ESTUDO DE CASO: NETFLIX

Autor(res)

Fábio Marcos Fonseca Boiani
Camila Da Silva Neres
Natalia Da Silva Azevedo
Amanda Do Carmo Zerbone
Helamã Cunha
Lais Prado Teles

Categoria do Trabalho

Trabalho Acadêmico

Instituição

FACULDADE ANHANGUERA DE OSASCO

Resumo

Este trabalho abordará o que é, e qual a importância de estabelecermos e elaborarmos as técnicas de marketing sendo elas, o ciclo de vida da empresa e seus produtos, matriz BCG e matriz Ansoff; onde também se encontra, sobre a história da empresa Netflix, para entender mais afundo sua trajetória, elaborando um estudo de caso da mesma. Ciclo de vida compreende toda a vida útil da empresa, desde a criação da marca e produtos até a necessidade de inovação e crescimento, essa técnica avalia a mesma por meio de quatro vertentes, introdução crescimento, maturidade e declínio da empresa. Já a matriz BCG, criada por Bruce Henderson, tem como finalidade analisar graficamente o desempenho de produtos, por meio de quatro classificações, sendo elas, Produto questionamento, estrela, vaca leiteira, abacaxi. Enquanto a matriz Ansoff facilita a elaboração de um plano de ação, indicando oportunidades e riscos, também auxiliada por quatro vertentes, penetração de mercado, desenvolvimento de mercado, desenvolvimento de produtos, e diversificação. Assim após a coleta do referencial teórico é possível analisar o caso da empresa Netflix, elaborando cada uma dessas técnicas para o caso da mesma. A Netflix foi criada California, Estados Unidos, em 29 de agosto de 1997, primariamente com objetivo de locação de filmes, as famosas locadoras, apenas com o tempo veio a inovar trazendo a plataforma de streaming, que foi uma aposta de alto risco, mas que foi muito bem aceita no mercado.