

MUITO + GESTÃO

Anais da Semana Científica e de Extensão

Escola de Negócios - Univali
Curso de Administração
Campus de Itajaí

PROPOSTA PARA IMPLANTAÇÃO DE FERRAMENTAS DE MARKETING DIGITAL NA EMPRESA EQUILIBRIOS CAMISETAS PROMOCIONAIS

Cíntia Gabriela Rodrigues¹

Camila da Silva Schmitt²

RESUMO

A ascensão da tecnologia, o poder exercido pela internet na vida das pessoas e as mudanças nos hábitos de vida e de consumo, fizeram com que as organizações passassem a ver a internet como um canal de comunicação e relacionamento de extrema importância para seus planos de marketing. Neste cenário, surge o marketing digital com um novo olhar sobre o marketing tradicional, com novas ferramentas e novas formas de atingir o consumidor atual. O presente trabalho tem como tema o Marketing Digital, com enfoque na análise de ferramentas estratégicas do meio online. O estudo teve como objetivo geral propor a implementação e uso de ferramentas do marketing digital em uma indústria e comércio de camisetas. Em vista disso, para atender tal objetivo foram trabalhados os específicos: a) realizar uma análise junto à organização para verificar as atuais ações realizadas em marketing digital; b) identificar ferramentas do marketing digital que podem auxiliar a organização nas suas atividades; e c) verificar quais as ferramentas do marketing digital melhor se adaptam as necessidades da organização. A pesquisa realizada neste trabalho, teve caráter descritivo, pois descreveu didática operacional da empresa em foco. Para coleta de dados, foi utilizada a entrevista semiestruturada, pois permitiu à acadêmica maior liberdade de fazer as perguntas aos gestores e obter resultados mais concisos. Assim, os resultados foram analisados qualitativamente para que fosse possível a proposição da implementação das ferramentas digitais. Nessa parte, observou-se que a empresa compreende a importância do marketing digital, e começou recentemente fazer a utilização de alguns instrumentos da área em questão, porém não existe cronograma ou planejamento para tal operação. Por fim, com este trabalho, a empresa poderá visualizar mais claramente as ações que estão sendo utilizadas, onde pode melhorar, além da proposta de utilização de novas ferramentas, que não terão custo de imediato.

Palavras-chave: Marketing Digital; Ferramentas de Comunicação; Estratégias de Relacionamento.

¹ Acadêmico (a) do Curso de Administração, UNIVALI – Itajaí/SC. admcintiarodrigues@gmail.com

² Profª. MSc. Orientadora, UNIVALI – Campus Itajaí/SC. camila.s.schmitt@gmail.com