



**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE
RONDÔNIA
CAMPUS PORTO VELHO ZONA NORTE
CURSO GESTÃO COMERCIAL**

ISABELLA DE OLIVEIRA SILVEIRA

Marketing Digital na Gestão de Empresas

Espigão do Oeste
2022



**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE
RONDÔNIA
CURSO GESTÃO COMERCIAL**

Isabella de Oliveira Silveira

MARKETING DIGITAL NA GESTÃO DE EMPRESAS

Trabalho de Conclusão do Curso de Gestão Comercial do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia – *Campus* Porto Velho – Zona Norte.

Município de Espigão do Oeste, apresentado como requisito para a conclusão do Curso.

Orientador: Genival Gomes da Silva Júnior.

Espigão do Oeste
Novembro de 2022

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

de Oliveira Silveira, Isabella.
Marketing Digital na Gestão de Empresas / Isabella de Oliveira Silveira,
Espigão D'Oeste-RO, 2022.
16 f.

Orientador(a): Genival Gomes da Silva Júnior.

Trabalho de Conclusão de Curso (Superior de Tecnologia em Gestão
Comercial EAD) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de
Rondônia - IFRO, Espigão D'Oeste-RO, 2022.

1. Marketing. 2. Internet. 3. Comunicação. 4. Estratégias. 5. Vantagens. I.
Gomes da Silva Júnior, Genival (orient.). II. Instituto Federal de Educação,
Ciência e Tecnologia de Rondônia - IFRO. III. Título.

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

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, gostaria de agradecer a Deus pela minha vida e por ter sempre me ajudado a perseverar e não desistir dos meus objetivos. A minha Família e amigos pelo amor demonstrado a mim e pela dedicação e todo apoio que me deram durante a realização deste trabalho. E não poderia deixar de agradecer aos meus professores pelas orientações, correções e ensinamentos que me deram para boa realização deste trabalho. E a todos pelos conselhos e a

paciência que me guiaram e participaram de alguma forma tendo grande impacto na minha formação acadêmica.

RESUMO

Este trabalho tem como tema o Marketing Digital, e possui como objetivo o estudo das principais vantagens e a importância do Marketing Digital para as empresas e o mercado de trabalho em geral. O estudo deste trabalho buscou evidenciar que com os avanços das

tecnologias e da era digital é cada vez mais essencial que as empresas e os pequenos empreendedores insiram o Marketing Digital em suas estratégias. Procurou também abranger as principais estratégias usadas dentro do Marketing Digital, e seus benefícios para o canal de comunicação entre as empresas e os seus clientes. Este trabalho consiste em demonstrar como a utilização do Marketing Digital pode ser o ponto chave para o destaque de uma empresa dentro de um mercado tão vasto como o que possuímos hoje, e como as estratégias podem ser utilizadas para gerar uma comunicação mais interativa e transparente entre as organizações os consumidores.

PALAVRAS-CHAVE: Marketing, Internet, comunicação, estratégias, vantagens.

ABSTRACT

This work has as its theme digital marketing, and aims to study the main advantages and importance of Digital Marketing for companies and the labor market in general. The study of this work sought to show that with the advances of technologies and the digital age it is increasingly essential that companies and small entrepreneurs insert Digital Marketing into their strategies. It also sought to cover the main strategies used within Digital Marketing, and its benefits for the communication channel between companies and their customers. This work consists in demonstrating how the use of Digital Marketing can be the key point for the prominence of a company within a market as vast as what we have today, and how strategies can be used to generate more interactive and transparent communication between consumer organizations.

KEYWORDS: Marketing, Internet, communication, strategies, advantages.

1. INTRODUÇÃO

A internet em nossos dias deixou de exercer o papel de ser apenas uma ferramenta de pesquisa, para fazer parte diretamente da vida das pessoas, tornando a relação cada vez mais pessoal entre as organizações e seus clientes. Nas últimas décadas essas inovações nos meios tecnológicos

proporcionou uma nova maneira de consumir, com muito mais acesso a opções e avaliações de outros consumidores.

Marketing digital pode ser definido como ações de comunicação, que envolvem uma série de processos, utilizadas por pessoas e empresas, que são realizadas principalmente por meio da Internet, como o próprio nome sugere, e por meios digitais, como mídias sociais, entre outros, com o objetivo de divulgar e comercializar seus produtos ou serviços, alcançando e conquistando cada vez mais novos clientes e melhorando a sua rede de relacionamentos, de acordo com o site Wikipedia. Podemos comparar o Marketing Digital como uma ponte entre a empresa e seu público-alvo, que tem o intuito de gerar maior interação entre ambos e consequentemente melhores resultados.

De fato, o marketing por si só já existe a muito tempo para divulgação de empresas e produtos, mas por muitos anos a forma como era conhecido e utilizado era muito mais simples, estava mais voltada a definir as características e qualidades de seus produtos, precificação, criação e organização de vendas e divulgação. “Os profissionais de Marketing de hoje, é claro, deparam-se com as mesmas difíceis decisões. Mas o mercado hoje é imensamente mais complexo” (KOOTLER, 2021).

Inclusive podemos notar que o Marketing esteve conosco por muitos anos como a conhecida propaganda ‘Boca a Boca’, que nada mais é que pessoas que falam sobre as suas experiências como consumidores de um produto ou de um serviço, gerando assim uma propaganda ou Marketing pela indicação de algum produto ou loja pelos próprios consumidores. E esse tipo de Marketing de fato ainda tem grande força em nossa sociedade, porém com o aumento da tecnologia e dos meios de comunicações, o Marketing Digital tem se tornado cada vez mais popular à medida que as pessoas passaram a utilizar mais dispositivos digitais no processo de compra, seja para pesquisarem sobre os produtos, seja para realizar as compras em si.

“A tendência pela busca de métodos mais rápidos e práticos de comunicação adquire no mundo atual papel de relevância na vida dos indivíduos.” (BARATA, 2011). Nesse contexto é de suma importância que as organizações revisem suas estratégias, direcionando-as para essa área do mercado, onde a informação para o consumidor será de vital importância para a consolidação da marca, e fidelização de seus clientes.

Sendo assim, o trabalho propõe investigar a importância do Marketing Digital e suas principais ferramentas, a respeito de seus benefícios e de sua utilização, como canal de Marketing e boa comunicação entre clientes e as organizações, visando os grandes avanços da utilização da internet e das mídias sociais. Pois em plena era da comunicação, os usuários estão cada vez mais preocupados em conhecer e avaliar a qualidade dos produtos que pretendem adquirir, e inserir essa interação pode fazer uma grande diferença.

2. REVISÃO DE LITERATURA

Marketing é a ciência e a arte de explorar, criar e entregar valor para satisfazer as necessidades de um mercado-alvo com lucro (SP, SEBRAE, 2020). E não há dúvidas de que com o enorme alcance que os meios digitais possuem e que vem crescendo cada dia mais, as estratégias do Marketing Digital para a promoção de produtos e serviços vem expandindo cada vez mais.

Renann Rebouças explica sobre o Marketing Digital: "Marketing Digital nada mais é do que uma ramificação do Marketing que já está bem consolidado a mais anos. As duas palavras já explicam o termo. Primeiro marketing que nada mais é do que venda, qualquer tipo de campanha de marketing tem o intuito de vender algo; e a palavra digital que diz respeito sobre o meio onde é feito esse Marketing. Sendo assim, então Marketing Digital é vender pela internet." [Matéria G1 PA, 2022]

E hoje fica claro que a internet tem aumentado cada vez mais nossas possibilidades nesse sentido.

“Hoje a internet possibilita que o consumidor tenha um papel mais ativo nesse processo. Olhando para o resultado da pesquisa Digital 2022, publicada em parceria entre We Are Social e Hootsuite, podemos ver que no mundo já há quase 5 bilhões de pessoas que utilizam internet, um crescimento de 4% na comparação com o ano anterior, enquanto 4,62 bilhões possuem perfis ativos em redes sociais, que representou um aumento de 10%. (ANDRÉ SIQUEIRA, 2021)

Conforme observado por Plínio Monteiro (2017) O marketing está presente em praticamente todas as atividades sociais. Isso porque a essência do marketing é estudar e gerenciar as transações ou as trocas sociais... podemos dizer que o ponto central do marketing é compreender

e facilitar as trocas sociais que ocorrem entre pessoas, empresas, governos ou organizações. Se tornando assim cada vez mais parte do nosso dia a dia.

Com tudo se faz essencial para as empresas hoje o uso da internet e das mídias sociais, segundo Brum (2019) a tecnologia permite que seja mensurado não só o resultado, mas também a forma como os usuários interagem com a iniciativa de marketing digital. Esse trabalho gera dados, que quando analisados vão trazer insights para melhorias das campanhas, além de permitir um melhor cálculo do retorno sobre o valor investido nas campanhas.

“Na nossa sociedade, a quantidade, a variedade e a velocidade de produção de dados têm aumentado de maneira expressiva nos últimos 15 anos. Isso mesmo! Quando você curte um post no Facebook ou faz um comentário sobre ele, posta uma foto no Instagram ou manda uma mensagem no WhatsApp, você está criando um monte de dados sobre o que você faz, pensa e como você age. Essa informação vale ouro!”
(PLÍNIO MONTEIRO, 2017).

Desse modo fica claro que as novas tecnologias vêm favorecendo cada vez mais a coleta de dados dos clientes e suas principais preferencias, trazendo melhorias tanto para o bom aproveitamento das empresas, como também melhores experiências para os consumidores.

3. METODOLOGIA

As pesquisas realizadas nesse trabalho podem ser classificadas com base em seus objetivos como Pesquisas Bibliográficas, tendo em vista que esse tipo de pesquisa é o passo inicial para o processo de investigação com respeito ao assunto apresentado, também pode-se levar em conta que esse método de pesquisa se baseia em material em materiais já publicados, possuindo assim uma fonte imensamente vasta de informações, tendo assim uma grande vantagem se tratando de um assunto tão complexo. Esse método utilizado possui também em vista a contribuição de diversos autores sobre determinado assunto. Durante essa pesquisa foram analisados em sua grande maioria, dados e materiais publicados nos últimos 6 anos através de pesquisas em sites na internet, blogs, e-books, livros e artigos. Com isso, essa pesquisa tem como finalidade, analisar quais os impactos e as vantagens que o Marketing Digital possui

dentro das organizações, levantando informações a fim de concluir a análise e objetivos do estudo.

4. RESULTADOS

4.1 IMPORTÂNCIA DO MARKETING DIGITAL

Com a internet e os meios de comunicação cada vez mais integrados no nosso dia a dia, pode-se dizer que temos acesso a uma infinidade de informações com apenas um clique, e é de suma importância para quem quer se destacar com seus produtos e serviços estar inserido e ativo nesse meio digital que tem ganhado cada vez mais espaço no nosso dia a dia. Temos cada vez mais informações úteis para quem deseja inserir sua empresa e investir nesse meio do Marketing Digital, e se realizado da maneira certa esse é sem dúvidas um meio eficaz de alavancar as vendas, aumentar a visibilidade e assim alcançar novos clientes. Cerca de 64,7% de brasileiros têm acesso à Internet, de acordo com dados do IBGE. Além disso, em média, 92% das casas brasileiras possuem celulares. Além disso, de acordo com dados divulgados pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil, em 2018, a população brasileira utilizou cerca de 9h por dia navegando pela rede. Basicamente, estamos conectados quase $\frac{1}{3}$ do dia. Com isso, é de extrema importância levar em conta o quanto os meios digitais se inseriram em nossa vida e analisar os benefícios de se trabalhar com isso a nosso favor.

“Você deve se lembrar da edição de latinhas da Coca-Cola com vários nomes brasileiros, não é mesmo? E deve ficar de queixo caído quando o Spotify ou a Netflix recomendam uma música ou série que você estava com vontade de ouvir ou assistir, certo? personalização está presente em todas as estratégias de publicidade e agora vem ganhando força no marketing digital, principalmente com o aprimoramento de tecnologias como a inteligência artificial, as plataformas de monitoramento de comportamento e os softwares de automação.” (ADRIELE SILVA, 2022)

O serviço de personalização de produtos e principalmente atendimentos tem se tornado um fator irrefutável se tratando de Marketing Digital, como citado o perfil dos consumidores mudou, é sem dúvidas essencial que as empresas se insiram dentro desse meio e utilizem dessa estratégia para que possam causar maior impacto em seus usuários e se destacar da concorrência. De acordo com Philip Kotler (2021) Na nossa era do Marketing Digital o cliente espera que a empresa o compreenda e lhe entregue uma experiência personalizada. Com isso em mente, é

de fato imprescindível usar a tecnologia para criar modelos de perfis de consumidores específicos, gerar ofertas sob medida, proporcionar conteúdo customizado e entregar essas experiências personalizadas.

Em um meio que podemos encontrar ‘muito do mesmo’ a customização e criação de uma estratégia de divulgação personalizada, visando o perfil de cada consumidor, é de fato essencial e pode auxiliar no alcance de novos clientes e até mesmo fidelização dos antigos.

Uma das principais estratégias que faz com que empresas sejam bem-sucedidas, vendendo cada vez mais produtos e serviços, é criar uma aproximação com o consumidor. A internet tem o poder de aproximar as pessoas, e vem quebrando barreiras geográficas, vimos isso ainda mais em ação prática durante a Pandemia da COVID-19, em que para muitos acabou se tornando o principal ou até único meio de comunicação com outras pessoas em diversos lugares do mundo. E o Marketing muitas vezes acontece dessa forma, para facilitar essa aproximação é preciso fazer com que o cliente se identifique com a marca, seja pelos seus propósitos, seja pela sua maneira de se comunicar. Nós temos o hábito de confiar em quem conhecemos e com a internet temos a possibilidade de criar um vínculo, e a proximidade entre vendedor e cliente faz com que o cliente sinta confiança em adquirir o produto ou serviço.

A automação de marketing digital é a estratégia em que pode ser utilizada a tecnologia de softwares especializados e seus recursos para automatizar tarefas repetitivas, com o objetivo de facilitar e segmentar a comunicação com cada cliente. A automação possibilita uma série de vantagens para os negócios, incluindo a escalabilidade, conseguindo alcançar um maior número de pessoas em menos tempo, aumento da eficiência e produtividade. Também possibilita a automatização do envio de e-mails, economizando tempo e esforço dos profissionais da área, que podem focar em tarefas que precisam de uma atenção maior, melhorando assim os resultados da organização.

De acordo com as pesquisas publicadas por Douglas Silva (2020) indicam que a automação gera um aumento médio de 77% na taxa de conversão de clientes. Um estudo da Salesfusion mostra que 60% dos entrevistados afirmaram que a automação de marketing digital tem contribuído para otimização e a comunicação entre as equipes comerciais e de marketing e também resultaram em melhorias na eficiência.

Quando falamos de baixo custo, a vantagem de se trabalhar com estratégias do Marketing Digital é que você pode aumentar muito a sua demanda do seu produto ou serviço sem ter que dispor de grandes investimentos em sentido financeiro. Conforme os estudos do artigo publicado por Fabiana (2016): Dependendo do nível de distribuição e da periodicidade dessa publicação, uma página inteira pode custar de R\$ 5 mil até R\$ 400 mil, em média. Em contraste com isso, o marketing digital conta com uma enorme variedade de modelos disponíveis no mercado e que podem ser adaptados ao seu público-alvo e ao que você está disposto a investir. Ao contrário de ambientes físicos em que é necessário materiais, investimento em espaços, maior necessidade de funcionários, divulgação e outras, no ambiente on-line em muitas coisas é mais simplificado, possibilitando a redução de custos e abrindo oportunidade para mais empresas de pequeno porte e até mesmo pessoas que buscam iniciar o seu negócio podendo contar com essa estratégia.

4.2 PRINCIPAIS ESTRATÉGIAS

É importante levar em conta que para que tudo ocorra conforme esperado é necessário investir em técnicas que beneficiem a organização, essas ações se bem planejadas e executadas podem acarretar muito sucesso e ser um divisor de águas na atração e fidelização de clientes. Essas estratégias podem ser compostas de diversas ações diferentes e que misturam intenções de atrair, relacionar, fidelizar e converter cada visitante ou lead.

“Hoje as decisões de compra não são guiadas apenas pelas preferências individuais, mas também por um desejo de pertencimento social... O cérebro humano foi programado para ser social desde um estágio muito precoce de nossas vidas. Nossa natureza de seres sociais explica o sucesso das mídias sociais como aplicação tecnológica. Nós gostamos de ouvir as experiências pessoais alheias e de contar as nossas. Como intercâmbio de deusas visuais, as mídias sociais criam uma plataforma alternativa de preenchimento de nossas necessidades sociais além da conversa cara a cara.” (PHILIP KOTLER, pg.78, 2021)

Avaliar e colocar em prática essas estratégias de acordo com a necessidade da empresa pode fazer total diferença dentro de um mercado tão vasto em possibilidades e opções. De acordo com o artigo produzido pela Redação Comunicarte (2020) mostra que de acordo com dados da Internet Live Stats, existem 1.943.206.238 sites na internet. Vale ressaltar que esse número está sendo atualizado a cada segundo. Com tantos sites e conteúdos que são disponibilizados todos

os dias, é necessário investir em uma estratégia de marketing para que o seu potencial cliente te encontre em meio à “multidão”.

Marketing de conteúdo é uma das estratégias muito utilizadas no Marketing Digital, de acordo com o artigo de Lucas Ferraz: “O primeiro registro histórico do marketing de conteúdo é de 1895 com a John Deere, empresa líder no segmento de máquinas agrícolas. A empresa criou uma revista chamada “The Furrow” com o objetivo de distribuir conteúdos relacionados à agricultura.”

Nota-se que esse tipo de estratégia se concentra muitas vezes na criação de um conteúdo que envolva seu público-alvo. E é sem dúvidas uma das principais estratégias para aproximar o cliente. Essa estratégia pode ser de grande vantagem para as empresas por possuir uma grande capacidade de atração, com conteúdo que chamam a atenção e são relevantes sem se tornarem invasivos como as propagandas tradicionais, podendo ser criado com uma infinidade de formatos para diferentes meios de comunicação, e ainda sem que as empresas tenham que dispor de aumento dos custos com esses canais.

De acordo com Vitor Peçanha (2020) o Marketing de Conteúdo é uma estratégia de Marketing focada em engajar seu público-alvo e aumentar significativamente sua rede de clientes e potenciais clientes através de estratégias para criação de conteúdo relevante e valioso. Com foco em atrair, envolver e gerar valor para as pessoas de modo a criar uma percepção positiva da sua marca e, assim, gerar mais negócios.

Essa estratégia é responsável por transmitir a mensagem, de uma forma que identifique a empresa, e ao mesmo tempo seja uma mensagem que prenda a atenção do usuário e faça com que ele se identifique, sem deixar de lado beneficiar o usuário por meio de algum ensinamento ou soluções, é necessário que as empresas agreguem valor as suas publicações, em outras palavras, gere um motivo para o usuário continuar ali e gere assim o interesse em adquirir seus produtos e serviços, o Marketing de Conteúdo é usado muitas vezes por meio de posts nas redes sociais, ebooks, textos, imagens, entre outros.

O CMI – Content Marketing Institute define marketing de conteúdo como: “É uma abordagem estratégica de marketing focada em criar e distribuir conteúdo valioso, relevante e consistente para atrair e reter um público-alvo claramente definido – e, em última análise, conduzi-los a ações rentáveis como consumidores.”

Essa estratégia tem ajudado muitas empresas a se fortalecerem no mercado, por ajudarem no reconhecimento da marca por auxiliar nos eu posicionamento de forma direta, conduz também ao usuário se identificar com a empresa aproximando-os, aumento do engajamento, ou seja, o aumento do alcance de suas publicações e propagandas a cada vez mais pessoas, entre outros benefícios. Mas como qualquer estratégia é necessário análise de seus objetivos e um bom planejamento para que se possam obter os resultados esperados.

Inbound Marketing ou Marketing de Atração é uma das principais estratégias de publicidade on-line utilizadas atualmente. Surgiu nos Estados Unidos e passou a se popularizar a partir do ano de 2009, e de lá pra cá cada vez mais empresas vem aderindo a esse método e alavancando cada vez mais em seus resultados.

Inbound Marketing inclui diversas estratégias de marketing que tem o intuito de prender a atenção do usuário de uma forma mais sutil, sem ser tornar invasiva, dando assim ao consumidor a liberdade de se aproximar cada vez mais da empresa, conquistando-o e lhe oferecendo conteúdos de importância para ele, e que agregam valor, que trazem algo de útil para o usuário. Essas ações podem ser colocadas em prática por meio de posts, blogs e sites por exemplo. Pode-se notar, conforme citado por André Siqueira (2022): Esse conteúdo é uma forma de educar a audiência e potenciais clientes sobre o segmento de sua empresa, transformar sua empresa em referência em determinado assunto relacionado a seu mercado e influenciar na decisão de compra de futuros clientes.

Esse método tem se destacado pelos seus excelentes resultados que podem inclusive ser mensurados de forma precisa, possibilitando saber quantas pessoas visualizaram seu conteúdo, e quantos efetivamente realizaram a compra por meio das ferramentas web analytics. Possibilitando assim análises das estratégias que estão gerando resultados satisfatórios e as que precisam ser fortalecidas, otimizando assim campanhas que tenham um maior retorno.

Observa-se que toda estratégia utilizada no Marketing atual tem como principal foco encantar seus clientes, já que os mesmos têm ficado cada vez mais exigentes com o passar do tempo, e relacionando cada vez mais seus esforços com a satisfação dos desejos e necessidades do consumidor, levando em conta também o surgimento de cada vez mais concorrentes, e a procura cada vez maior por qualidade de produtos e serviços e não apenas preços.

O profissional de Marketing Digital nunca possuirá um serviço monótono, pois sempre precisará repensar e ajustar as suas táticas utilizadas, a internet e suas tendências estão em constante atualização e sempre vemos várias mudanças na forma de utilizá-las.

6. DISCUSSÃO

A utilização do Marketing Digital e seus recursos possibilita a interatividade, algo que as formas de propaganda tradicionais talvez não proporcionem.

De fato, é necessário notar, assim como citado por KLOTTER (2000) o surgimento de novas tecnologias torna necessário a aplicação de novos métodos e modelos de negócios que trazem consigo novas oportunidades e também possíveis riscos, por isso, é importante que as empresas levem em consideração o poder que o marketing tem de influenciar os negócios, considerando a necessidade de uma elaboração prática para aplicação do seu planejamento, e sempre levando em consideração as vantagens e tendências que o marketing tem a oferecer, e procurar aplicar estratégias e ferramentas que podem ser de benefício para a empresa e seu público.

Levando em conta esse assunto tão relevante no meio empresarial, foram realizadas pesquisas onde contatou-se uma empresa no ramo de tecnologia na cidade de Espigão do Oeste-RO, com o objetivo de aprofundar o conhecimento com relação a esse assunto e proporcionar uma visão na prática de como estratégias de Marketing Digital podem proporcionar avanços para as empresas e organizações. A primeira questão abordada foi com relação a estratégias na gestão do marketing, acredita-se que podem promover uma maior visibilidade da empresa e, por conseguinte, uma maior captação de clientes? Sem dúvida, o mundo da tecnologia trouxe mudanças e avanços consideráveis, principalmente na área comercial, tendo isso em vista é muito importante que utilizemos de estratégias para nos conectar com nossos clientes e possíveis clientes para divulgação e estruturação no mercado.

Quais estratégias de marketing nota-se que podem ajudar na promoção da empresa e uma maior visibilidade? Mais do que nunca se nota que a internet está inserida na vida das pessoas, por isso é muito importante que as empresas também estejam inseridas nesses meios e estruturarem o sistema de marketing digital, utilizando de ferramentas uteis como por exemplo as mídias sociais, sites na internet, aplicativos de comercialização, a fim de se tornarem mais conhecidas

e assim adquirirem novos clientes, promovendo a divulgação dos seus produtos e satisfazendo as necessidades dos seus consumidores.

Investir em estratégias de marketing voltadas para imagem visual da empresa pode ser considerado um fator relevante? Para que uma empresa se mantenha firme no mercado ela precisa investir em sua imagem visual, pois é através dela que a empresa irá ser reconhecida e diferenciada das outras no mercado. A identidade visual é como se fosse o cartão de visita, ou a primeira impressão que as pessoas terão da empresa, e a partir dela é possível que a empresa ganhe força no mercado, atraindo novos clientes.

Quais os benefícios podem ser notados ao investir na implementação do Marketing nas redes sociais? A divulgação das empresas por meio das redes sociais foi um ponto chave para o crescimento e estruturação de muitas empresas principalmente durante a pandemia que enfrentamos recentemente, mídias sociais se tornaram um requisito para maior divulgação e maior alcance e conversão de clientes por meio do engajamento social e as diversas ferramentas de divulgação que os mesmos proporcionam.

Os consumidores têm passado cada vez mais escolhas e o poder de ter uma voz ativa dentro do mercado. De fato, o Marketing Digital é um recurso que exige muito esforço, dedicação e paciência para que os resultados sejam alcançados da maneira desejada, mas com estudo e as estratégias bem aplicadas sem dúvida é um método que traz muitos resultados.

7. CONCLUSÃO

Conclui-se que o Marketing na essência do termo consiste em fazer negócios por meio da internet, fazer sua propaganda de produtos ou serviços na Internet.

De fato, a Internet se tornou uma ferramenta essencial nos nossos dias, seja no meio organizacional, para consumo ou para o simples lazer, o resultado disso, foi o crescimento de sua utilização, o perfil dos consumidores mudou, e as empresas se virão na necessidade de acompanhar essas mudanças. Com o aumento do uso da internet é de suma importância que as empresas busquem novas formas de alcançar seu público, e Marketing tem ganhado muito espaço se provando ser uma estratégia eficaz, capaz de gerar relacionamentos duradouros, fidelização de clientes, vendas e lucratividade.

8. REFERÊNCIAS

KOTLER, P. **Marketing 5.0: Tecnologia para a humanidade**. Edição Padrão, Local de Publicação: Editora Sextante, 2021. 75, 78, 146 pg.

MONTEIRO, P. **Gestão de Marketing**. 1º Edição, Instituição SEBRAE, Livro Digital, 2017. 9, 13 pg.

BRUM, J. **Marketing Digital para Iniciantes**. 1º Edição, Intituição TecnoCorp, Livro Digital, 2019. 13 pg.

G1 SANTARÉM E REGIÃO- PA, Marketing digital: saiba como funciona o mercado que se consolida cada vez mais no Brasil. Site G1- Globo Pará, 2022. Disponível em: [PA Marketing digital: saiba como funciona o mercado que se consolida cada vez mais no Brasil | Santarém e Região | G1 \(globo.com\)](#) Acesso em: 02 nov. 2022

SIQUEIRA, André. Tudo sobre Marketing Digital, **Site Resultados Digitais**, 2021. Disponível em: [O que é Marketing Digital? Aprenda TUDO sobre o tema \(resultadosdigitais.com.br\)](#). Acesso em: 02 nov. 2022

COMUNICARTE, Blog. Qual a importância do marketing digital para as empresas? **Site ComunicArte Comunicação com arte e resultado**, 2022. Disponível em: [Qual é a importância do Marketing Digital para sua Empresa? Descubra: \(conteudo inboundmarketing.com.br\)](#). Acesso em: 05 nov.2022.

FARIAS, Flaubi. Os 6 principais pontos que mostram a importância do Marketing Digital para empresas, **Site Resultados Digitais**, 2020. Disponível em: [Importância do Marketing Digital para empresas: veja 6 razões \(resultadosdigitais.com.br\)](#). Acesso em: 05 nov.2022.

SILVA, Adrieli. Marketing digital personalizado: por onde começar? **Site Consumidor Moderno**, 2022. Disponível em: [Marketing digital personalizado: por onde começar? \(consumidormoderno.com.br\)](#). Acesso em 06 nov.2022.

FABIANA. O custo-benefício do marketing digital, Blog.marketingdigital, **Site Press Comunicação**, 2016. Disponível em: [O custo-benefício do marketing digital - Press Comunicação \(presscomunicacao.com.br\)](#). Acesso em: 06 nov. 2022.

PEÇANHA, Vitor. O que é Marketing de Conteúdo? Tudo que você precisa saber para se tornar um especialista no assunto, **Site Rock Content**, 2020. Disponível em: [Marketing de Conteúdo: o que é, benefícios e como fazer? \(rockcontent.com\)](https://rockcontent.com/pt-br/blog/marketing-de-conteudo-o-que-e-beneficios-e-como-fazer/). Acesso em: 07 nov.2022.

FERRAZ, Lucas. Marketing de conteúdo: o que é, benefícios e como fazer, **Site Lucas Ferraz**, 2022. Disponível em: [Marketing de Conteúdo: O que é, Benefícios e Como Fazer \(lucasferraz.com.br\)](https://lucasferraz.com.br/marketing-de-conteudo-o-que-e-beneficios-e-como-fazer/). Acesso em: 07 nov. 2022.