

APLICAÇÃO DA METODOLOGIA DOS 5 ANÉIS DE *INSIGHTS* DE REVELLA NO *E-COMMERCE* DA EMPRESA COMERCIALBV

Phylipe Schad¹

Pablo Flôres Limberger²

RESUMO

Compreender os clientes é mais do que um desejo das organizações contemporâneas, é uma necessidade. Para instituições de comércio eletrônico isso é ainda mais vital, tendo em vista que não há um contato direto com o consumidor, o que torna as relações mais impessoais e dificulta a fidelização. Por isso, é necessário conhecer a jornada de compra dos consumidores, entendendo suas motivações e desejos, de modo que seja possível desenvolver ações e estratégias que permitam que a empresa possa oferecer conteúdo e produtos que atendam exatamente às necessidades dos seus clientes. Assim, é possível aumentar o engajamento dos atuais clientes e impactando ao mesmo tempo, outros consumidores potenciais. Este trabalho utiliza-se da metodologia dos 5 anéis de *insight* de Revella, com o objetivo de identificar o perfil de *buyer persona* que represente os clientes do principal segmento de produtos da empresa ComercialBV Comercial Ltda. EPP. Foram realizadas 40 entrevistas com os clientes da empresa, as quais foram transcritas e codificadas. Os *insights* extraídos das entrevistas foram classificados e analisados. Os resultados dessa análise trouxeram percepções significativas e muito importantes para a empresa, permitindo a criação de um personagem fictício que servirá como base para as estratégias de marketing da ComercialBV.

Palavras-chave: *Buyer persona*, comércio eletrônico, marketing de conteúdo.

1 Graduando no Curso de Administração da Universidade do Vale do Itajaí – Campus Balneário Camboriú.

2 Professor Doutor do Curso de Administração da Universidade do Vale do Itajaí – Campus Balneário Camboriú.