

“SERVIÇOS: A FORMA COMO YOUTUBERS SE TORNARAM CANAIS DE ENTRETENIMENTO E MARKETING”

ROBERTA AP. DE SOUZA PINTO LIMA¹, TAINA MONIQUE BATAGLIOLI², TAMIREZ CARDOSO DE SOUZA³, TAMIREZ MARCELINO⁴.

1 - Aluna do 5º semestre do curso Superior de Administração de Empresas – UNIFIA

2 - Aluna do 5º semestre do curso Superior de Administração de Empresas – UNIFIA

3 - Aluna do 5º semestre do curso Superior de Administração de Empresas – UNIFIA

4 - Aluna do 5º semestre do curso Superior de Administração de Empresas – UNIFIA

RESUMO

Serviço é uma das áreas que está crescendo cada dia mais em diversos seguimentos dentro do mercado, onde o serviço é o conjunto de atividades realizadas por uma empresa para responder às expectativas e necessidades do cliente. Por isso, o serviço é definido como sendo um bem não material. Como exemplo desse tipo de prestação de serviço pode descrever os Youtubers, onde muitos utilizam para se promover, oferecer seus serviços, produtos e fazer entretenimentos.

Palavras-Chave: Serviço; Entretenimento; Youtubers; Internet; Cliente.

METODOLOGIA

Na elaboração do artigo foi utilizada, pesquisa de referência, conteúdos disponíveis em livros, artigos e pesquisas em sites, para melhor explicar o assunto abordado. O artigo iniciou com pesquisa bibliográfica aos conceitos relacionados. A pesquisa tem como fonte as literaturas já existentes e pesquisas realizadas na Internet.

A pesquisa bibliográfica é aquela desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos. (Gil, 1991, Pág. 48)

DESENVOLVIMENTO

1. O que é Serviço

Serviços são bens intangíveis que satisfaz a necessidade humana a partir de uma relação de troca onde um atribui o preço e o outro está disposto a pagar. Ao contrário do produto que o consumidor vê antes de comprar, este é avaliado com consumidores que já se beneficiaram desse recurso, informando as suas experiências com serviço.

No setor de serviços a mão de obra é um dos fatores primordiais, pois é ela que faz a execução do começo ao fim do processo, aceitando, dependendo do setor, vários níveis de escolaridade, onde o que conta é sua inteligência e conhecimento.

Os serviços também permitem customização, diferenciação e personalização, tendo assim um aumento substancial de lucro e número de clientes. Estes devem sempre estar buscando inovação para melhor atender as necessidades de seus clientes, visando como objetivo final a fidelização do deles.

2. Características dos Serviços

Os Serviços possuem quatro características que os distinguem de um Produto: Intangibilidade, Inseparabilidade, Variabilidade e Percibilidade.

- **Intangibilidade:** os serviços são intangíveis, porque não podem ser vistos, provados, sentidos, ouvidos ou cheirados antes de serem comprados, ao contrário do que acontece com os produtos. Como os serviços são atos ou performance não é possível avalia-los entre bom ou ruim antes da compra.
- **Inseparabilidade:** são serviços inseparáveis de quem os executa ou fornece, pois precisa passar as informações corretas. O prestador de serviço faz parte do próprio serviço e informações omitidas podem afetar no resultado final.
- **Variabilidade:** sua qualidade depende além de quem os presta, também de quando, onde e como são proporcionados os que o tornam variáveis. Para que essa variabilidade não aconteça as empresas optam pela padronização de seus procedimentos dando capacitação aos funcionários para que todos tenham condutas semelhantes.
- **Percibilidade:** os serviços são percíveis, pois não podem ser estocados para venda ou uso posterior. Isso pode levar sérios problemas para empresas que possuem demanda variável. Uma

maneira das empresas lidarem com isso é empregando funcionários em tempo parcial ou contratar mão de obra temporária, sem vínculo empregatício.

3. Classificação dos Serviços

Serviços de Consumo: são serviços prestados diretamente ao consumidor. E subdividem-se em conveniência, escolha e especialidade.

Serviços Industriais: são aqueles prestados a organizações industriais, comerciais ou institucionais. E subdividem-se em equipamentos, facilidade e consultoria.

4. Definição de Qualidade de Serviço

O ponto chave da qualidade de prestação de um serviço é atender ou superar as expectativas do cliente. Assim, a qualidade, do ponto de vista do cliente, pode ser definida como a extensão da discrepância entre suas expectativas ou desejos e suas percepções.

Para os consumidores, avaliar a qualidade de serviços é mais difícil do que avaliar a qualidade de bens físicos, e para os profissionais de marketing é mais difícil compreender os critérios usados pelos consumidores nessa avaliação.

Os consumidores não avaliam a qualidade dos serviços baseando-se apenas nos resultados finais; eles levam em consideração o processo que envolveu a sua execução e a maneira pela qual os serviços foram prestados, o que inclui o envolvimento, o comprometimento e até mesmo a gentileza do prestador.

5. Youtubers – um novo serviço de entretenimento

Com o advento da internet surgiu uma nova modalidade de serviço de entretenimento ao qual seu objetivo é a produção de conteúdo para um público-alvo.

É extremamente comum você ver cada figura que no mínimo é estranha fazer sucesso no Youtube e gerar milhares de reais e também ter lista de assinantes que não tem fim.

Eles são denominados Youtubers, e este serviço já pode ser considerado uma profissão, pois muitas pessoas já possuem uma renda fixa sendo um youtuber. Eles estão causando muita influência no público jovem, pois são os que mais tem contato com o mundo da internet.

Tudo o que se precisa é ter algum conhecimento em um assunto e ensinar, ou seja, passar o seu conhecimento para outras pessoas; Exemplo: entende de cabelos, e ensinar a como cuidar dos deles.

Esses produtores de conteúdo estão crescendo cada vez mais, pois cada vez mais pessoas estão criando canais no Youtube para falar dos assuntos mais variados. E esse crescimento é permitido, pois a internet está em constante crescimento.

6. Estudo de Caso – Canal I could kill for desert

Danielle Noce é uma Youtuber de 31 anos que tem um canal de culinária chamado I could kill for desert. Atualmente seu canal conta com 975.950 inscritos e com milhares de visualizações por vídeo. Danielle sazonalmente conta com patrocínio de grandes marcas para suas receitas ao qual faz a divulgação em seus vídeos, incentivando assim seus seguidores a usarem as marcas por ela recomendada. Algumas marcas encontradas em seus vídeos são Leite Condensado Moça e Cream Cheese Philadelphia. Como Danielle muitos outros Youtubers também são patrocinados por grandes marcas e utilizam seus canais e sua imagem para divulgação e incentivo de seus seguidores a utilização das mesmas por causarem grande influência no público por eles assistidos.

CONCLUSÃO

Os serviços crescem a cada dia mais, assim como os Youtubers que são canais de entretenimento que com advento da internet aumenta ainda mais o interesse por essa profissão, pois ganhasse muito nesse ramo, falando sobre assuntos de seu próprio interesse, tendo a oportunidade também de ser patrocinados por grandes marcas que podem utilizar os serviços desses Youtubers como vitrine para atingir um público específico. Desta forma sem sair de casa, através de um meio de comunicação simples atingem uma enorme gama de pessoas das mais diversificadas culturas e estilos de vida.

BIBLIOGRAFIA:

MCDANIEL. Carl. Fundamentos de Pesquisa de Marketing. Rio de Janeiro: LTC, 2005.

FITZSIMMONS, James A. *Administração de Serviços: operações, estratégia e tecnologia da informação*. Porto Alegre: Bookman, 2010.

LAS CASAS, Alexandre L. *Marketing de Serviços*. São Paulo: Atlas, 2009.

www.administradores.com.br/mobile/artigos/marketing/composto-de-marketing-produtoservico/62973

www.administrandoservicos.blogspot.com.br/2014/04/produto-x-servico-acredito-que-tenhamos.html

<http://g1.globo.com/concursos-e-emprego/noticia/2015/02/veja-os-9-profissionais-que-o-mercado-mais-procura-no-inicio-deste-ano.html>

<http://conceito.de/servico>

https://pt.wikipedia.org/wiki/Servi%C3%A7o_%28economia%2919/04/2016

<http://entretenimento.r7.com/famosos-e-tv/youtubers-sao-mais-influentes-entre-os-adolescentes-que-estrelas-como-jennifer-lawrence-e-katy-perry-15082014>

<http://entretenimento.uol.com.br/noticias/redacao/2015/10/19/youtubers-sao-formadores-de-opiniao-de-jovens-mas-que-valores-eles-passam.htm#fotoNav=1>

<http://www.digai.com.br/2015/07/quanto-ganham-os-youtubers-brasileiros-top-10-youtube-brasil/>

<http://revistapegn.globo.com/Banco-de-ideias/Mundo-digital/noticia/2015/10/empreendedores-faturam-alto-com-canais-no-youtube.html>