



Plano de Marketing - Revisão de estratégias da Netflix

Lucas de Souza Eidelwein
Universidade La Salle

Robinson Henrique Scholz (Orientador)

Tipo do trabalho

Pôster

Tema

Ciência Socialmente Aplicada - Gestão e Negócios

Palavras-chave

Estratégias de marketing, Consumo, Netflix.

OBJETIVO

Este trabalho foi desenvolvido para analisar o negócio da Netflix (maior serviço de streaming do mundo). O objetivo é através desta análise ser possível ter construído conteúdo suficiente para identificar quais as estratégias da empresa e como através de um plano de marketing podem ser melhoradas ou reformuladas.

MATERIAL

A Netflix se inseriu inicialmente num segmento de mercado até então dominado pela BlockBuster que, apesar de suas enormes lojas e grande variedade de vídeos, se mantinha presa ao tradicional modelo de pagamento por diárias. Percebendo as oportunidades não aproveitadas existente em se expandir no mundo digital mudou seu posicionamento e foco de produto, transformando o negócio da empresa em um serviço de streaming para filmes, séries, documentários, desenhos, etc. O Modelo de Negócio da Netflix é do tipo All You Can Eat por oferecer conteúdo em vídeo (filmes, séries, shows, documentários, etc.) ilimitado por um valor fixo mensal. Para ganhar dinheiro a Netflix mantém seus custos operacionais abaixo das receitas com suas mensalidades. Os valores baixos servem para vender em maior escala e atender um maior número de pessoas e classes sociais. O Modelo All You Can Eat, é um modelo de negócio que funciona ao permitir que clientes consumam produtos ou serviços o quanto quiserem pagando um valor fixo (pagamento único ou recorrente).

METODOLOGIA

Para conhecer melhor o perfil e hábitos dos consumidores da Netflix, o método adotado de pesquisa será a aplicação de um questionário online de 20 questões exploratório-descritivo de abordagem quantitativa. As questões serão elaboradas com múltipla-escolha e de escalas do tipo Likert, buscando nas 5 primeiras questões traçar o perfil dos entrevistados, demais questões abordarão aspectos referentes ao comportamento de consumo e preferências. A técnica de análise dos dados coletados será do tipo estatística-descritiva.

RESULTADOS

Para que se possa nortear a pesquisa e o plano de marketing se faz necessário definir alguns aspectos que serão o foco de análise, neste estudo teremos como objetivo geral identificar



quais os fatores que influenciam as pessoas a optar por um determinado serviço de streaming. Os objetivos específicos são: a) Descrever o perfil dos consumidores da Netflix; b) Identificar padrões de consumo; c) Compreender qual o impacto as estratégias de marketing adotadas pela Netflix tem nos seus consumidores. Com base nisto contribuir para o aperfeiçoamento nas estratégias de marketing da empresa, sendo esta a motivação para o desenvolvimento deste estudo.

CONCLUSÃO

Este estudo pode contribuir para um melhor entendimento de quem são os clientes da Netflix e como e quando preferem consumir seu conteúdo, visando identificar se as estratégias de marketing atual são adequadas, estão tendo o impacto correto e como podem ser exponenciadas, principalmente digitalmente dentro das mídias sociais de forma omnichannel. Também poderá trazer soluções hipotéticas de como a Netflix irá conseguir superar as barreiras que atualmente a impedem de ter ainda mais presença no cotidiano das pessoas, como o sono, pois conforme afirma o CEO da Netflix Reed Hastings: "a Netflix está competindo com o sono".