

MARKETING KIDS: A INFLUÊNCIA DOS FILHOS NA DECISÃO DE COMPRA DOS PAIS

Wellington Bertocco GOMES*
Maria Regina FERREIRA**

RESUMO

INTRODUÇÃO: A complexidade do mundo moderno atrelado a mudança de comportamento da sociedade está levando as empresas a adotar estratégias de vendas muito mais dinâmicas e abrangentes para manter as empresas mais competitivas no mercado. A efetivação das vendas torna-se cada dia mais difícil e leva as organizações a repensarem suas estratégias de mercado constantemente. A elaboração de um plano de marketing deve considerar aspectos mais abrangentes e atingir o maior número possível de compradores ou potenciais compradores, aspectos comportamentais devem ser tratados de forma mais criteriosa, considerando que estes aspectos mudam muito rapidamente. Trabalhar o marketing no público infantil e entender o poder de influência que os pequenos exercem na decisão de compra dos adultos tem se tornado um desafio para as empresas pois representam hoje um fator decisivo na escolha de um produto ou serviço. Considerando este novo cenário as empresas estão adotando estratégias de vendas também direcionadas ao público kids. **OBJETIVO:** Este trabalho tem como objetivo apresentar de que forma os filhos podem influenciar seus pais durante o processo de decisão de compra. **METODOLOGIA:** O estudo foi elaborado a partir de uma pesquisa de campo com aplicação de um questionário semiestruturado a um grupo de consumidores que apresentavam característica comum entre eles, ou seja, serem pais/mães de família, terem participação direta na vida dos filhos. **RESULTADO:** Compreendemos que a família moderna traz consigo uma nova forma de conduzir as decisões, assuntos antes restritos aos adultos, hoje abrem espaços para os pequenos opinarem. **CONCLUSÃO:** O trabalho conclui que as crianças exercem um papel decisivo na decisão de compra dos pais como mostra a pesquisa.

Palavras-chave: Marketing kids. Vendas. Comportamento.

*wellington-09@hormail.com

**reginasantafe@hotmail.com