

Estratégias de Marketing nas redes sociais: uma análise da percepção de jovens sobre a Netflix.

Josélia Rita da Silva¹; Lorena Balbino Brasil de Oliveira²; Pietro Limas Barbosa³;
Thamyres Soares Costa⁴

¹Professora- IFF Campus Itaperuna; ²Estudante - IFF Campus Itaperuna; ³Estudante
- IFF Campus Itaperuna; ⁴Estudante - IFF Campus Itaperuna.

*joselia.silva@iff.edu.br**

Resumo

Os jovens sempre foram um grande elo ao mercado em geral, grande parte dos consumidores partem dessa faixa etária que seguem as "tendências" do momento. O impacto da internet alterou o comportamento do consumidor, pois, facilitou o acesso a determinados produtos e serviços, aumentou o desejo de pertencimento dele a marca e permitiu criar comunidades virtuais com usuários de interesse em comum. E por conta disso as marcas precisam entender esse mundo digital a fim de compreender as demandas de seus clientes. Diante disso, esse estudo tem como objetivo analisar as estratégias de marketing nas redes sociais da empresa Netflix, a partir da percepção de jovens, considerando a elevada utilização das redes sociais por esse público. Este trabalho terá como método o estudo de caso da presença da marca Netflix na vida dos jovens por meio das redes sociais. A coleta de dados será realizada através de formulário eletrônico (*Google Forms*) aplicado aos alunos do Ensino Médio dos cursos técnicos do Instituto Federal Fluminense - Campus Itaperuna, os dados serão apresentados em formas de gráficos e tabelas para melhor visualização dos resultados.

Palavras-Chave: Netflix. Marketing. Jovens.