

A INFLUÊNCIA DO MIX DE MARKETING NA NETFLIX AO LONGO DOS ANOS

THE INFLUENCE OF MARKETING MIX ON NETFLIX THROUGHOUT THE YEARS OLD

EMERSON ROBERTO NOESIO DA SILVA DE PAULA

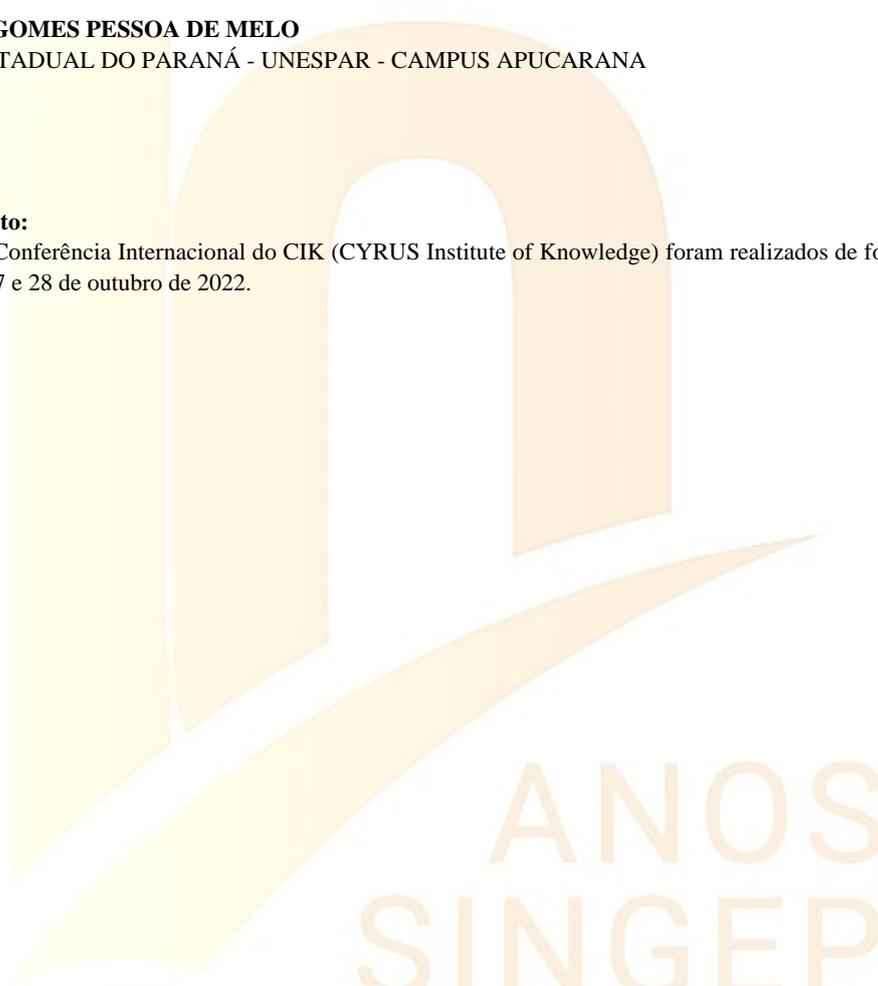
UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PARANÁ - UNESPAR - CAMPUS APUCARANA

JOYCE DA SILVA GOMES PESSOA DE MELO

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PARANÁ - UNESPAR - CAMPUS APUCARANA

Nota de esclarecimento:

O X SINGEP e a 10ª Conferência Internacional do CIK (CYRUS Institute of Knowledge) foram realizados de forma remota, nos dias 26, 27 e 28 de outubro de 2022.



ANOS
SINGEP

A INFLUÊNCIA DO MIX DE MARKETING NA NETFLIX AO LONGO DOS ANOS

Resumo

O trabalho teve como objetivo analisar de que forma o Mix de marketing vem sendo adotado pela marca Netflix e como suas estratégias têm contribuído para seu desenvolvimento e destaque em relação aos seus concorrentes no segmento de streaming. Foi realizado um estudo exploratório de abordagem qualitativa, com coleta de informações em fontes secundárias (site, redes sociais, entre outras). A empresa oferecia um serviço de locação de DVDs, oferecendo a entrega pelos correios a fim de suprir as necessidades dos consumidores. Com a evolução da tecnologia a marca inovou com a oferta de filmes e séries por streaming, contando com cerca de 200 milhões de assinaturas ao redor do mundo. Tratando-se de estratégias voltadas para o Mix de marketing, a empresa fornece a seus assinantes a capacidade de acessar e desfrutar de uma seleção de filmes, programas de televisão, 24 horas por dia, e um aplicativo dinâmico para o usuário.

Palavras-chave: Serviço, Tecnologia, Estratégias, Entretenimento

ANOS
SINGEP

*THE INFLUENCE OF MARKETING MIX ON NETFLIX THROUGHOUT THE YEARS
OLD*

Abstract

The objective of this work was to analyze how the Marketing Mix has been adopted by the Netflix brand and how its strategies have contributed to its development and prominence in relation to its competitors in the streaming segment. An exploratory study with a qualitative approach was carried out, with the collection of information from secondary sources (website, social networks, among others). The company offered a DVD rental service, offering courier delivery to meet the needs of consumers. With the evolution of technology, the brand innovated with the offer of movies and series by streaming, with about 200 million subscriptions around the world. As a marketing mix-oriented strategy, the company provides its subscribers with the ability to access and enjoy a selection of movies, television shows, 24 hours a day, and a dynamic user application.

Keywords: Service, Technology, Strategies, Entertainment



ANOS
SINGEP

A INFLUÊNCIA DO MIX DE MARKETING NA NETFLIX AO LONGO DOS ANOS

Contextualização:

O mix de marketing é uma estratégia para ser utilizada desde a concepção do produto, até a sua disponibilidade, a fim de atender aos desejos dos clientes. Nesse sentido, a Netflix vem desenvolvendo e aprimorando sua oferta de produtos direcionados ao entretenimento dos consumidores. A marca Netflix, ainda utiliza de estratégias em busca de um melhor posicionamento para seus produtos, preços, promoções e canais de distribuição

Objetivos:

Analisar de que forma o Mix de marketing vem sendo adotado pela marca Netflix, e como suas estratégias têm contribuído para o desenvolvimento desta em relação aos seus concorrentes no segmento de *streaming*.

Fundamentação Teórica:

O Mix de marketing propõe um conjunto de elementos para direcionar as estratégias de acordo com o objetivo da empresa, os quais devem ser monitorados e projetados. O Mix é formado pelos 4Ps: produto, preço, praça e promoção. O foco de abordagem neste estudo foi em relação ao “P” de produto, que remete ao conjunto de atributos, tangíveis e intangíveis, oferecidos no produto, nicho de mercado, design e qualidade.

Metodologia:

A análise teve como base a realização de um estudo exploratório de abordagem qualitativa. A coleta de informações foi realizada em fontes secundárias, tais como sites, redes sociais, revistas da área de marketing e negócios. Os dados foram analisados conforme o conjunto de atributos do Mix de marketing.

Resultados e Análises:

A Netflix tem como primordial oferecer aos seus assinantes a capacidade de acessar e desfrutar do seu catálogo a qualquer hora do dia. A marca também tem a preocupação em auxiliar na escolha do que consumir, visto que sua plataforma é organizada por estilos e gêneros. Além disso, a marca está constantemente desenvolvendo o seu produto, desde a identidade visual até a expansão de seu catálogo.

Considerações Finais:

Tendo em vista os aspectos apresentados pela Netflix, a marca de entretenimento oferece filmes, séries e documentários por *streaming*, contando com cerca de 200 milhões de assinantes pelo mundo. Observou-se que a empresa busca constantemente se desenvolver, considerando as necessidades do mercado e dos consumidores. Isso é identificado quando a empresa no início era uma locadora e, com o surgimento de novas tecnologias e demandas do mercado, foi evoluindo para o que oferece atualmente.

Referências:

Martins, G. de A., & Theóphilo, C. R. (2016). Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas. (3a ed.). São Paulo: Atlas.

Kotler, P. e Keller, K. Administração de Marketing. 14.ed. São Paulo: SP, 2012.

A HISTÓRIA da Netflix. [S. 1.], 2 dez. 2019. Disponível em: <https://www.oficinadanet.com.br/post/15898-a-historia-da-netflix>. Acesso em: 16 jul. 2022.

NETFLIX: marketing de conteúdo e engajamento nas redes sociais. [S. 1.], 2 dez. 2016. Disponível em: <https://blog.amblard.digital/na-pratica/netflix/>. Acesso em: 16 jul. 2022.

SIGNIFICADOS da Marca Netflix. [S. 1.], 2019. Disponível em: <https://www.caviarcriativo.com/significados-da-marca-netflix/>. Acesso em: 16 jul. 2022.

Palavras-chave: Serviço, Tecnologia, Estratégias, Entretenimento.