



# MUITO + GESTÃO

**Anais da Semana Científica e de Extensão**

Escola de Negócios - Univali  
Curso de Administração  
Campus de Balneário Camboriú

## **MARKETING DIGITAL: Proposta de Plano de Marketing Digital para Joalheria e Ótica Vinheski**

Inea Flavia Vinheski<sup>1</sup>

Fábio Bucior<sup>2</sup>

### **RESUMO**

Com o avanço da tecnologia, a popularização da Internet, das mídias sociais e a mudança de comportamento do consumidor para o meio digital criou-se a necessidade de a Joalheria e Ótica Vinheski se enquadrar no meio tecnológico para manter-se no mercado uma vez que a concorrência no ramo óptico na cidade de Balneário Camboriú vem aumentando de maneira rápida e também pelo motivo da transição de nome da ótica após 23 anos de tradição. A metodologia de pesquisa utilizada foi bibliográfica e documental. O plano de Marketing Digital foi desenvolvido com o propósito de auxiliar a empresa a explorar um novo nicho de mercado, o e-commerce, e também na transição do nome, criando perfis nas mídias sociais já com a nova marca. Além de definir estratégias de publicação, público alvo e anúncios em plataformas digitais para que as campanhas sejam assertivas e proveitosas gerando lucro por meio da venda no site. Para alcançar o objetivo seguiu-se um plano criado por Miceli e Salvador (2017) que abrange tabelas e o principal a criação do DSD (Diagrama de Soluções Digitais) que determina o plano de ação e as estratégias a serem adotadas para atingir os objetivos definidos. As análises que determinaram fatores do plano foram objeto de dados secundários. O resultado da pesquisa foi a proposta de um Plano de Marketing Digital que quando implantado trará grande retorno para a empresa.

Palavras-chave: Palavras-chave: Planejamento de Marketing Digital,

---

<sup>1</sup> Acadêmico (a) do Curso de Administração, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú/SC.  
ineaflavia@hotmail.com

<sup>2</sup> Prof. Esp. Orientador, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú /SC. fabiobucior@gmail.com