

A IMPORTÂNCIA DO MARKETING DIGITAL PARA PEQUENAS EMPRESAS

Área temática: Publicidade e Propaganda

Forma de apresentação: Oral

Resultado do trabalho: Parcial

Arthur Breyer Trindade⁴; Augusto Rodrigues Parada⁵

RESUMO:

A enorme expansão na utilização da internet, faz com que empresas passem a adequarem seus planejamentos em relação a comunicação. As micro e pequenas empresas encontram dificuldade na competição com grandes corporações, por conta da limitação financeira para investimentos em comunicação e novas tecnologias de mercado, sendo esta uma realidade na região do Vale do Paranhana. Entretanto, o marketing digital pode ser uma estratégia utilizada por esse segmento empresarial visto que exige um desembolso menor do que outras formas de comunicação como publicidade e propaganda do marketing tradicional. A pesquisa tem o objetivo compreender a importância do marketing digital em pequenas empresas, e tem como foco a importância do marketing digital para o relacionamento com os clientes da Hipster Store, da cidade de Igrejinha (RS).

Palavras-Chaves: Marketing digital. Comunicação. Empresas.

Referências:

KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. Marketing 4.0: do tradicional ao digital. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.

SANTOS, T. et al. O desenvolvimento do marketing: uma perspectiva histórica. Revista de Gestão USP, São Paulo, v. 16, n. 1, p. 89-103, 2009. Disponível em: <www.revistasusp.sibi.usp.br/pdf/rege/v16n1/v16n1a06.pdf>. Acesso em: 06 mai. 2020.

TERRA, C. F. Relacionamento nas mídias sociais (ou relações públicas digitais): estamos falando da midiatização das relações públicas? Organicom, ano 12, n. 22, 2015, p. 104-117.

⁴ Acadêmico das Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT. arthurtrindade@sou.faccat.br

⁵ Professor Orientador das Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT. aparada@faccat.br