

## ESTUDO DE CASO: NETFLIX

### Autor(res)

Fábio Marcos Fonseca Boiani  
Camila Da Silva Neres  
Helamã Cunha  
Amanda Do Carmo Zerbone  
Natalia Da Silva Azevedo  
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 a fundo 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 em 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.