A EVOLUÇÃO DO MARKETING E AS NOVAS TENDÊNCIAS DO MARKETING 3.0

Valeria Regina Mendanha BORGES[1]
Glaucimarcos FAKINE[2]
Marcia Andrea de Melo BIO[3]

Muito mais que um conceito, o Marketing 3.0 se apresenta como uma realidade, que, segundo os autores, é vivenciada por empresas que veem seus consumidores terem maior acesso às tecnologias, maior poder de comparação de produtos e decisão de compra. Por isso, faz-se necessário uma nova abordagem de marketing, com visão holística e voltada para o ser humano, não apenas para o consumidor, como era feito antigamente. A nova visão do marketing é o Marketing 3.0, onde a abordagem é centrada no ser humano, e na qual a lucratividade tem como contrapeso a responsabilidade corporativa. A nova geração do Marketing é um reflexo de como a sociedade contemporânea vive, trabalha, lida com problemas, e promovem seus ideais. O principal problema desse trabalho é entender em que o Marketing 3.0 pode auxiliar no aumento das vendas e na fidelidade do cliente. A metodologia utilizada está baseada em pesquisas bibliográficas, acessos a artigos, revistas especializadas, disponíveis ao público em geral. Conclui-se que a necessidade e o desejo genérico dos consumidores é fazer com que a sociedade e o mundo em geral se transformem em um lugar ideal para se viver, fazendo com que assim, a evolução do marketing 3.0 evolui para o Marketing verde, no qual as empresas além de centralizarem suas atenções no ser humano sejam empresas que trabalhem em prol da sustentabilidade, gerando um ganho significativo nas vendas e novos clientes cada vez mais exigentes com qualidade, bem-estar e, acima de tudo, que preserve o meio ambiente.

Palavras-chave: Marketing 3.0. Consumidor. Sustentabilidade.

[1] Universidade Camilo Castelo Branco - UNICASTELO, va.borges23@hotmail.com
[2] Docente da Universidade Camilo Castelo Branco - UNICASTELO, glaucimarcos@gmail.com
[3] Docente da Universidade Camilo Castelo Branco - UNICASTELO, adm.marciamelo@gmail.com