

INSTAGRAM: O RELACIONAMENTO DE UMA INFLUENCIADORA COM SEU PÚBLICO QUE ESTIMULE A DECISÃO DE COMPRA NO PERÍODO DO DIA DAS MÃES DE 2018

Graduação: Administração

Área temática: Ciências Sociais Aplicadas

Resultados: Final

Forma de apresentação: Poster

Josiane Saldanha Vasem¹ - Augusto Rodrigues Parada²

RESUMO

O presente estudo aborda a relevância da participação dos influenciadores digitais nas redes sociais digitais e consiste em analisar se esses estão utilizando o site do Instagram como uma ferramenta estratégica para se relacionar com seus públicos e estimular a decisão de compra. Para o embasamento da pesquisa, foram observadas postagens e comentários feitos na fanpage @natanadeleon . Com uma revisão bibliográfica e o monitoramento da página, foi possível identificar e analisar as estratégias de relacionamento da blogueira com os seus públicos no Instagram no período que antecedeu o Dia das Mães de 2018. A partir do levantamento de dados, tornou-se viável relacionar os conceitos dos autores com as estratégias utilizadas no período analisado, permitindo assim, considerações sobre o assunto. Ao final deste trabalho, pôde-se constatar que a Natana de Leon, durante todo o período de observação, ateu-se à explorar os sentimentos como foco do relacionamento, a fim de criar laços e estabelecer vínculos com seus seguidores.

Palavras-chave: Influenciador digital. Instagram. Relacionamento. Estratégias.

REFERÊNCIAS

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Princípios de Marketing. 15. ed. São Paulo. Pearson Education do Brasil, 2015.

LAS CASA, Alexandre Luzzi. Administração de Marketing. São Paulo: Editora Atlas, 2015.

GRUNIG, James E.; FERRARI, Maria A.; FRANÇA, Fábio. Relações públicas: teoria, contexto e relacionamentos. 1. ed. São Paulo: Difusão, 2009.

¹ Acadêmica das Faculdades Integradas de Taquara. josisaldanha1@gmail.com

² Professor orientador das Faculdades Integradas de Taquara. aparada@faccat.br

JEZLER, Priscila V. Os Influenciadores Digitais na Sociedade de Consumo: Uma Análise Acerca da Responsabilidade Civil Perante a Publicidade Ilícita. 2017.

Disponível em:

<<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/25019/1/JEZLER%2c%20Priscila%20W%20C3%A2ndega%20-%20Influenciadores%20digitais.pdf>>. Acesso em: 15 abr. 2018.

RECUERO, Raquel. Redes sociais digitais na Internet. Porto Alegre: Sulina, 2009.