

# **NEUROMARKETING: O USO DA EMOÇÃO COMO ESTRATÉGIA DE POSICIONAMENTO DA COCA-COLA NO FILME PUBLICITÁRIO “ESTAMOS A UMA COCA-COLA DE DISTÂNCIA” VEICULADO NA PLATAFORMA GLOBAL A MAGIA ACONTECE (APOIO SANTANDER/UNIP)**

**Alunas:** Emili Rosa Batista e Kaylaine Silva Santos

**Orientadora:** Profa. Ma. Silvana Maria de Souza Nery

**Curso:** Comunicação Social – Publicidade e Propaganda

**Campus:** São José do Rio Preto II

Este relatório tem como objeto de pesquisa a análise do filme publicitário “Estamos a uma Coca-Cola de distância” para o lançamento da plataforma global denominada “A magia acontece” em novembro de 2021. A empresa Coca-Cola disponibilizou a campanha durante a pandemia de COVID-19, proporcionando aos telespectadores uma experiência híbrida, conectando mundo real e virtual. Através do posicionamento da marca, o objetivo deste estudo se encontra na compreensão das estratégias provenientes do apelo emocional, utilizando o neuromarketing para alcançar a diferenciação em seu relacionamento marca/consumidor. A combinação entre pesquisa exploratória e análise descritiva dão suporte ao desenvolvimento desta pesquisa. A revisão bibliográfica e a análise ajudaram a embasar nosso tema de estudo, bem como a conduzir a interpretação do tema analisado de forma assertiva. Para tal compreensão, correlacionaremos o uso da emoção no posicionamento da marca ao fator de influência na decisão de consumo. Sendo assim, faz-se necessário, para melhor aproveitamento, uma contextualização prévia a respeito dos termos neurociência, marketing, neuromarketing e posicionamento. Através dos conceitos apresentados, será possível a realização de uma análise completa, que permitirá a aplicação prática da teoria dos termos a uma marca em uma campanha real. Por fim, poderemos perceber uma nova filosofia da marca, evidenciando uma campanha que abraça o consumidor com uma estratégia de

posicionamento atualizada, mas sem abandonar a promessa de unir e inspirar as pessoas ao redor do mundo apresentado nesse novo formato.