

DS

ARTIGO

COMO AS MARCAS ESTÃO USANDO A NETNOGRAFIA

As pessoas se reúnem na internet da mesma forma que fazem no físico: buscando seus interesses, culturas e gostos. É aí que entra a netnografia para descobrir as sutilezas desse interesse e conseguir ser assertivo nos dias de hoje.

Mas afinal de contas o que é a netnografia?

A Netnografia é um método científico que mistura pesquisa de mercado com internet. Ela ajuda marcas e empresas a entender o comportamento do consumidor e a gerar resultados.

Foi inventada por Robert Kozinets que desejava saber porque a saga StarWars, mesmo depois de 40 anos no ar ainda faturava em produtos além dos filmes. E pasmem com o método ele descobriu que os produtos gerados pela saga faturam 3 vezes mais em produtos do que em filmes.

Entender o comportamento do consumidor nunca foi tão importante como nos dias de hoje, onde a velocidade de informação é fator de escolha e pode gerar oportunidades de negócios.

Sabemos que os consumidores modernos são complexos e segmentá-los por dados demográficos não conta mais toda a história, seja ela física ou virtual. Então como as marcas estão utilizando a netnografia para captar esses clientes?

Primeiro é fundamental que as mensagens de uma marca e seu públicos-alvo sejam os mais precisos possível. Já que apenas indicamos para amigos e familiares produtos e serviços que são feitos para nos.

E sim, clientes vão se sentir prestigiados e mais positivos em relação a uma marca se seu conteúdo for relevante e interessante para ele. Mesmo que não possa adquiri-lo ele se tornara um embaixador da marca se ela falar com ele.

Portanto, segmentar grupos de interesse específicos em sua base de consumidores com mensagens diversificadas tornará sua marca mais relacionável.

Identificar as propriedades psicográficas dos consumidores é um primeiro passo crítico para encontrar novas comunidades para atingir. Como 71% dos objetivos dos profissionais de marketing é alcançar o público correto, a netnografia garantirá que você escolha os mais assertivos para esse trabalho.

Aprofundar as conversas de consumidores também melhora a conexão com esse consumidor. E entender profundamente os motivos, interesses, gírias e cultura dos grupos de pessoas na internet é importante porque, uma vez que você possa falar a língua deles, você pode construir um relacionamento. É isso que os consumidores de hoje querem das marcas. Eles estão gravitando em torno de marcas que podem falar o que falam. Eles se sentem vistos – e isso torna sua marca mais atraente para eles.

A netnografia se aprofunda na psique do consumidor para um ponto de vista de precisão. E isso é possível para marcas com ferramentas modernas de análise de mídia social capazes de classificar dados e determinar traços de personalidade, valores, opiniões, atitudes, interesses e atributos de estilo de vida.

Os benefícios de conhecer seus consumidores dessa maneira são enormes. Se você estiver em uma categoria ampla, poderá dissecar seu público para encontrar pontos de interesse que possam ser usados para criar mensagens direcionadas que identifiquem um segmento de sua base de consumidores.

Além de falar a língua de seus clientes e provocar emoções positivas a netnografia permite que você desenvolva relacionamentos que você normalmente não identificaria em outros métodos de pesquisa de mercado.

A maioria das marcas estabelece relacionamentos com influenciadores padrão. Tudo bem – mas ficar confortável com um influenciador que já domina uma área de interesse não relacionada com a qual seus consumidores se envolvem é o próximo nível. E você pode adotar essa abordagem em várias “subculturas” para transmitir de uma maneira mais relacionável. Pense em mensagens de marca aprimoradas ao seu publico, mas que podem ser comunicadas de formas variadas e com influenciadores dos mais diferentes tipos.

A netnografia não é apenas mais um meio para vender é uma metodologia legítima para pesquisar consumidores e garantir insights que vão fazer a diferença quando o consumidor identificar sua marca e não a do concorrente.

Maria Augusta Ribeiro é especialista em comportamento digital e Netnografia.

JORNAL DIÁRIO DA SERRA

Propriedade da AJOTA

ASSOCIAÇÃO JORNALÍSTICA DE TANGARÁ DA SERRA

CNPJ: 29.464.235/0001-16

Av. Tancredo Neves - 1247 W - Parque Mansões
78302-028 Tangará da Serra-MT

ISSN 22386467

REDAÇÃO

DIREÇÃO DE JORNALISMO

Fabiola Tormes

CONTATO

ds@diariodaserra.com.br

Envie Pautas, Fotos Sugestões e Vídeos para o whatsapp do

DIÁRIO DA SERRA

(65) 3326-4724

www.diariodaserra.com.br

www.ds.jor.br

DEPARTAMENTO COMERCIAL

PUBLICIDADE ASSINATURA

PUBLICIDADE LEGAL

Associação Jornalística de Tangará da Serra - AJOTA

SERVIÇOS GRÁFICOS

E. Tormes e Cia. LTDA

CNPJ: 14.048.123/0001-07

CONTATO: adm@diariodaserra.com.br

Fone: (65) 3326-4724

Diário da Serra

FUNDADO EM 11 DE NOVEMBRO DE 1996

EDIÇÃO ON-LINE DESDE 06 DE SETEMBRO DE 1997

Endereço: Av. Tancredo Neves - 1247 W

Parque Mansões - CEP:78300-000

Tangará da Serra - MT - Brasil

www.facebook.com/jornalds

@diariodaserra

RUMO ÀS URNAS

Pivetta diz que aguarda convite oficial



Mauro e Pivetta, em evento do União Brasil

Governador disse que ele tem tudo para seguir no posto

Especial para o RD News

O vice-governador Otaviano Pivetta (Republicanos) segue fazendo mistério sobre a possibilidade de disputar novamente o cargo nas eleições deste ano ao lado de Mauro Mendes (União Brasil), que oficializou a pré-candidatura à reeleição, na noite da última segunda, 18. Em coletiva, ao lado de Mauro, Pivetta disse que vai avaliar “a partir do momento que ele (Mauro) me convidar de fato. Ai nós vamos começar a pensar”, desconversou.

Com a sua base indefinida e às vésperas das convenções partidárias, que começam nesta quarta-feira, 20, Mauro intensifica as articulações para contemplar e acomodar aliados e partidos. Na segunda, disse que pretende debater as possibilidades “de forma coletiva”, buscando o máximo de consenso.

Sobre a vaga de vice, Mauro defende nome de Pivetta pela parceria nestes anos, além de ressaltar atributos do vice como honestidade e lealdade. O chefe do Palácio Paiaguás menciona ainda a existência de sinergia entre eles em relação ao modelo de administração.

Ainda segundo Mauro o vice-governador tem estatura para um dia assumir o governo do Estado. A tendência é que o grupo “bata o martelo” sobre os nomes que vão compor a chapa majoritária nos próximos dias. Isso porque as escolhas precisam ser sacramentadas nas convenções que seguem até 5 de agosto. A do União Brasil está prevista para acontecer na semana que vem (29 de julho).

RUMO ÀS URNAS

Neri conquista apoio do PDT na corrida ao Senado e soma 6 siglas na aliança



Grupo é formado pelo PT, PV, PC do B, PSD, PDT e pelo PP

ALEX OLIVEIRA / RD News

Pré-candidato ao Senado, Neri Geller (PP) segue tentando ampliar seu arco de aliança e conquistou o apoio do PDT, sob o vereador cuiabano Lilo Pinheiro. Com a adesão, que ainda precisa ser oficializada em convenção, o federal já conta com sinal verde de 6 legendas - PP, PSD, PDT, PT, PV e PC do B, sendo que as três últimas estão unidas em federação.

O martelo foi batido na última segunda, 18, durante reunião na sede do PP. Além de Lilo, entre as lideranças presentes estava o vereador por Várzea Grande Ícaro Reveles.

Ao comentar a adesão,