

ANÁLISE DA DIVULGAÇÃO DA EMPRESA DOLCE VITA NO FACEBOOK

Wellington Gustavo Do Valle Oliveira¹
Pablo Flôres Limberger²

RESUMO

Entender a necessidade do cliente é algo que faz com que exista a diferenciação de uma empresa para a outra. Nas redes sociais este trabalho está em atrair o cliente para a empresa, a dificuldade é que não existe um contato físico com o cliente. Esse trabalho tem como base a análise das redes sociais da empresa Dolce Vita através do acompanhamento dos posts das suas atividades na web, para conseguir implementar uma estratégia que eleve o nível de visualizações e faça com que tenha um crescimento considerável daqui para frente. Foram analisados 137 posts do facebook para que se chegasse a uma conclusão efetiva de como seria o caminho para aumentar a repercussão dos posts, consequentemente chamando mais clientes durante os dois períodos do ano, inverno e verão, para engajar novas estratégias na Dolce Vita.

Palavras-chave: Facebook, engajamento, marketing.

¹ Acadêmico (a) do Curso de Administração, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú/SC.
tavinho.t99@gmail.com

² Prof. MSc. Orientador, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú/SC. pflimberger@hotmail.com