

**LUCIANO KALIL  
MARILVIA DE OLIVEIRA**

# **COMMUNITY HACKING**

**CRIE UMA COMUNIDADE WEB E USE  
O MARKETING DE ENGAJAMENTO  
PARA EXPONENC IAR SEUS  
RESULTADOS**



**BRAZIL PUBLISHING**

## Comitê Científico da área Ciências Sociais Aplicadas

**Presidente:** Professor Doutor Rodrigo Kanayama (UFPR – Direito)  
Professora Doutora Ana Cristina Salviato Silva (UNIFAE – Administração)  
Professor Doutor Luís Alberto Monteiro de Barros (UFPA – Administração)  
Professor Doutor Jorge Alberto Ramos Da Silva (FGV/ RIO – Direito)  
Professor Doutor Ilton R. Filho (UFPR – Direito)  
Professor Doutor José R. G. Cella (IMED – Direito)  
Professor Doutor Edemar Amaral Cavalcante (UFMG – Educação)  
Professor Doutor Gilberto Fachetti Silvestre (UFES – Direito)  
Professora Doutora Margareth Vetus Zaganelli (UFES – Direito)  
Professor Doutor Saulo Cerqueira de Aguiar Soares (PUC-MG – Direito)

Editor Chefe: Sandra Heck  
Diagramação e Projeto Gráfico: Brenner Silva  
Ilustrador: Maurício Oliveira  
Revisão de Texto: Marilvia de Oliveira  
Revisão Editorial: Editora Brazil Publishing  
DOI: 10.31012/978-65-5016-092-0



DADOS INTERNACIONAIS DE CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO (CIP)  
BIBLIOTECÁRIA: MARIA ISABEL SCHIAVON KINASZ, CRB9 / 626

---

K14c Kalil, Luciano & Oliveira, Marilvia de  
Community hacking: crie uma Web Community e use o marketing de engajamento  
para exponenciar seus resultados / Luciano Kalil, Marilvia de Oliveira - Curitiba:  
Brazil Publishing, 2019.  
198p.: il.; 21cm

ISBN 978-65-5016-091-3

1. Marketing na Internet. 2. Comunidade on-line. 3. Redes sociais on-line.

CDD 302.30285 (22.ed)  
CDU 301.175.1

---

Curitiba / Brasil  
2019

# SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>11</b>
<b>CAPÍTULO 1 – O QUE SÃO COMUNIDADES WEB .....</b>	<b>17</b>
1 - Marketing digital: o novo Big Bang.....	33
2 - O surgimento do Google .....	35
3 - Comunidades e a força das redes.....	45
4 - Canais importantes na sua estratégia .....	50
5 - Influenciadores, a nova mídia.....	54
6 - A gestão da jornada dos clientes .....	56
<b>CAPÍTULO 2 – O FUTURO DO MARKETING DIGITAL... 63</b>	<b>63</b>
1 - Por que construir uma comunidade? .....	77
2 - O que é uma comunidade?.....	88
3 - Tipos de comunidade.....	104
4 - Pessoas: essência da comunidade.....	109
<b>CAPÍTULO 3 – CONSTRUINDO UMA COMUNIDADE... 119</b>	<b>119</b>
1 - Proposta de valor.....	125
2 - Validando sua hipótese.....	136
3 - Persona.....	138
4 - Definindo o nome da comunidade.....	144
5 - Estratégia .....	148
6 - Contratando pessoas .....	156
7 - Os 5 Cs da comunidade de sucesso.....	163
<b>CAPÍTULO 4 – CAMINHOS DAS COMUNIDADES .....</b>	<b>167</b>
1 - A evolução do e-learning .....	172
2 - A evolução do Marketplace.....	185
<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>195</b>