

“Ninguém mais qualificado que o pai do marketing para documentar as enormes mudanças que estão ocorrendo. O futuro do marketing é digital, e este é seu guia.”

– Al Ries, coautor de *Marketing de guerra* e *Posicionamento*

MARKETING 4.0

DO TRADICIONAL
AO DIGITAL

PHILIP KOTLER

HERMAWAN KARTAJAYA

IWAN SETIAWAN



SEXTANTE

Resumo de Marketing 4.0. Do Tradicional ao Digital

“Ninguém mais qualificado que o pai do marketing para documentar as enormes mudanças que estão ocorrendo. O futuro do marketing é digital, e este é seu guia.” – Al Ries, coautor de Marketing de guerra e Posicionamento “A internet e a tecnologia da informação mudaram radicalmente o marketing.

Este livro revela o caminho do consumidor na nova era.” – Hermann Simon, presidente da Simon-Kucher & Partners Este livro comprova mais uma vez por que Philip Kotler é considerado o pai do marketing moderno.

Em seu livro anterior, ele explicou a transição do marketing orientado ao produto (1.0) para o focado no consumidor (2.0) e então para o centrado no ser humano (3.0), em que produtos, serviços e culturas empresariais devem adotar e refletir valores humanos para serem bem-sucedidos.

Agora, junto com Hermawan Kartajaya e Iwan Setiawan, Kotler examina as importantes transformações na passagem do marketing tradicional para o digital (4.0). Eles mostram não só como a conectividade alterou de forma radical o modo como vivemos, mas como entender os caminhos do consumidor na era digital e adotar um conjunto novo de métricas e práticas de marketing.

Para alcançar o sucesso em um ambiente tão mutável, complexo e competitivo, o marketing deve guiar o consumidor ao longo de uma jornada que começa na apresentação e assimilação da marca e termina na fidelização total.

Este livro ensina você a identificar as novas tendências e aplicações do marketing digital para compreender melhor: como o peso da opinião de familiares e amigos alterou o caminho do consumidor, que agora passa pelos cinco As (assimilação, atração, arguição, ação e apologia); qual é o papel das subculturas digitais mais ativas na defesa da marca – jovens,

mulheres e netizens (cidadãos da internet); de que maneira o marketing on-line e o off-line devem se complementar para proporcionar ao cliente um envolvimento mais profundo; como o marketing de conteúdo aumenta a curiosidade pela marca ao criar valor para o consumidor De tempos em tempos surge um “novo” movimento no marketing, porém desta vez não foram apenas as regras que mudaram, mas toda a sociedade.

Marketing 4.0 apresenta uma análise sólida do consumidor do presente e do futuro e oferece as informações necessárias para atingi-los da maneira mais eficaz.

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