clara das diferentes etapas do marketing, onde foi entendido que a primeira fase do marketing evoluiu da centralidade no produto (1.0), para a centralidade no consumidor (2.0), depois para a centralidade no ser humano (3.0). Em seguida, o marketing entrou na era digital (4.0), mas agora se vê envolto nos desafios que a tecnologia trouxe para a humanidade (5.0). Ressalta que Kotler,



Kartajaya e Setiawan, et.al (2021) que o marketing 5.0 é, por definição, a aplicação de tecnologias para integrar o comportamento humano para criar, comunicar, entregar e aumentar o valor ao longo da jornada do cliente.

Conclusão

Em conclusão, o Marketing 5.0 surge como uma resposta às profundas mudanças no ambiente de marketing, impulsionadas pelo rápido desenvolvimento tecnológico e novos comportamentos de consumo. Essa abordagem vai além das estratégias tradicionais, integrando tecnologia e emoção para criar conexões mais profundas e humanas entre marcas e consumidores.

Referências

BRINKER, S. As 4 forças de operações e tecnologia de marketing. Chiefmartec. 2018.

CASAROTTO, C. O que é o Marketing segundo Phillip Kotler e qual é a sua importância. Rockcontent. 2022.

KOTLER, P., KARTAJAYA, H., et.al. Marketing 5.0: Tecnologia para a humanidade. Sextante. 2021.

3^a MOSTRA CIENTÍFICA

