



INSTITUTO FEDERAL
Rondônia



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE RONDÔNIA

**CLAUDINEI PEREIRA LOPES
GLEISON GUARDIA
JOSÉ ROBERTO DOS REIS
MAGNA FERREIRA COSTA**

A importância do Marketing Digital para o desenvolvimento do comércio

Porto Velho - RO

2024

**CLAUDINEI PEREIRA LOPES
GLEISON GUARDIA
JOSÉ ROBERTO DOS REIS
MAGNA FERREIRA COSTA**

A importância do Marketing Digital para o desenvolvimento do comércio

Artigo apresentado ao Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia, como requisito para a obtenção do título de Tecnólogo em Gestão Comercial. Orientador: Gleison Guardia.

Porto Velho - RO

2024

Ficha catalográfica elaborada pelo Sistema Gerador de Ficha Catalográfica do IFRO,
com dados informados pelo(a) próprio(a) autor(a).

Lopes, Claudinej Pereira.

A IMPORTANCIA DO MARKETING DIGITAL PARA O
DESENVOLVIMENTO DO COMERCIO. / Claudinei Pereira Lopes, José
Roberto Dos Reis, Magna Ferreira Costa, Porto Velho-RO, 2024.
8 f.

Orientador(a): PROF. Gleison Guardia.

Trabalho de Conclusão de Curso (Superior de Tecnologia em Gestão
Comercial EAD) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de
Rondônia - IFRO, Porto Velho-RO, 2024.

I. : Marketing.. 2. Digital. 3. Comércio.. 4. Negócio. 5. Tecnologia.. I.
Reis, José Roberto Dos. II. Guardia, Gleison (orient.). III. Instituto Federal de
Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia - IFRO. IV. Título.

Bibliotecário(a) Responsável: Celia Reis Sales, CRB-CRB11/955 (Campus Porto Velho Zona Norte)

A importância do Marketing Digital para o desenvolvimento do comércio

The importance of digital Marketing for the development of commerce

Claudinei Pereira Lopes¹

José Roberto Dos Reis²

Magna Ferreira Costa³

Gleison Guardia⁴

⁵Resumo

O presente artigo apresenta uma revisão bibliográfica que tem como objetivo identificar e descrever a importância do marketing digital para o comércio. A velocidade das mudanças econômicas e as oportunidades geradas pelas atuais tecnologias de informação e comunicação exigem que as empresas repensem continuamente seus negócios, analisando novos conceitos de marketing fazendo com que a discussão do caso se torna pertinente, pois o número de pessoas conectadas cresce cada vez mais, seja por computadores, tablets, celulares e outros meios. O uso dos meios digitais está cada vez mais vinculada ao nosso cotidiano, sendo assim, o marketing digital traz muitas vantagens para as empresas, principalmente em aspectos como crescimento, alcance e visibilidade.

Palavras-chave: Marketing. Digital. Comércio. Negócios. Tecnologia.

Abstract

This article presents a bibliographical review that aims to identify and describe the importance of digital marketing for commerce. The speed of economic changes and the opportunities generated by current information and communication technologies require companies to continually rethink their businesses, analyzing new marketing concepts, making the discussion of the case relevant, as the number of connected people grows each time. increasingly, whether through computers, tablets, cell phones and other means. The use of digital media is increasingly linked to our daily lives, therefore, digital marketing brings many advantages to companies, especially in aspects such as growth, reach and visibility.

Keywords: Marketing.Digital.Commerce.Business.Technology

INTRODUÇÃO

O marketing digital tem sido relevante para o desenvolvimento do comércio, tendo em vista a quantidade de propagandas que estão disponíveis na internet, sem falar também na quantidade de

¹ Discente do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial do Instituto Federal de Rondônia Campus Porto Velho e-mail: claudinei.parceriapl@gmail.com

² Discente do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial do Instituto Federal de Rondônia Campus Porto Velho e-mail: joserobertonbo@gmail.com

³ Discente do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial do Instituto Federal de Rondônia Campus Porto Velho e-mail: magnacosta12@gmail.com

⁴ Docente do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial do Instituto Federal de Rondônia Campus Porto Velho. e-mail: gleison.guardia@ifro.edu.br

pessoas que preferem comprar ou até mesmo adquirir informações sobre determinado produto pelo celular, notebook, tablet, entre outros.

Diante destas informações, esta investigação bibliográfica justifica-se pela necessidade de levar aos comerciantes e as empresas em geral que os mesmos devem se habituar aos novos meios de comunicações da nossa atualidade, visando por meio da internet, ou seja por meio do marketing digital atrair potenciais clientes, agregando assim valor a sua marca, produto ou serviço, e ampliando cada vez mais o comércio.

Segundo Kotler (2013), os benefícios que as empresas recebem pelos serviços online são grandes, entre esses benefícios estão os menores gastos, aproximação com o cliente a expansão de público e a facilidade de comunicação que o marketing digital propõe.

Uma empresa que utiliza do marketing digital para elaborar e implementar estratégias para se diferenciar da sua concorrência torna-se uma empresa competitiva no mercado de atuação, e dessa forma consegue manter e atrair clientes, pois estamos em um ambiente cada vez mais competitivo, onde o consumidor tem cada vez mais opções de compras.

Apresentar as questões buscando descrever teorias de marketing digital, analisar, conhecer e traçar a importância do marketing digital para o desenvolvimento do comércio faz com que as empresas se desenvolvam e alcançam objetivos de vendas. Pois a internet e as novas tecnologias são ferramentas pelas quais os consumidores podem manifestar suas opiniões publicamente, dando depoimentos e avaliações dos produtos adquiridos e experiências de consumo, o que permite ao consumidor a possibilidade de influenciar a imagem da empresa, portanto a produção de conteúdo, divulgação em redes sociais é fundamental, pois as mesmas trazem engajamento, visibilidade e segmentação, quem divulga mais, vende mais e cresce mais.

REFERENCIAL TEÓRICO

O marketing digital é um conjunto de estratégias de marketing e publicidade, aplicadas na Internet. Não se trata de uma ou outra ação, mas de um conjunto coerente e eficaz de ações que criam um contato permanente do comércio ou empresa com seus clientes, utilizando a internet como meio de comunicação, propaganda, publicidade entre outras estratégias de marketing digital.

O surgimento do marketing ocorreu em torno da década de 40, de acordo com Cobra (2009) em sua primeira visão o marketing era uma ação no mercado de troca e consumo, por meio das atividades comerciais. Com a necessidade de inovação das relações comerciais percebe-se que a definição de marketing vem evoluindo, mudando seu contexto ao longo dos tempos. Ainda segundo

o autor o marketing tem como objetivo essencial a satisfação das necessidades dos consumidores e das organizações nesse processo de trocas de produtos ou serviços, pelo qual duas ou mais pessoas ofertam algo de valor, com o intuito de atingir seus objetivos. Ressaltando a complexidade da definição de marketing, onde cada autor observa o marketing por um ângulo, não discordando, contudo, quando menciona que o conceito do marketing tem como uma das suas essências satisfazer as necessidades e desejos do cliente.

Com o surgimento da tecnologia apareceram novos desafios para a área de marketing, entre esses desafios dando origem ao marketing digital, que utiliza a internet como meio de comunicação, propaganda, publicidade entre outras estratégias de marketing. O meio de comunicação oferecido pela internet liga pessoas e empresas de forma global. Finkelstein (2011), em sua definição de internet o traduz como um conjunto de incontáveis redes de computadores que servem a milhões de pessoas em todo o mundo.

Com o avanço tecnológico o marketing digital teve cada vez mais facilidade para divulgação, pois através da internet as pessoas estão cada vez mais conectadas.

De acordo com Tavares (2013), marketing digital é uma ferramenta que faz com que os consumidores conheçam seus negócios, trazendo um relacionamento de confiança entre eles, e tomem a decisão de compra a seu favor.

A definição de marketing digital ou e-marketing trazida por Limeira (2010) é descrita como sendo o conjunto de ações de marketing oferecida por canais eletrônicos, através da internet em que o cliente interage através do controle da quantidade e o do tipo de informação recebida.

As redes sociais são canais importantes, no marketing digital, assim sendo, é interessante conhecer as mais populares para identificar em quais sua audiência está, qual têm maior número de usuários e fazer bom uso delas para atingir seu público-alvo.

Redes sociais mais usadas no Brasil em 2023

Rede Social	Acessos
WhatsApp	169 milhões
YouTube	142 milhões
Instagram	113 milhões
Facebook	109 milhões
TikTok	82 milhões
LinkedIn	63 milhões
Messenger	62 milhões
Kwai	48 milhões
Pinterest	28 milhões
Twitter	24 milhões

Dados RD Station. (Adaptada)

Pode-se destacar de acordo com Volpato (2023), as principais plataformas colaborativas das mídias sociais, citando WhatsApp, YouTube e Instagram, dentre outros, onde por meio delas as empresas podem procurar meios de divulgar seus produtos ou serviços utilizando a técnica do marketing que mais combine ao seu público-alvo, mantendo relacionamento próximo com seus clientes. O mesmo ainda ressalta que a influência maior acontece através de amigos em comuns que utilizam a mesma para postar ou comunicar sua satisfação após uma compra, passando assim uma imagem e lembrança positiva da empresa ou marca.

O marketing digital tem sido um grande aliado das empresas, onde a internet é utilizada como uma ferramenta de diálogo entre organizações e consumidores, tornando-se assim um diferencial competitivo. Esta é uma forma das empresas se fazerem presentes nos negócios focando a utilização das mídias sociais para estabelecer um contato direto e transparente com os clientes, com o intuito de conhecer e se aproximar do seu público-alvo, mantendo-se a frente das concorrentes, tornando assim um diferencial competitivo.

Dessa forma podemos perceber o quanto o marketing digital tem sido significativo para o desenvolvimento dos comércios, assim como proporciona uma nova visão para a economia , oferece uma forma dos comerciantes se fazerem presentes nos negócios, tornando um meio de comunicação extremamente eficaz, focando na utilização das mídias sociais para estabelecer um contato direto e transparente com os clientes, com o intuito de conhecer e se aproximar do seu público-alvo, mantendo-se a frente dos concorrentes, tornando assim um diferencial competitivo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A elaboração do presente artigo caracteriza-se como uma pesquisa bibliográfica, onde foram realizadas leituras seletivas em artigos científicos, dissertações, teses e buscas realizadas na internet. Tendo como objetivo buscar conhecer e explorar mais a respeito do marketing digital e assim descrever como o marketing digital é importante para o desenvolvimento do comércio.

Portanto, conclui-se que o marketing digital tem poder de influência na tomada de decisão de compra, onde os consumidores utilizam os recursos oferecidos para auxiliar no seu processo decisório.

A utilização das redes sociais com o auxílio das ferramentas do marketing permite que as empresas além de influenciar na decisão de compra, tornem-se cada vez mais uma ferramenta eficaz e um diferencial competitivo das demais. É importante frisar que por meio dessas estratégias do marketing as empresas que utilizarem a seu favor a tecnologia da comunicação como forma de conquistar, reter e fidelizar seus clientes.

Recomenda-se ainda que as empresas verifiquem as formas como o feedback são obtidos, para que os pontos negativos sejam melhorados e que o objetivo do marketing que é atender as necessidades e desejos dos clientes sejam sempre alcançados. Recomendam-se novos estudos abrangendo as relações de marketing, internet e redes sociais onde as empresas utilizam seus sistemas de informação para acompanhar as motivações dos consumidores e posteriormente oferecerem os produtos certos para o público correto.

REFERÊNCIAS

COBRA, Marcos. **Administração de marketing no Brasil**. 3. ed. São Paulo: Elsevier, 2009.

FINKELSTEIN, Maria Eugênia Reis. **Direito do comércio eletrônico**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

KOTLER, Philip. **Marketing Essencial: conceitos, estratégias e casos**. 5. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2013.

LIMEIRA, Tania M. Vidigal. **E-marketing**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

TAVARES, Cristiano Viana Cavalcante Castellão. **Marketing na região do cariri: melhores marcas, merchandising, satisfação e comportamento do consumidor**. 1. ed. Curitiba: CRV, 2013.

VOLPATO, Bruno. **Ranking: as redes sociais mais usadas no Brasil e no mundo em 2023, com insights, ferramentas e materiais**. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/marketing/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil.com.br>. Acesso em 28 de Outubro 2023.