

# O novo consumidor e o desafio das marcas

ROBERTA CAMPOS  
*Centro de Estudos  
em Consumo*

# Muito prazer!



## **Roberta Campos**

*Vice-Diretora do Full-Time  
MBA*

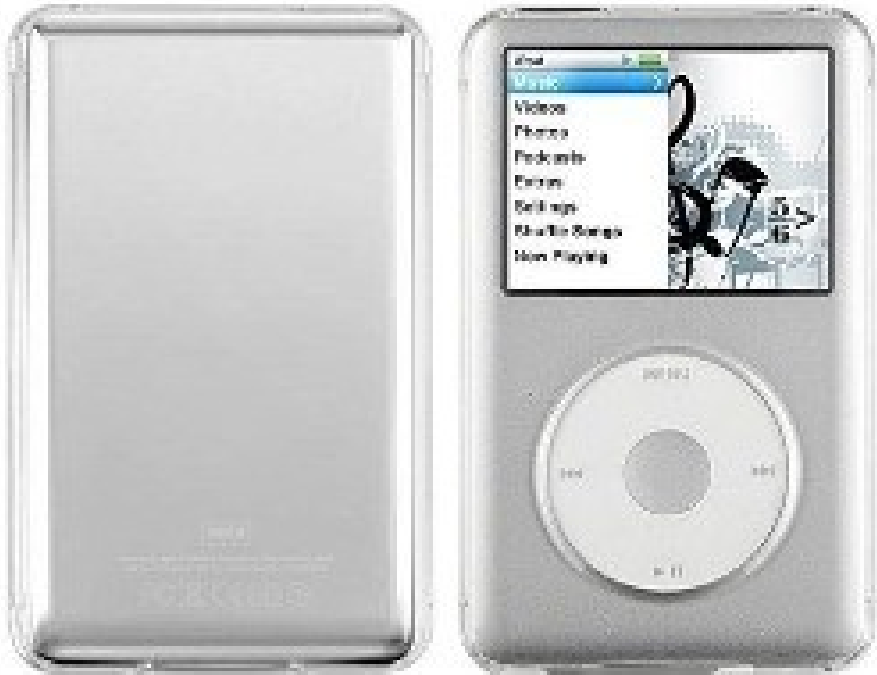
*Pesquisadora do Centro de*

*Mestrado em Administração –  
COPPEAD/UFRJ e em Ciências Sociais – Paris  
Descartes*

*Doutorado em co-tutela – COPPEAD/UFRJ e  
Paris Descartes*

*Experiência como gerente de produto em  
empresas multinacionais de bens de  
consumo (SCJ e Coca-Cola)*

*Pesquisadora do Centro de Estudos em  
Consumo com foco em comportamento e  
branding*





meu ipod não carrega



**Meu iPhone 7** estava com 127,4 de 128Gb ocupados e **não** fiz ... com um **iPod classic** de 30Gb q **não** liga e conseqüentemente **não carrega**.

### [\[solved\] iPod não carrega, não liga, não nada | ZWAME Fórum](#)

<https://forum.zwame.pt> > ... > [Dúvidas e Suporte Técnico - Apple](#) ▼

27 de ago de 2007 - [solved] **iPod não carrega, não liga, não nada**. Discussão em ... O meu 4G também me já fez isso por razoes idênticas. Ligado ao USB **não** me ...

### [APPLE IPOD TOUCH 4 NÃO CARREGA | ConsertaSmart](#)

<https://www.consertasmart.com/reparo/apple-ipod-touch-4/não-carrega> ▼

APPLE **IPOD TOUCH 4 NÃO CARREGA**, dica para APPLE **IPOD TOUCH 4 NÃO CARREGA**, solução APPLE **IPOD TOUCH 4 NÃO CARREGA**, consertar APPLE ...

### [Ipod nano não carrega - Players portáteis - Clube do Hardware](#)

<https://www.clubedohardware.com.br> > ... > [Eletrônicos](#) > [Players portáteis](#) ▼

16 de fev de 2013 - Depois de um tempão guardado, eu fui tentar **carregar** umas músicas no **meu Ipod**, mas nunca havia ligado ele no pc antes. O computador ...

Nãõ sou só eu...



confiança





AQUI TEM!  
Lenha  
Nó de pinho  
Gravetos

LENHAS MIMOSA

QUEM KÉ TOMA QUENTE!

Atenção

A partir do dia 19/11/2009, de acordo com as leis estaduais e municipais anti-fumo, é ~~formalmente~~ proibido fumar dentro deste estabelecimento.

Obrigado









An advertisement for Uncle Ben's Original rice. The top half shows Uncle Ben, an elderly man in a blue suit and bow tie, standing in a wood-paneled office with his arms crossed. Below him is a yellow background with a notebook page on the left containing the handwritten text: "FROM THE DESK OF UNCLE BEN — CHAIRMAN —", "Perfection cannot be attained", and "But that's no reason to stop trying." To the right of the notebook is a box of Uncle Ben's Original rice and a bowl of rice. The text "Ben knows best." is written below the bowl. The website "unclebens.com" is visible in the top right corner of the advertisement.

Actual Size

# LUX

No more rough red hands from strong soaps — Lux keeps the busiest hands white and smooth and soft. Women use it

for fine fabrics dishes family laundry rugs babies bottles porcelain paint linoleum shampoo

For all fine laundering  
For washing dishes

Now

## the Big new package

TODAY women are using Lux all over the house!

In the bathroom, of course, where for years their finest silks and treasured woolens have been whisked clean in the basin.

Lux left their hands so smooth and soft—they tried it with big brimming suds for washing dishes. Gone were the rough, red, dishpan hands!

Each year clothes and household linens got nicer—and more expensive.

They deserved the same care as the finest fabrics—and were washed ten times as often! So women began doing the family laundry with Lux and were repaid in longer service from everything they washed. With Lux not even this

job left their hands red and sensitive. "Lux for everything we wash with our own hands", women vowed. So many, many uses—upstairs and down—they wanted a bigger package. So now you may have the regular size or the big new package for general use. Lever Bros. Co., Cambridge, Mass.

A SINGLE TEASPOONFUL does the work of  
—so many more!—



All your things last longer when Lux-washed, so... Lux for the family laundry as well as

A little Lux goes so far it's an economy to use it

L. J. Duff



## Benvinda...

a pausa  
que refresca

Todo mundo vê chegar com prazer o momento e o lugar do repouso. A sede nos diz *quando*; e o conhecido cartaz vermelho que lê "Tome Coca-Cola", indica *onde*... gozar a pausa que refresca.



QUALIDADE DIGNA  
DE CONFIANÇA

PROPRIEDADE LITERÁRIA E ARTÍSTICA RESERVADA

UNIDOS HOJE

UNIDOS SEMPRE

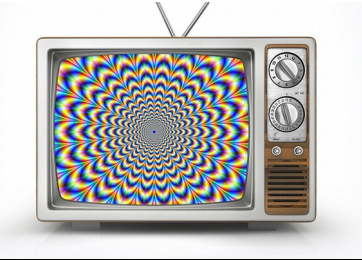




PRODUÇÃO EM MASSA



DISTRIBUIÇÃO EM MASSA



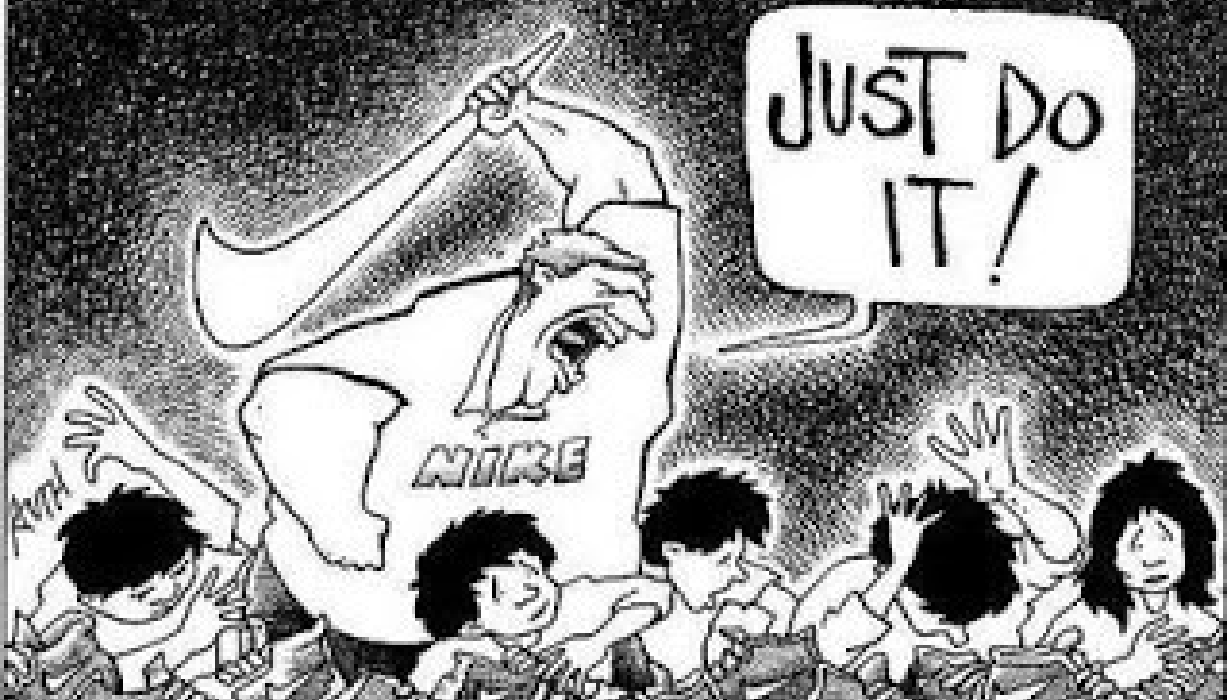
COMUNICAÇÃO EM MASSA



PESQUISA EM MASSA

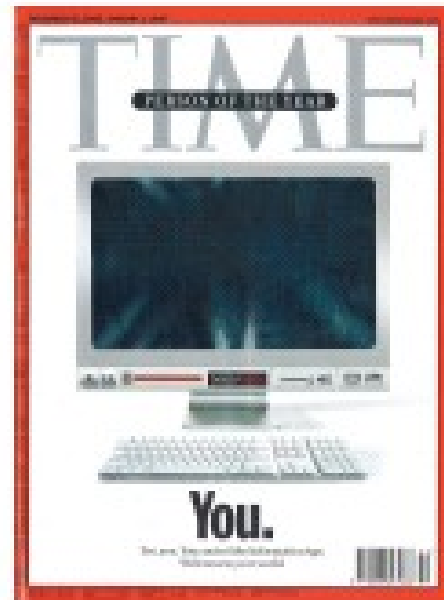






**SEM LOGO**







## Inspiração para compras



Uma pesquisa encomendada pela Variety pediu a 1.500 adolescentes entre 13 e 18 anos, que escolhessem figuras influentes em critérios como acessibilidade e autenticidade. Das 10 figuras escolhidas, 6 foram estrelas do YouTube. (Exame, 2018)

Brasil (Global)

Q: Qual mídia on-line você usa regularmente para encontrar inspiração para suas compras?

Base Brasil: 1.001/Base Global: 22.481





Visão  
tradicional de  
branding

Visão  
cultural de  
branding



HBR.ORG

# Harvard Business Review

MARCH 2016

**70 Strategy**  
**What to Do When Growth Stalls**  
 Chris Zook and James Allen

**94 Organizations**  
**Building a Culture of Originality**  
 Adam Grant

**54 Entrepreneurship**  
**Start-Ups That Last**  
 Ranjay Gulati and Alicia DeSantola

**MARKETING**  
**IN THE AGE**  
**OF SOCIAL**  
**MEDIA**

PAGE 40



veganperfeito • Segunda  
 Campinas, São Paulo

veganperfeito Comida de verdade, que é possível pra maioria dos brasileiros, longe de quem tá na correria do dia a dia, sem precisar de moria e do sofrimento animal, sem prejudicar a saúde e colaborando com o meio ambiente, um range sem mistério e muito econômico.

Comida de gente simples, trabalhador brasileiro não tem tempo de ficar na cozinha fazendo um monte de coisa gourmetizada e inventando moda. Também somos do preço, que pagão tudo lotado quase todo dia, que trabalha e recebe quase um salário mínimo por mês, e não tem ninguém por nós, então é bem...



## CROWDCULTURE





**JUNTA  
LOCAL**

Desafios das marcas estão em entregar transparência, segurança e propósito.

COPPEAD  
UFRJ

Roberta  
Campos

[roberta.campos@coppead.ufrj.br](mailto:roberta.campos@coppead.ufrj.br)