HAVAIANAS: COMO A MARCA TORNOU-SE UM DOS DEZ CASES DE SUCESSO DE RELACIONAMENTO DE MARCAS NO TIK TOK?

Rafaela Zvoboter e Tatiana Zimmermann

Trabalho desenvolvido na disciplina de Cultura digital e Convergência do curso de Publicidade e Propaganda da UNIJUÍ, ministrada pela professora Nilse Maria Maldaner.

Rafaela Zvoboter - Estudante do curso de Publicidade e Propaganda

Tatiana Zimmermann - Estudante do curso de Publicidade e Propaganda

Ocupando a 23° posição no ranking de marcas brasileiras mais valiosas no Interbrand, a Havaianas, uma marca de sandálias de borracha, destaca-se com um empreendimento excepcionalmente consolidado no mercado, constantemente aperfeiçoando estratégias de marketing e influência, de forma a expandir seus produtos a nível global e estreitar conexões com seus consumidores, utilizando de seus principais canais de comunicação, em especial, o Tik Tok, uma ferramenta de vídeos curtos, criados para gerar entretenimento, que atrai principalmente o público jovem, para assim, fortalecer relações com seus clientes. Desta forma, o objetivo deste estudo é analisar as estratégias aplicadas pela marca que a fizeram tornar-se um dos dez cases de sucesso de relacionamento de marcas no Tik Tok, conforme levantamento feito pela Opinion Box. No referido estudo, a metodologia adotada é embasada através de pesquisas bibliográficas e a análise de caso da marca Havaianas no Tik Tok, expondo um posicionamento global de sucesso da marca e a maneira pela qual ela tem se mantido ativa e notável para seus consumidores na plataforma. A partir da análise de caso na rede, onde a marca soma mais de 530 mil seguidores e 3,3 milhões de curtidas em seus vídeos, as postagens de novos conteúdos são frequentes, a marca investe nas "trends" do momento para alavancar seus lançamentos, além de, estimular os usuários a produzirem vídeos relacionados aos seus produtos utilizando hashtags próprias de lançamentos da marca. Em uma de suas campanhas de 2022, a marca atingiu mais de 2 bilhões de visualizações em seu perfil com a hashtag da Havaianas através desta ação. Em momentos de interação dos consumidores com os conteúdos postados na rede, é claro o posicionamento interativo da Havaianas com seus clientes, utilizando de uma linguagem informal, a marca responde a comentários de forma leve e descontraída, fidelizando e incentivando seus consumidores a participarem ativamente junto a marca, a chave para um excepcional relacionamento entre marca e consumidor, tal qual afirma Smilansky (2018), marcas bem-sucedidas em convidar e chamar os fãs para cocriarem e compartilharem seu desenvolvimento, inovações e conteúdo produzido estão conquistando corações e mentes em larga escala. Sendo assim, como resultado, é evidente que em tempos atuais, a consolidação de um bom relacionamento das marcas com seus públicos é essencial para que um negócio mantenha-se ativo em um mercado que está sempre oscilando. Uma das principais razões para o sucesso da Havaianas no Tik Tok, é o seu formato de vídeos curtos, isso se encaixa perfeitamente na era da atenção breve. Dessa forma, a marca conquista mais visibilidade, principalmente do público jovem, visto que trabalha muito bem com estratégias que a aproximem deste público, produzindo vídeos criativos e que contam com a participação de influenciadores. Sem dúvidas, estratégias de marketing e influência atreladas a práticas que reforcem o propósito da marca em manter-se mais próxima de seus clientes, contribui para a construção de uma imagem positiva da marca Havaianas, assumindo um papel de relevância e constância no mercado global.

Palavras-chave: Havaianas, Tik Tok, marca, relacionamento de marcas, estratégias.