



XX MOSTRA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA
XII SALÃO DE EXTENSÃO, PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
3 A 6 DE OUTUBRO DE 2022



O IMPACTO DO MARKETING DIGITAL SOBRE OS CONSUMIDORES DE UTENSÍLIOS DOMÉSTICOS NO MUNICÍPIO DE GRAMADO/RS

Área temática: Administração

Forma de apresentação: Oral

Resultado do trabalho: Final

Aline Rodrigues¹; Suzana Maria Costa Neves²

RESUMO:

Este artigo tem como tema o marketing de consumo, focando no marketing digital e no seu impacto quando utilizado como estratégia de comunicação nas redes sociais. O objetivo principal do estudo é avaliar o impacto do marketing digital nas vendas de uma empresa do setor de utensílios domésticos no município de Gramado/RS. Quanto à metodologia, em relação à abordagem do problema, trata-se de uma pesquisa exploratória, utilizando a abordagem quantitativa, através de análise de dados bibliográficos e aplicação de questionário. A pesquisa exploratória será usada também no modo de levantamento de fontes secundárias, pois foi feita uma análise das redes sociais da empresa em estudo. Para compreender o público consumidor da empresa em questão, foi aplicado um questionário com 13 questões de múltipla escolha. Os resultados evidenciaram que, geralmente, os clientes possuem o hábito de comprar pela internet e que também, em sua maioria, acompanham os anúncios das lojas através das redes sociais. Por meio da análise dos resultados obtidos, foi possível concluir que a compra virtual é uma opção bastante utilizada pelos clientes e que, por vezes, preferem comprar por lojas virtuais em vez de efetuar a compra em lojas físicas. O marketing digital usa as ferramentas presentes nas mídias sociais para ajudar a fazer investimentos para determinar quem são os clientes potenciais, quais são as reações desses clientes, a frequência e outros fatores que são necessários e socialmente fornecidos pela mídia (CAMACHO, 2019). Possuir o conhecimento de utilizar as ferramentas virtuais para impulsionar as vendas de determinados produtos, principalmente no período de pandemia, se tornou um grande diferencial para a empresa que busca atingir cada vez mais clientes finais.

Palavras-Chaves: Marketing Digital. Redes Sociais. Utensílios Domésticos.

Referências:

CAMACHO, Dóris. Marketing digital: compra de mídia e inbound. São Paulo: Senac, 2019.

KOTLER, Philip; KELLER, K. L. Administração de marketing. 14. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

RECUERO, Raquel. Redes Sociais na Internet. Porto Alegre: Sulinas, 2009.

¹ Acadêmica das Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT. alinerodrigues@sou.faccat.br

² Orientadora. Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT. asneves@faccat.br