**Marketing 4.0 – tudo o que você precisa saber**

O Marketing 4.0 é um conceito desenvolvido pelo “guru” do Marketing, Philip Kotler, e se refere à integração dos meios online e offline, aos inúmeros estímulos que recebem os indivíduos e à novas formas de se relacionar.

Se você atua na área de Marketing, certamente já ouviu falar sobre um dos principais especialistas da área, Philip Kotler, que desde os anos 60 vem estudando e criando novos conceitos. E, entre eles, o mais moderno e que, portanto, tem mais relevância para as marcas que querem se destacar atualmente, é o de Marketing 4.0.

Ele pode ser entendido como o estágio mais recente do Marketing, pois se utiliza fortemente da internet na criação de estratégias e campanhas. E a rede, como sabemos, faz parte do dia a dia do novo consumidor, o qual tem infinitas possibilidades de adquirir conhecimento, pesquisar sobre produtos e serviços, comprar, e muitos mais.

E, em contrapartida, as empresas hoje contam com potenciais clientes mais bem informados e uma concorrência cada vez mais alta, que se utiliza do Marketing 4.0 para conquistar e fidelizar clientes e, com isso, melhorar seus resultados e faturamento.

Esse é o seu objetivo? Então é essencial que compreenda o conceito, as novas tecnologias e como elas estão impactando o Marketing tradicional. Veja agora a importância de utilizar a metodologia em suas ações e dicas de como aplicar o Marketing 4.0 na prática.

Mas afinal, do que se trata o Marketing 4.0?

Como citamos, o Marketing 4.0 se utiliza das mídias online, por meio de ações de Marketing Digital, como em redes sociais e mecanismos de busca, para existir. Porém, isso não quer dizer que o Marketing tradicional deve ser abandonado. O que acontece nesse conceito é a conexão entre as duas formas de envolver o público.

Inclusive, esse é um dos principais objetivos da metodologia: oferecer experiências online e offline integradas, o que significa a junção de vários canais para encantar consumidores e torná-los disseminadores de uma marca.

Entre os seus princípios, há três deles que ilustram bem as mudanças que o Marketing 4.0 trouxe. Veja quais são eles:

• uma das palavras-chave do conceito é inclusão. Isso quer dizer que, se antes a exclusividade de um produto ou serviço era uma diferencial, hoje uma marca é valorizada pela sua capacidade em incluir mercados;

• se antes havia um fluxo de influência e inovação vertical, hoje empresas e consumidores estão lado a lado;

• o consumo em si não é mais o principal. Isso porque o consumidor valoriza a experiência de compra e a forma como as marcas se relacionam, se comunicam e se posicionam.

Porque a metodologia é importante para as empresas?

Primeiramente porque hoje não há mais espaço para o tradicional na era digital! Essa mudou os hábitos da grande maioria dos consumidores e na forma desses se relacionarem com o mundo.

Por isso, empresas que pretendem se adaptar a essa nova maneira de consumo precisam utilizar esses novos métodos, tipos de abordagem, ferramentas e estratégias que mudaram completamente a forma de atrair, conquistar e fidelizar clientes. Do contrário, podem ser esquecidas e “engolidas” pela concorrência.

Como criar boas estratégias com o Marketing 4.0?

Pelo que você leu até aqui, deu para perceber que o novo consumidor gosta de ser educado, informado e valorizado pelas marcas? Hoje ele dá muito mais importância para aquelas que criam proximidade, relacionamentos saudáveis e um atendimento de excelência.

E como fazer isso na prática? Veja algumas ações importantes para aplicar nas ações de sua empresa:

Torne sua marca humanizada

Já que o conceito diz que a relação entre marca e consumidor se tornou horizontal, é importante que as empresas ajam mais como “amigas” do que como fornecedoras de produtos ou serviços. Isso quer dizer, criar relacionamentos positivos e focados no perfil e nas necessidades dos clientes.

Para saber quem, de fato, são eles, é interessante realizar pesquisas e análises que demonstrem as suas preferências, dores, problemas e características, identificar o persona da marca. Assim a comunicação se torna diferenciada e focada no seu tipo de público, o que torna a comunicação muito mais assertiva.

Ofereça uma experiência omnichannel

A experiência de compra do consumidor atual gira em torno de múltiplos canais. Por exemplo, um potencial cliente vê a propaganda de uma marca em um outdoor, entra nas redes sociais para ver o perfil da empresa, depois acessa o site, lê o blog e, finalmente, decide comprar.

Isso quer dizer que, para fazer Marketing 4.0, é necessário oferecer uma experiência omnichannel, e que os consumidores possam acessar a marca por diversos meios e, dentro deles, encontrem o valor e as soluções para suas necessidades.

Invista em Marketing de Conteúdo

No Marketing Digital, é comum ouvir um ditado que diz que “o conteúdo é rei”. Hoje o que os potenciais clientes procuram são conteúdos que informem, eduquem e demonstrem a preocupação de uma marca com seus clientes e até mesmo com causas sociais.

Por isso, uma dica para quem quer utilizar o Marketing 4.0 em suas estratégias é investir no Marketing de Conteúdo. Por meio dessa ferramenta, que tem como foco principal os conteúdos relevantes e que criem valor, é possível se relacionar, atrair, conquistar e fidelizar consumidores.

Como você viu, para ter sucesso nos dias de hoje é preciso focar na experiência do consumidor e manter relacionamentos positivos e valorosos. Você já investe em marketing de conteúdo, um dos principais pontos de atração dos consumidores atuais? Então, confira algumas dicas para desenvolver sua estratégia.

Somente dessa forma as marcas podem se destacar e atingirem seus principais objetivos, que com certeza, no final das contas, são aumentar as vendas e os rendimentos. Mas, é claro, que existem algumas estratégias de marketing que geram mais resultados do que outras, descubra quais são elas.