



EXPLORANDO NOVAS TECNOLOGIAS PARA REVOLUCIONAR A COMUNICAÇÃO

Ricardo Cavallini

O Marketing depois de amanhã

Explorando novas tecnologias
para revolucionar a comunicação

2ª edição
São Paulo
edição do autor
2008

Autor: Ricardo Cavallini
Editor: Ricardo Cavallini
Capa: Guime
Ilustrações: Marcelo Braga
Infográficos: Mauricio Zuardi
Edição de imagem: Luis Claudio de Oliveira Carvalho
Foto da capa: Sergio Giannotti
Foto do autor: Beto Riginik

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)**

Cavallini, Ricardo

O marketing depois de amanhã : explorando
novas tecnologias para revolucionar a comunicação /
Ricardo Cavallini. -- 2. ed. rev. -- São Paulo :
Ed. do Autor, 2008.

ISBN 978-85-908688-0-4

1. Comunicação e tecnologia 2. Marketing
3. Marketing - Administração 4. Propaganda
5. Tecnologia da informação I. Título.

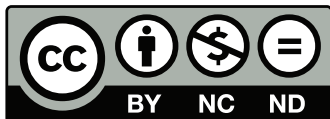
08-09220

CDD-658.8

Índices para catálogo sistemático:

1. Marketing : Administração 658.8

Para fazer o download deste livro, acesse:
WWW.DEPOISDEAMANHA.COM.BR



Esta obra está licenciada sob **Creative Commons - Atribuição - Uso Não - Comercial - Vedada a Criação de Obras Derivadas 2.5 Brasil**.

Você pode:



copiar, distribuir, exhibir e executar a obra

Sob as seguintes condições:



Atribuição. Você deve dar crédito, indicando o nome do autor e endereço do site onde o livro está disponível para download.



Uso Não-Comercial. Você não pode utilizar esta obra com finalidades comerciais.



Vedada a Criação de Obras Derivadas. Você não pode alterar, transformar ou criar outra obra com base nesta.

Para mais informações, visite:

<http://www.creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/br/>

Caiu na real e na virtual por Washington Olivetto

Novembro de 2005.

O talentoso fotógrafo Andre Arruda me convida para posar para o seu livro *100 Coisas*, ao lado de um objeto pelo qual eu tivesse especial carinho e afeto.

Acrescenta ao convite um pedido: “Preciso também de um pequeno texto seu, explicando por que escolheu o tal objeto”.

Aceito o convite, poso ao lado da minha velha máquina de escrever, e dias depois envio para o Andre o seguinte texto:

“Arranquei minha vida com as mãos dessa Olivetti Lettera 32. Foi nela que escrevi desde os meus primeiros e ingênuos anúncios até algumas campanhas reconhecidas mundialmente. Foi nela que coloquei no papel idéias que ganharam as ruas. E foi nela, inclusive, que escrevi em 1986 o conceito de como seria a W/Brasil: uma agência diferente de todas as outras e a primeira totalmente informatizada.

Curiosamente, e por ironia do destino, foi a informatização que aposentou a minha Lettera 32. Mas aposentou só do meu dia-a-dia, não da minha memória afetiva.

Tanto que ouço até hoje, com saudades e gratidão, seu tec-tec mecânico e ruidoso todas as vezes que escrevo no meu eletrônico e silencioso iMac.”

Dezembro de 2005.

O talentoso comunicador interativo Ricardo Cavallini me convida para escrever o prefácio do seu livro *O Marketing Depois de Amanhã*. Aceito o convite e logo depois recebo os originais, que leio com prazer.

Sem complicações, escrito em língua de gente, ao alcance de todos os mortais, o livro explica como analisar e o que esperar das novas tecnologias; biografava o consumidor de hoje e mapeia a influência

da Internet no marketing; invade o assunto privacidade, tão controverso quanto preocupante; encara a TV digital e DVR, analisando a legislação e as vantagens que as Marias podem levar com a sua implantação; se liga nos celulares e nos joguinhos eletrônicos como mídia e ferramentas de marketing; radiografa e disseca a holografia, o E-paper e outras novidades para pontos-de-venda e mídia exterior; faz um balanço das novas formas de comprar e vender, pagar e receber; dá uma volta ao mundo conectado e pós-conectado; e coloca em português claro o que quer dizer computação ubíqua, marketing contextual, nanotecnologia, neuromarketing e computação quântica, essa, obviamente, priminha da física.

O Marketing Depois de Amanhã é um objeto que fisicamente parece um livro, mas na verdade é uma espécie de tradutor simultâneo de tudo que está acontecendo e mudando no marketing e na comunicação de hoje e de um futuro próximo: amanhã cedo, por exemplo.

Indispensável para leitores ofensivos, aqueles que lêem para saber o que os outros ainda não sabem.

Fundamental para quem já ouviu falar que o negócio da comunicação e do marketing deixou de ser monólogo e passou a ser diálogo, mas ainda não descobriu como se comportar dentro dessa nova realidade real e virtual ao mesmo tempo.

Encantador para modernos como a maioria dos amigos e companheiros de viagem do autor.

E reconfortante para antigos modernos como eu, que acreditam que independentemente da tecnologia, seja ela qual for, com tec-tecs ou silêncios, o que vai continuar fazendo a diferença no marketing e na comunicação é a presença da grande idéia, coisa que o livro reconhece e sublinha em suas entrelinhas.

Sumário

Introdução

O que impede de avançarmos mais rápido	14
Como escolher uma nova tecnologia	19

Capítulo 1 - Presente

A influência da Internet.....	24
Fragmentação	29
Marketing viral.....	31
A revolução do conteúdo.....	35

Capítulo 2 - Privacidade

O impacto no consumidor	46
-------------------------------	----

Capítulo 3 - TV

TV digital	52
Vantagens da TV digital.....	54
DVR	58
Web.....	60
Cinema.....	62
Legislação.....	63
O lado social.....	66

Capítulo 4 - Advergaming

Imersão	71
In-Game Advertising	73
Product Placement.....	74
Online	76
Mercado	79
Advergaming	81
Mobile	83
As novas gerações	84

Capítulo 5 - Mobile

Interface em ponto-de-venda.....	90
Mídia.....	93
Novos serviços.....	96

Capítulo 6 - Um mundo conectado

Grid Computing.....	101
Mote.....	102
Mesh.....	106
RFID.....	109
Inteligência.....	115
Ferramentas de busca.....	117
Energia.....	119

Capítulo 7 - Novos displays

e-paper.....	124
OLED.....	129
3D Displays.....	129
Projetores.....	130
Holografia.....	131
Hypersonic Sound.....	132

Capítulo 8 - Novas formas de pagamento

Micropagamento.....	137
Curta distância.....	138
Celular.....	141

Capítulo 9 - Computação ubíqua

Marketing contextual.....	151
---------------------------	-----

Capítulo 10- Possibilidades

Neuromarketing.....	156
Nanotecnologia.....	159
Computação quântica.....	161

Índice Remissivo

Para Pati, minha mulher.

Patrick e Robert, obrigado por terem
inventado a tecnologia que mudou nossas vidas.

Gracias por visitar este Libro Electrónico

Puedes leer la versión completa de este libro electrónico en diferentes formatos:

- HTML(Gratis / Disponible a todos los usuarios)
- PDF / TXT(Disponible a miembros V.I.P. Los miembros con una membresía básica pueden acceder hasta 5 libros electrónicos en formato PDF/TXT durante el mes.)
- Epub y Mobipocket (Exclusivos para miembros V.I.P.)

Para descargar este libro completo, tan solo seleccione el formato deseado, abajo:

