

CONEXÕES AUTÊNTICAS

ESTRATÉGIAS MODERNAS DE MARKETING

Amostra

Conexões Autênticas

Copyright © 2026 Actual.

Actual é um selo da Editora Almedina do Grupo Editorial Alta Books (Starlin Alta Editora e Consultoria LTDA). Copyright

© 2026 Tércio Vitor e Luiz Cláudio Zenone

ISBN: 978-65-83400-69-7

Impresso no Brasil – 1ª Edição, 2026 – Edição revisada conforme o Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa de 2009.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

V856c

1. ed. Vitor, Tércio.

Conexões autênticas : estratégias modernas de marketing / Tércio Vitor ; Luiz Cláudio Zenone. - 1. ed. - São Paulo : Edições 70, 2026. 144 p. ; il. ; 16 x 23 cm.

Título: Conexões Autênticas
ISBN 978-65-83400-69-7

1. Marketing. 2. Estratégias de marketing. 3. Comunicação empresarial. 4. Relacionamento com clientes. I. Zenone, Luiz Cláudio. II. Título.

CDD 658.8

Índice para catálogo sistemático:

1. Marketing 658.8

Todos os direitos estão reservados e protegidos por Lei. Nenhuma parte deste livro, sem autorização prévia por escrito da editora, poderá ser reproduzida ou transmitida. A violação dos Direitos Autorais é crime estabelecido na Lei nº 9.610/98 e com punição de acordo com o artigo 184 do Código Penal.

O conteúdo desta obra fora formulado exclusivamente pelo(s) autor(es).

Marcas Registradas: Todos os termos mencionados e reconhecidos como Marca Registrada e/ou Comercial são de responsabilidade de seus proprietários. A editora informa não estar associada a nenhum produto e/ou fornecedor apresentado no livro.

Material de apoio e erratas: Se parte integrante da obra e/ou por real necessidade, no site da editora o leitor encontrará os materiais de apoio (download), errata e/ou quaisquer outros conteúdos aplicáveis à obra. Acesse o site www.altabooks.com.br e procure pelo título do livro desejado para ter acesso ao conteúdo.

Suporte Técnico: A obra é comercializada na forma em que está, sem direito a suporte técnico ou orientação pessoal/exclusiva ao leitor.

A editora não se responsabiliza pela manutenção, atualização e idioma dos sites, programas, materiais complementares ou similares referidos pelos autores nesta obra.

Produção Editorial: Grupo Editorial Alta Books

Diretor Editorial: Anderson Vieira

Vendas Governamentais: Cristiane Mutüs

Editor da Obra: Rodrigo Mentz

Produtora Editorial: Andresa Branco



Rua Viúva Cláudio, 291 – Bairro Industrial do Jacaré
CEP: 20.970-031 – Rio de Janeiro (RJ)
Tels.: (21) 3278-8069 / 3278-8419
www.altabooks.com.br – altabooks@altabooks.com.br
Ouvidoria: ouvidoria@altabooks.com.br



CONEXÕES AUTÊNTICAS

ESTRATÉGIAS MODERNAS DE MARKETING

TÉRCIO VITOR
LUIZ CLÁUDIO ZENONE



ACTUAL

Rio de Janeiro, 2026

Amostra

Dedicamos esta obra, em primeiro lugar, ao autor da vida: Deus. Sem Sua presença, nenhum passo, nenhum pensamento, nenhum novo minuto seria possível. A Ele, nossa gratidão eterna. Aos nossos pais, que nos deram raízes, valores e direção. São nossa origem, nossa fortaleza e nossa maior inspiração. Honramos cada ensinamento, cada gesto e cada sacrifício. E dedicamos, com entusiasmo e respeito, a todos os profissionais de marketing, empreendedores, líderes empresariais e estudantes que acreditam no poder das conexões humanas. Que este livro os inspire a transformar ideias em impacto e estratégias em significado.

Sobre os autores

Tércio Vitor e **Luiz Cláudio Zenone** são profissionais com trajetórias consolidadas no universo do marketing, reconhecidos por sua capacidade de unir visão estratégica, conhecimento acadêmico e aplicação prática com sensibilidade e propósito.

Com uma atuação marcada pela inovação e pelo pensamento sistêmico, ambos compartilham a convicção de que o marketing vai muito além das vendas — trata-se de uma ferramenta poderosa de conexão humana, transformação de negócios e impacto positivo na sociedade.

Tércio Vitor é Economista Comportamental, especialista em Gestão de Marketing e Alta Performance. Atua como estrategista de vida, carreira e negócios, professor universitário, escritor, consultor sênior, mentor e CEO-Founder da AA & T. Sua abordagem combina ciência, propósito e ação, sempre voltada à geração de resultados sustentáveis e humanos.

Luiz Cláudio Zenone é docente e coordenador de programas acadêmicos de graduação e pós-graduação na PUC-SP, além de

consultor e gestor nas áreas de experiência do cliente (CX), sucesso do cliente (CS) e relacionamento (CRM). Mentor, escritor, curador e anfitrião do Canal *O Marketeiro*, atua como conselheiro de empresas e projetos que buscam relevância e inovação no cenário contemporâneo.

Juntos, Tércio e Zenone unem teoria e prática para entregar ao leitor uma visão atual, sensível e provocadora sobre o novo marketing — aquele que valoriza o propósito, promove o bem-estar e se sustenta no poder da conversa.

Agradecimentos

Agradecemos, em primeiro lugar, à parceria sólida e complementar entre nós, autores — um encontro de ideias, visões e propósitos que tornou esta obra possível do início ao fim.

Nosso reconhecimento especial vai para toda a equipe editorial da **Alta Books**, que abraçou este projeto com competência, sensibilidade e dedicação. Cada detalhe, cada ajuste e cada sugestão contribuíram para dar vida a estas páginas com excelência.

Agradecemos, com carinho e reverência, às nossas famílias — base, refúgio e fonte inesgotável de amor e inspiração. Seu apoio silencioso, sua paciência e presença foram fundamentais em cada etapa desta jornada.

E estendemos nossa gratidão a todos que, de forma direta ou indireta — com palavras, gestos, ideias ou apoio — contribuíram para a construção deste livro. Sejam amigos, colegas, alunos, leitores ou profissionais que nos inspiraram ao longo do caminho: esta obra também carrega um pouco de vocês.

Sumário

1. Propósito como Percepção de Valor para Marcas e Produtos	7
2. Propósito e ESG: Conexão Perfeita para os Negócios	35
3. Growth Marketing - Um Processo que Traz Clareza ao Conceito Expandido do Marketing	59
4. Marketing do Bem-Estar: Como Utilizar Estratégias Saudáveis e Sustentáveis para Obter Maior Conexão com Consumidores	81
5. Marketing da Conversa: Estratégias para Solucionar Alguns dos Principais Problemas de Comunicação entre Marca e Consumidor	101
Referência Bibliográfica	128

Amostra

Prefácio

Neste livro, embarcamos em uma jornada fascinante pelo vasto e dinâmico universo do marketing contemporâneo. Ao longo dessas páginas, exploraremos conceitos, estratégias e tendências que moldam a forma como as empresas se relacionam com seus consumidores e como os consumidores interagem com as marcas. Em nosso caminho, encontraremos três abordagens distintas, cada uma com seu próprio conjunto de princípios e desafios: o "Marketing do Propósito", o "Marketing do Bem-Estar" e o "Marketing da Conversa".

No Marketing do Propósito, mergulharemos profundamente na ideia de que uma marca não é apenas um logotipo e um produto, mas sim um conjunto de causas, sonhos, crenças, valores, vocação e visão que guiam suas ações e existência. Veremos como o propósito transcende o "o que" e o "como" das operações empresariais, focando-se firmemente no "porquê" de suas ações. Aprenderemos como essa abordagem cria conexões emocionais poderosas entre

e econômico. Discutiremos como as empresas podem integrar com sucesso o propósito, o bem-estar e a conversa em sua cultura e operações, adaptando-se às demandas de um mundo em constante mudança.

Este livro é uma reflexão sobre o estado atual e o futuro do marketing. É um convite para que profissionais de marketing, líderes empresariais, acadêmicos e todos aqueles interessados na dinâmica entre marcas e consumidores explorem novas perspectivas e estratégias. À medida que avançamos, esperamos inspirar novas ideias, insights e ações que impulsionem o marketing contemporâneo em direção a um futuro emocionante e significativo. Juntos, vamos desvendar os segredos do marketing que vai além da superfície, impactando positivamente a vida das pessoas e promovendo o sucesso sustentável nos negócios.

Boa leitura!

— Os autores

Introdução

Vivemos uma era em que o marketing deixou de ser apenas uma vitrine de produtos e serviços. Ele se transformou em ponte — uma ponte entre marcas e pessoas, entre negócios e valores, entre aquilo que se vende e aquilo em que se acredita. Neste novo cenário, mais do que atrair olhares, as marcas precisam despertar sentimentos, inspirar confiança e, sobretudo, construir relações reais. É neste contexto que nasce *Conexões Autênticas*.

Este livro não é um manual técnico, tampouco uma coleção de fórmulas prontas. É um convite à reflexão e à ação. Por meio de três abordagens fundamentais — o Marketing do Propósito, o Marketing do Bem-Estar e o Marketing da Conversa —, propomos uma revisão profunda da forma como as empresas se comunicam, se posicionam e se relacionam com seus públicos.

Começamos com o Marketing do Propósito, que nos lembra de que marcas fortes não vendem apenas produtos; elas representam ideias, causas e visões de mundo. Elas existem por um motivo

maior — e é essa clareza de propósito que cria conexões emocionais verdadeiras.

Avançamos para o Marketing do Bem-Estar, uma resposta às urgências do nosso tempo. Num mundo marcado por excessos, estresse e desigualdades, o papel das marcas se amplia: elas têm a chance — e a responsabilidade — de promover qualidade de vida, equilíbrio e consciência. Aqui, o lucro se alinha ao cuidado com o ser humano e com o planeta.

Por fim, exploramos o Marketing da Conversa, porque não há conexão autêntica sem escuta. Neste capítulo, refletimos sobre como a tecnologia, quando usada com empatia, pode fortalecer o diálogo entre marcas e consumidores, criando comunidades, afinidades e trocas genuínas.

Conexões Autênticas é, acima de tudo, uma provocação positiva. Um chamado para que profissionais de marketing, empreendedores e líderes enxerguem o marketing não apenas como uma estratégia de vendas, mas como uma poderosa ferramenta de transformação cultural e social.

Que esta leitura inspire novas ideias, desperte novos olhares e ajude a construir marcas mais humanas, mais conscientes e mais conectadas com aquilo que realmente importa: as pessoas.

Amostrã