O USO DA GAMIFICAÇÃO NA FORMULAÇÃO DE PLANOS ESTRATÉGICOS DE MARKETING: UM ESTUDO DE CASO DA SMILES

Maria Clara S. Fonseca Orlando Leonardo Berenguel

Resumo

Este artigo analisa o impacto positivo dos métodos de gamificação na formulação de planos estratégicos de marketing, promovendo o engajamento entre empresas e clientes. Através de uma revisão bibliográfica, são identificados os benefícios e desafios da gamificação no relacionamento com o cliente, com destaque para o estudo de caso da empresa Smiles. A incorporação de elementos de jogos nos processos de marketing estimula a participação ativa dos clientes, tornando as interações mais atraentes em um mercado competitivo e saturado. A gamificação não só cativa e retém a atenção dos consumidores, mas também fornece dados valiosos sobre seu comportamento, permitindo ajustes precisos nas estratégias de marketing. Com a evolução tecnológica e a digitalização dos negócios, a gamificação se destaca como uma tendência promissora para o marketing moderno, permitindo a criação de experiências personalizadas e fortalecendo relacionamentos duradouros com os clientes. Investir em estratégias de gamificação pode ser um diferencial competitivo importante para empresas inovarem e se destacarem no mercado, como demonstrado no caso da empresa Smiles.

Palavras-chave: Gamificação, Estratégia, Marketing, Jogos.

Texto Completo:
https://drive.google.com/drive/folders/1DFgUwRjhUNou9YYSUvfncYHwBbLkXuvS

Revisão #2

Criado Wed, Apr 2, 2025 8:59 PM por Cristina Corrêa de Oliveira

Atualizado Wed, Apr 2, 2025 9:07 PM por Cristina Corrêa de Oliveira