

A FIDELIZAÇÃO DE PRODUTOS DE ENTRETENIMENTO E SUAS VARIÁVEIS EXTERNAS: ESTUDO DE CASO COM A NETFLIX (APOIO UNIP)

Aluna: Thais de Oliveira

Orientador: Prof. Danilo Leme Bressan

Curso: Comunicação Social - Publicidade e Propaganda

Campus: Bauru

Qualquer empresa busca hoje o crescimento e, arduamente, seu equilíbrio financeiro. Para isso, há a necessidade de um planejamento que tem como base a conservação monetária e/ou a elevação das vendas. Dessa forma, a fidelização dos clientes em relação à empresa, seus produtos, serviços e sua marca é de demasiada importância para se destacar em relação aos concorrentes e dar continuidade aos negócios. Diante de um mercado dinâmico e da instabilidade econômica mundial, em que os clientes estão diariamente mais exigentes e o tempo é um bem precioso, é necessário usar toda a criatividade para encontrar novas formas de atendimento e interação com seus pares. Diante desta busca incessante, devemos considerar as características individuais da empresa, seu estágio de conhecimento e de utilização dos recursos tecnológicos disponíveis no mercado. É necessário ficar atento para oferecer um atendimento que venha ao encontro da realidade em que vivem seus clientes. Nesse sentido, este trabalho tem como objetivo apresentar um estudo de caso com a empresa Netflix que utiliza as plataformas *Facebook* e *Twitter* para se relacionar com seus clientes e, assim, obter a sua fidelização pelo engajamento de seus conteúdos. Torna-se pertinente, também, discutir técnicas e ferramentas utilizadas para diferenciar-se das demais fontes de entretenimento e uma breve discussão do porquê atualmente é a plataforma favorita de *streaming* entre outras opções no mercado. O trabalho contempla uma pesquisa bibliográfica sobre instrumentos de *marketing*, fidelização de clientes e novos modelos de negócio.