

PROPOSTA DE ESTRATÉGIAS DE MARKETING DIGITAL PARA A EMPRESA AFFARI IMÓVEIS.

LUCELIA LETUINSKI¹

ALEXANDRE DE SÁ OLIVEIRA²

RESUMO

Sabendo da relevância dos canais de marketing digital no setor imobiliário como ferramentas para otimizar os resultados, é importante identificar quais são suas sub divisões e como são aplicadas na prática, levando em conta os desafios do dia a dia nas empresas. O presente trabalho apresentou um estudo dos canais de comunicação e marketing digital utilizados pela empresa Affari Imóveis, bem como pelos seus concorrentes diretos do setor imobiliário, identificando quais são as principais ferramentas disponíveis, suas aplicações no cotidiano e o retorno que as mesmas oferecem. Na empresa estudada buscou-se conhecer os pontos positivos já utilizados, sua aplicação e traçar estratégias para melhorar o posicionamento da marca. Visando atender os objetivos propostos, foi realizada uma pesquisa documental, entrevistas semiestruturadas com uma das gestoras e a observação participante, por meio das quais foram apresentadas as práticas de marketing digital mais utilizadas atualmente, bem como a descrição das ações praticadas pelos concorrentes, avaliação das práticas que a Affari tem aplicado. Posteriormente foram apresentadas sugestões para empresa por meio de uma matriz 5W 1H A pesquisa caracterizou-se como uma pesquisa diagnóstico, tendo iniciado como uma pesquisa exploratória. Os resultados indicam que as imobiliárias empregam ferramentas de marketing semelhantes e o que as diferencia é a forma de aplicação, posicionamento diante do mercado e o nicho que visam atender.

Palavras-chave: Affari Imóveis, marketing digital, Clientes

¹ Acadêmico (a) do Curso de Recursos Humanos UNIVALI – Campus Balneário Camboriú/SC.
luletuinski@gmail.com

² Prof(ª). Msc. Orientador(a), UNIVALI – Campus Balneário Camboriú/SC.
profalexandredea@univali.br