





MARKETING 6.0

TÍTULO ORIGINAL

Marketing 6.0: The Future Is Immersive

Copyright © 2024 by John Wiley & Sons, Inc. Todos os direitos reservados.

Esta tradução é publicada mediante contrato assinado com o editor original John Wiley & Sons, Inc.

AUTORES

Philip Kotler, Hermawan Kartajaya e Iwan Setiawan

Direitos reservados para Portugal e países africanos de expressão portuguesa por

CONJUNTURA ACTUAL EDITORA, uma chancela de Edições Almedina

Avenida Emídio Navarro, 81, 3D

3000-151 Coimbra

e-mail: editoras@grupoalmedina.net

TRADUÇÃO

Carla Pedro

REVISÃO

Ana Breda

CAPA

Edições Almedina, sobre capa original da John Wiley & Sons, Inc.

DESIGN DE CAPA

Wiley

IMAGEM DE CAPA

© Marketeers

FOTOGRAFIAS DOS AUTORES

Cortesia dos Autores

PAGINAÇÃO

Aresta Criativa – Artes Gráficas

IMPRESSÃO E ACABAMENTO

????????

julho 2024

ISBN

978-989-694-823-8

DEPÓSITO LEGAL

n.º ???????

Toda a reprodução desta obra, por fotocópia ou qualquer outro processo, sem prévia autorização escrita do Editor, é ilícita e passível de procedimento judicial contra o infrator.

PHILIP KOTLER
HERMAWAN KARTAJAYA
IWAN SETIAWAN

MARKETING 6.0

O FUTURO É IMERSIVO





O objetivo do marketing é sempre melhorar a vida das pessoas e contribuir para o bem comum.

— PHILIP KOTLER

Para o meu filho Michael, para a minha filha Stephanie e para o meu neto Darren: espero que se tornem os criadores de experiências imersivas da próxima geração.

— HERMAWAN KARTAJAYA

Dedicado à minha estimada família: Louise, Jovin e Justin.

— IWAN SETIAWAN



Índice

Parte I	Introdução ao Marketing 6.0	11
1.	Bem-vindo à era do Marketing 6.0	13
	<i>Do multi ao omni, do omni ao meta</i>	
2.	O surgimento dos nativos «figitais»	35
	<i>A maioria da jovem Geração Z e da jovem Geração Alfa</i>	
3.	A inevitabilidade do marketing imersivo	51
	<i>Cinco microtendências que conduzem ao metamarketing</i>	
4.	O futuro da experiência do cliente	67
	<i>Fundir o físico com o digital para uma imersão total</i>	
Parte II	O facilitador e o ambiente do Marketing 6.0	89
5.	Compreender os facilitadores tecnológicos	91
	<i>As cinco principais tecnologias que alimentam o metamarketing</i>	
6.	Construir realidades estendidas	113
	<i>As experiências imersivas na vida real</i>	
7.	Explorar o metaverso	135
	<i>O formato futuro das plataformas de redes sociais</i>	
Parte III	A experiência do Marketing 6.0	159
8.	Marketing multissensorial	161
	<i>Proporcionar experiências imersivas para os cinco sentidos</i>	
9.	Marketing espacial	187
	<i>Proporcionar interações naturais entre o homem e a máquina</i>	
10.	Marketing no metaverso	209
	<i>Inovar com o envolvimento da próxima geração</i>	
	AGRADECIMENTOS	233
	SOBRE OS AUTORES	235
	ÍNDICE REMISSIVO	237



PARTE I

Introdução ao Marketing 6.0