

AÇÕES VOLTADAS PARA A IMPLANTAÇÃO DO MARKETING DIGITAL NA EMPRESA LOJA DOMINIK LTDA

Gustavo Hammes¹

Evelize Mara de Souza Gomes Martins²

RESUMO

O presente Trabalho de Conclusão de Estágio foi realizado junto ao setor administrativo da Loja Dominik Ltda localizada no bairro do Estreito, município de Florianópolis, estado de Santa Catarina. O objetivo geral da pesquisa foi analisar a viabilidade de implantação do marketing digital através da pesquisa de alguns objetivos específicos como: identificar as ações de marketing digital desenvolvidas atualmente, a necessidade de novas ações, averiguar se o cliente da loja tem o perfil para utilizar as redes e mídias sociais, quais os investimentos necessários para a implantação de novas ações de marketing digital e por fim elaborar ações de marketing digital voltadas ao perfil do cliente. Para isso, procurou conhecer o perfil dos clientes da loja e suas necessidades em relação ao tema e propor um plano de ações voltadas para implantação de ações de marketing em mídias digitais. Trata-se de um estudo de caso, com pesquisa exploratória descritiva que utilizou de abordagem qualitativa e quantitativa e para obtenção dos dados primários foi aplicado um questionário composto por perguntas fechadas e de múltipla escolha aos clientes e perguntas estruturadas para os gestores. A pesquisa foi realizada com 94 clientes que estiveram na Loja Dominik em um período de 15 dias e que se propuseram a responder o questionário e o cálculo de amostra ocorreu pela fórmula de Barbetta (1995). Com o resultado desta pesquisa, conseguiu-se identificar que a maioria dos clientes é do sexo masculino, casados, possui renda familiar entre R\$1.576,00 à R\$7.880,00 e ensino médio completo. Em relação às mídias digitais, os clientes da Loja Dominik utilizam em sua maioria o *Facebook* e acham que a melhor forma de receber informações da loja é através do site da empresa. A proposta de melhoria através de novas ações de marketing digital como *Facebook*, *Twitter*, site, e-commerce, e-mail marketing e outras ações como o monitoramento dos resultados das ações, pesquisa online referente às análises positivas ou negativas da empresa para os usuários no ambiente online e o marketing viral no *Facebook* promovendo promoções com o objetivo de fidelizar os atuais ou atrair novos clientes foram aceitas pela empresa e elaboradas segundo o modelo 5W2H, permitindo executar tarefas em um determinado tempo.

Palavras-chave: Marketing digital. Ações de marketing digital. Necessidades dos clientes.

¹Acadêmico do curso de Administração, UNIVALI – Kobrasol/SC. gst.gus@gmail.com

²Professora orientadora, UNIVALI – Kobrasol/SC. evelizemartins@univali.br