

AÇÕES DE MARKETING DIGITAL PARA DIVULGAÇÃO DA MARCA D'ZINK (ALMA DA PRAIA) NO INSTAGRAM

Daniela Zink¹

Camila da Silva Schmitt²

RESUMO

Este trabalho tem como tema o marketing digital e apresenta como principal objetivo de estudo a plataforma *Instagram*. O estudo teve como objetivo geral propor e avaliar ações de marketing digital que contribuam ativamente para a divulgação da marca Alma da Praia – D'zink. Com objetivos específicos elucidou a investigação da importância do marketing digital, identificação das estratégias utilizadas no mercado e a análise das ações efetuadas no decorrer do processo de estudo na plataforma *Instagram*. Para alcançar fielmente os objetivos utilizou-se de pesquisa bibliográfica exploratória e de cunho qualitativo a partir de fontes primárias e secundárias. Foram efetuadas entrevistas semiestruturadas, ou seja, com roteiro previamente elaborado, com dois especialistas na área. Leticia Keki e W.Gabriel manifestaram uma grande participação no desenvolvimento deste trabalho. A técnica utilizada foi a análise de dados com base nos conteúdos, resultado da pesquisa. Observando que o assunto trabalhado na pesquisa é recente, utilizou pesquisa em muitos *sites* com foco em marketing digital, onde diariamente havia novas atualizações e técnicas demonstrando a melhor forma de alcançar os objetivos destacados. Houve também um acompanhamento diário das postagens e apresentação das técnicas estudadas. A mídia social é uma área que vem crescendo muito nos últimos anos, onde existe uma grande necessidade das empresas estarem se inserindo nessa nova forma de mercado, com o intuito de aumentar sua participação. Facilidade, rapidez e baixo custo são as maiores vantagens destacadas, por isso a necessidade de um bom alcance dos objetivos do trabalho. Esse processo bem efetuado gera a aproximação do cliente com ela. Os objetivos deste trabalho foram alcançados, pois diariamente as técnicas estudadas foram aplicadas no *Instagram*. Houve um grande aumento de visualizações e ganho de seguidores, onde automaticamente foram transformados em maior sucesso de vendas *on-line*.

Palavras-chave: *Instagram*, marketing digital, estratégias.

¹ Acadêmico (a) do Curso de Administração, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú/SC. daniela-zink@hotmail.com

² Prof. MSc. Orientador, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú/SC. camila.s.schmitt@gmail.com