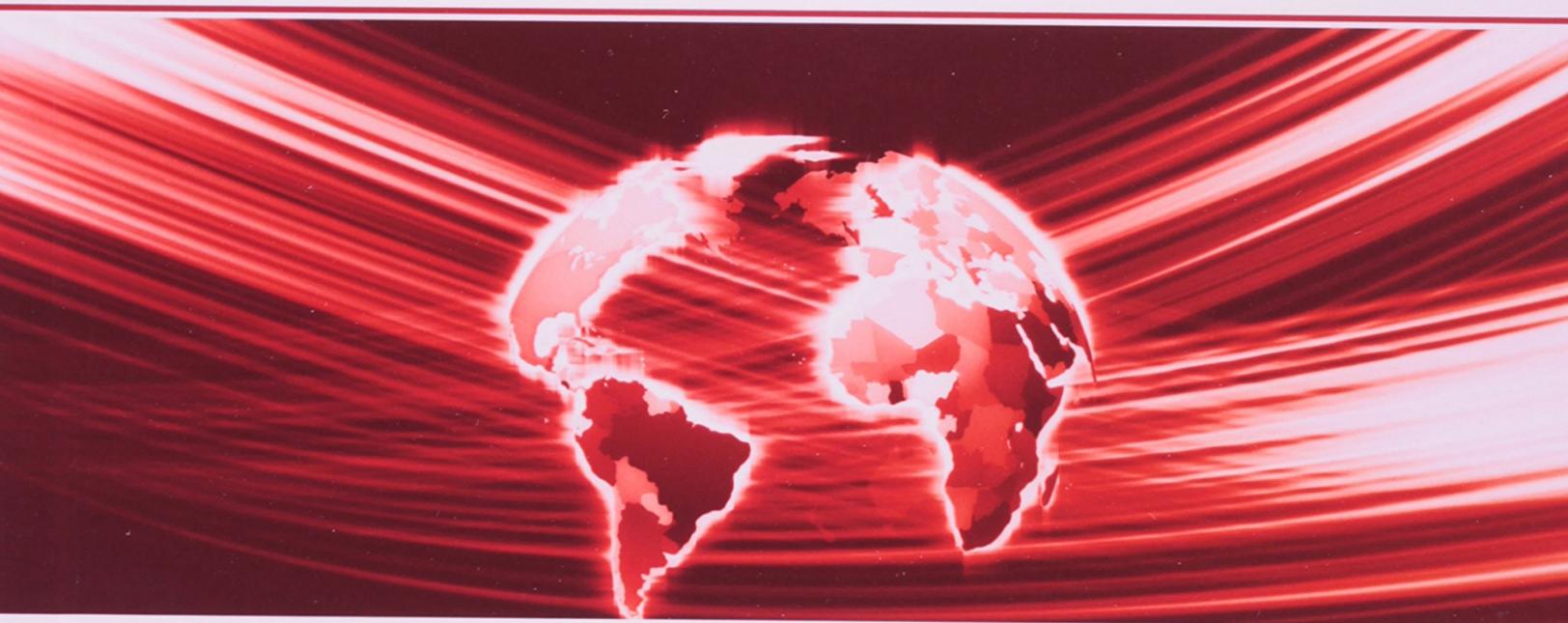


ALEXANDRE LUZZI LAS CASAS

COCRIACÃO DE VALOR



CONECTANDO A EMPRESA COM OS CONSUMIDORES
ATRAVÉS DAS REDES SOCIAIS E FERRAMENTAS COLABORATIVAS

atlas

Resumo de Cocriação de Valor

Trata-se de um assunto extremamente importante para todos os administradores modernos que devem considerar esses conceitos atuais na prática de seus negócios. Cocriar significa envolver os clientes com experiências positivas no processo de marketing, fazendo com que produtos e serviços, assim como as demais práticas mercadológicas, sejam produzidos com a participação dos próprios consumidores.

O tema tem despertado a atenção crescente de acadêmicos e profissionais, enquanto no âmbito comercial empresas líderes contabilizam resultados positivos com o envolvimento dos clientes em seus processos mercadológicos. Na prática moderna, a cocriação se utiliza de meios atuais de cocriar com as mídias sociais e canais de comunicação, tais como Facebook, LinkedIn, Twitter, e mídias, como blogs, YouTube, entre outras.

Todos esses novos canais permitiram a condução de negócios de forma acelerada e pulverizada, mas todos de importância incontestável para a prática de cocriação. O livro parte de uma abordagem dos primeiros movimentos da comercialização com foco no produto, passando para a era de vendas, para a satisfação de desejos e necessidades, seguidos da orientação ao mercado com enfoque no marketing de relacionamento.

O texto apresenta também as características da era da cocriação com a participação dos clientes no processo de criação de valor. A inclusão de tópicos relacionados ao assunto com enfoque teórico-prático foi uma das preocupações do autor.

[Acesse aqui a versão completa deste livro](#)