

DO PRODUTO E DO CONSUMIDOR
ATÉ AO ESPÍRITO
HUMANO



MARKETING 3.0

PHILIP KOTLER

HERMAWAN KARTAJAYA E IWAN SETIWAN

**Hermawan
Kartajaya**

Keynote Speaker

**QSP Summit
2012**

Resumo de Marketing 3.0. Do Produto e do Consumidor Até ao Espírito Humano

Os consumidores dos dias de hoje escolhem os produtos e as companhias que satisfazem a suas necessidades mais profundas de criatividade, comunidade e idealismo. As empresas de vanguarda perceberam que, para esses clientes mais conscienciosos e atentos à tecnologia, as velhas regras do marketing já não se aplicam.

Por isso, têm de criar produtos, serviços e culturas de empresa que sejam inspiradoras e que incluam e respeitem os valores dos seus clientes. Esta é uma obra crucial para compreender as modernas tendências dos consumidores e de que forma as empresas têm de se lhes adaptar.

Marketing 3.0 surge como uma rutura com os antigos modelos. Indo além das abordagens baseadas no produto (Marketing 1.0) e no consumidor (Marketing 2.0), esta obra adopta uma nova perspectiva, mais abrangente, que encara os consumidores como pessoas multidimensionais, com valores enraizados e, até, como potenciais colaboradores.

O livro apresenta as principais ideias dos autores, ilustradas com exemplos concretos, de maneira a que as empresas possam integrar as práticas do Marketing 3.0 na sua organização, num mundo em que os consumidores perceberam que o seu poder de compra tem um impacto global.

A obra explica, também, como é que as empresas se devem adaptar a este novo paradigma e posicionar a sua marca como uma força positiva global, estabelecendo parcerias de sucesso com os seus clientes.

Numa era de consumidores mais informados, mais activos e mais poderosos do que nunca, Marketing 3.0 mostra-nos como afirmar a importância da sua empresa nesta nova comunidade global, inter-relacionada.

[Acesse aqui a versão completa deste livro](#)