

MARKETING DIGITAL EM TEMPOS DE PANDEMIA

João Pedro, Katiane Victoria, Larissa Romão, Prof. Fleuri Cândido Queiroz, Prof. Lucio Sergio dos Santos

RESUMO

O Marketing é algo primordial e extremamente essencial no desenvolvimento das empresas, é um conjunto de técnicas e métodos que são aplicados para o estudo das necessidades dos mercados. O Marketing Digital tornou-se um método estratégico e no mercado de consumo os mais utilizados atualmente, por ocorrência da pandemia que ainda vivenciamos, os números de empresas que aderiram a essa ferramenta só aumentaram. As empresas através do marketing digital, aproveitam oportunidades para expor suas marcas e ampliarem seus negócios, utilizam o ambiente online para se aproximarem com maior facilidade do seu público-alvo, tendo em vista, o seu objetivo principal, promover os seus produtos em diferentes canais digitais. Dessa forma, o marketing é acessível para a manutenção de propagandas e comunicação na internet, possui inúmeras vantagens, que a empresa promove em relação as suas vendas e destaques do produto, tem baixo custo e um ótimo retorno, que demonstra o empenho do serviço no atendimento à distância, e assim, adquirindo mais clientes e suas fidelizações para o ambiente empresarial. A elaboração desse estudo será baseada no sistema de pesquisas bibliográficas descritas em artigos científicos e livros, para assim, compreender a metodologia que o Marketing Digital representa para promover resultados nas empresas.

Palavras-chave: Marketing Digital; Produto; Pandemia; Empresa; Inovação.

INTRODUÇÃO

O marketing digital são ações de comunicação, que as empresas podem se conectar com as pessoas e comercializar seus produtos ou serviços, de acordo com a necessidade do mercado para satisfazer os clientes e assim conquistar novos. O marketing tem muito o lidar com públicos, vendas e produtos e atingir a empresa como um todo para se destacar em mostrar a sua cultura e valores a todos.

Atualmente, mesmo com a redução da pandemia, continua sendo um desafio para as empresas continuarem firmes em seu negócio por conta de ter afetado a economia global. As organizações estão aplicando métodos de reinvenção e inovação ao produto ou serviço para que sua comercialização cada vez mais cresça e se torne um diferencial para as pessoas.

O Marketing é muito importante para a busca de soluções rápidas e estratégicas, com o objetivo de atrair novos negócios, criar relações e desenvolver uma identidade de marca. É

importante essa conexão das empresas com a utilização das mídias sociais, com o intuito de conhecer e se aproximar do seu público-alvo.

A responsabilidade da empresa, em relação a todo cuidado de seu produto, para chegar ao consumidor e o entendimento do comportamento de compra que cada cliente tem é, fundamental para estarem sempre atualizados com as novas necessidades e expectativas dos clientes pois, o marketing de um modo geral não é apenas para vender um produto, mas é uma comunicação interna de uma equipe toda da empresa que criam ações para melhorar a satisfação dos clientes.

A tecnologia promove diversas soluções eficientes, para que as organizações possam atender as necessidades das pessoas, contribuindo no bem-estar de todos e sem perder a sua forma de cultura e valores que agregam para a sua lucratividade e crescimento.

OBJETIVOS

Analisar o Marketing Digital e sua importância, como uma ação comunicativa na plataforma digital, em tempos de pandemia e, no entanto, a utilização do marketing que as empresas optam para ampliar as suas comercializações de produtos ou serviços, atendendo assim às necessidades das pessoas.

Especificar o Marketing Digital para fácil manuseio de manutenção de propagandas e produtos no crescimento e desenvolvimento de empresas.

Identificar estratégias no produto ou serviço para um marketing de sucesso.

Aplicar o Marketing como uma alternativa de obter retornos rápidos mediante ao investimento.

MATERIAIS E MÉTODOS

Para elaboração dessa pesquisa foi utilizado o sistema de pesquisas bibliográficas descritas em artigos científicos e livros, composta pelos principais autores da área. A pesquisa usada foi de cunho qualitativo, que fornece conhecimento do que está sendo apresentado. Por fim, possibilita que a pesquisa seja um fato de realidade vivenciada pelos objetos de estudo.

LOCAL

Para elaboração dessa pesquisa foi utilizado o sistema de pesquisas bibliográficas descritas em artigos científicos e livros, composta pelos principais autores da área.

AMOSTRA

O Marketing Digital é um meio digital onde engloba redes sociais, e-mails e sites no geral. As estratégias de marketing são pensadas exclusivamente para a internet e os dispositivos móveis, com o objetivo de atrair mais consumidores ao negócio e as campanhas comerciais, além de divulgar a marca da empresa e torná-la mais conhecida.

CRITÉRIOS DE INCLUSÃO E EXCLUSÃO

O Marketing Digital é uma plataforma que as empresas adotam, um meio de mecanismo que se ampliou para as comercializações online, como uma alternativa positiva quando bem trabalhada, produz resultados ótimos e eficientes. Com a inovação e acompanhamento das tendências no mercado de trabalho, as empresas conseguem aumentar as chances de se fortalecerem através de seus produtos e serviços diferenciados.

Portanto, o que as empresas precisam estar fazendo constantemente no meio online, é se inovando de acordo com as atuais tendências, como por exemplo o debatido “Metaverso”, tendo um planejamento desde a criação do produto até a sua distribuição para as pessoas, desta forma conseguirá ter a expectativa proposta alcançada, superando novos desafios e desempenhando novas conquistas à empresa.

COLETA DE DADOS

A pesquisa usada foi de cunho qualitativo, que fornece conhecimento do que está sendo apresentado. Por fim, possibilita que a pesquisa seja um fato de realidade vivenciada pelos objetos de estudo.

INSTRUMENTOS

No Marketing Digital, descobrimos novas formas e estratégias de fazer tudo acontecer na internet, explorar mais essa ferramenta possibilitará resultados benéficos para as empresas. Diante disso, é preciso ter um estudo e planejamento, para empreender através do marketing digital, pois se não ocorrer da maneira correta, a empresa poderá ocasionar prejuízos a sua empresa. Existe possibilidades de erros no marketing, quando ignoradas, por falta de conhecimento e habilidade na empresa, as expectativas de um retorno rápido, leva ao fracasso da estratégia de marketing digital. No momento atual de pandemia, as plataformas digitais cresceram como um meio de atenderem a distância as pessoas, em busca de alternativas e soluções, que fazem crescer a comercialização de seus produtos ou serviços e, no entanto, sendo bem planejado estrategicamente o marketing, a empresa fortalecerá sua marca e conquistará cada vez mais clientes, atendendo as necessidades das pessoas.

ANÁLISE ESTATÍSTICA

Atualmente, mesmo com a redução da pandemia, continua sendo um desafio para as empresas continuarem firmes em seu negócio por conta de ter afetado a economia global. As organizações estão aplicando métodos de reinvenção e inovação ao produto ou serviço para que sua comercialização cada vez mais cresça e se torne um diferencial.

RESULTADOS

O uso da internet no Brasil cresceu em 2020, passando de 74% para 81% da população, o que representa 152 milhões de pessoas.

Os dados foram divulgados nesta quarta-feira (18) pela pesquisa TIC Domicílios, realizada pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da

Informação (Cetic.br). Segundo o levantamento, a maior alta foi registrada por usuários na área rural. O uso de internet neste grupo cresceu de 53%, em 2019, para 70%, em 2020. Na área urbana, o índice passou de 77% para 83%

DISCUSSÃO

Marian Burk Wood (2015, p.29) define o marketing “função da intensa competição pela atenção dos consumidores, as empresas precisam planejar cuidadosamente seus produtos para conquistar os clientes, demonstrar o valor de sua oferta, conseguir a confiança dos consumidores e de preferência, obter fidelidade no longo prazo”.

Segundo Philip Kotler (2000, p. 42) “As empresas têm maiores chances de se saírem bem quando escolhem seus mercados-alvo com cuidado e preparam programas de marketing customizados”.

Mitsuru Higuchi Yanaze. (2020, p.76) diz que "a disseminação do termo **marketing de conteúdo** é definido como estratégias de comunicação das quais as empresas devem lançar mão para criar um engajamento com seu público-alvo e aumentar sua rede de relacionamento com clientes”.

Para Alexandre Luzzi Las Casas (2011, p. 43) “Para vender, aplicando-se o conceito tradicional de marketing, precisamos satisfazer aos desejos e necessidades dos consumidores. Para atingir esses objetivos, é indispensável conhecer os consumidores dos mercados-alvos visados”.

Segundo Marcos Donizete Aparecido Rocha (2017, p. 96) “O processo de tomada de decisões deve estabelecer a necessidade de compra de produtos e serviços, além de identificar, avaliar e escolher, entre as marcas e fornecedores disponíveis, qual a melhor opção”

CONCLUSÃO

Atualmente as organizações para obterem resultados que beneficiem e aprimorem as técnicas para o estudo das necessidades que o mercado exige, estão utilizando o marketing digital, direcionando esforços que promovam a identidade de sua marca e a busca de procurar estrategicamente soluções que não prejudiquem o seu desempenho e conquistem o mercado consumidor.

O Marketing Digital é uma ferramenta que amplia as comercializações e a comunicação, por meio da internet e outras plataformas digitais, e que compõem uma equipe de colaboradores que estudam ideias de criações, inovações e reinvenções para a empresa e assim, levar o melhor de seus produtos ou serviços para os consumidores.

Portanto, as empresas batalham muito para ter seu diferencial, pois com tantos desafios que enfrentam de concorrências no mercado, ter uma ideia planejada e estudada da maneira planejada e certa, pronta para ser executada, o Marketing Digital ajudará a expandir todo um trabalho realizado e corroborar para um retorno positivamente financeiro para a Organização.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ISET. Você sabe o que é Marketing Digital? Entenda o conceito e a importância para o seu e-commerce. Disponível em:

<https://www.iset.com.br/blog/o-que-e-marketing-digital-conceito-e-a-importancia-para-o-seue-commerce/> Acesso em: 25 de abril de 2022.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin L. – Administração de Marketing – 10ª Edição, 7ª reimpressão, p.42 – Tradução Bazán Tecnologia e Linguística; revisão técnica Arão Sapiro. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LUZZI, Alexandre las casas: TÉCNICAS DE VENDAS: COMO VENDER E OBTER BONS RESULTADOS. 4ª-ED. São Paulo: ATLAS S.A., 2011.

MAPLINK. Marketing na pandemia: Quais os impactos do coronavírus nas estratégias de marketing? Disponível em: <https://maplink.global/blog/marketing-pandemia/> Acesso em: 25 de abril de 2022.

MORAES Tiago. Etapas e ferramentas para alcançar bons resultados na divulgação da sua loja virtual. Disponível em: <http://www.agenciaeplus.com.br/importancia-do-marketing-digital-no-e-commerce/> Acesso em: 25 de abril de 2022.

ORGÂNICA NATURAL MARKETING. Marketing Digital em 2022: o que é e como funciona. Disponível em: <https://www.organicadigital.com/blog/afinal-como-funciona-o-marketing-digital/> Acesso em: 29 de março de 2022.

ROCHA, M.D.A. Comportamento de Compra e Consumo em B2b. São Paulo: Saraiva, 2017. E-book.

SIQUEIRA ANDRÉ. Marketing Digital. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/o-que-e-marketing-digital/> Acesso em: 29 de março de 2022.

SURVEY Monkey. Como medir, entender e influenciar comportamentos de compra. Disponível em: <https://pt.surveymonkey.com/mp/buying-behavior/> Acesso em: 25 de abril de 2022.

WOOD, M. B. Planejamento de Marketing. São Paulo: SARAIVA, 2015. E-book.

YANAZE, M. H. Gestão de Marketing e Comunicação. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2020. E-book.