

MARKETING DIGITAL COMO ESTRATÉGIA DE POSICIONAMENTO DE MERCADO

Lucas Calegari Bonini, Tatiane Pontes da Cunha, William Souza Castro¹

Thekeane Pianissoli²

RESUMO

O marketing digital trata-se de uma ramificação do já conhecido marketing tradicional, que visa divulgar, ou seja, tornar conhecido, uma marca, produto, serviço ou organização através do ambiente online. À vista disso, o estudo é desenvolvido observando fontes já publicadas, sendo de natureza básica, abordagem qualitativa, objetivo exploratório, tendo a coleta de dados de forma bibliográfica. O estudo traz como objetivo analisar o que pode ser feito para tornar o marketing digital fonte de influência sobre a população, levando-as a conhecer o produto ou serviço ofertado pela empresa, tratando de pontos como a identificação do que deve ser feito para atrair clientes através da estratégia, vantagens que uma organização possui ao investir nesse tipo de marketing, principais estratégias utilizadas para se promover o marketing digital, cases de sucesso que já utilizam estratégias de marketing digital em suas publicidades e a influência do marketing digital dentro da empresa durante a pandemia de covid-19. Por fim, o estudo resulta na comprovação de que a utilização do marketing é capaz de posicionar uma empresa no mercado, alavancar o negócio, tornar marca, produto, serviço ou organização conhecida, reduzir custos com divulgações, e até salvar a empresa no período de pandemia de covid-19 onde o distanciamento social é obrigatório, desde que boas estratégias sejam traçadas e as ferramentas sejam utilizadas da forma correta.

Palavras Chave: Alcance. Divulgação. Estratégia. Marketing digital. Meios Digitais.

INTRODUÇÃO

Para que um negócio tenha sucesso, é essencial que a marca e produtos ou serviços sejam conhecidas e lembrados pelos consumidores. Sendo assim, para que algo seja conhecido, é necessário que haja uma divulgação e quando se fala em divulgação, o marketing é a estratégia responsável por atingir o objetivo desejado. É certo que a tecnologia tem tomado conta do mundo. Pessoas estão cada dia mais conectadas ao meio digital e é necessário que as organizações acompanhem esse avanço, principalmente no que diz respeito à comunicação, por isso o marketing digital tem conquistado seu espaço e mostrado o quanto tem se tornado indispensável. À vista disso, Siqueira 2021 (acesso em 28 de out.2021), menciona que o marketing digital é a

¹ Graduandos em Administração pela Faculdade Capixaba de Nova Venécia – Multivix no ano de 2021.

² Professora Orientadora. Especialista em Gestão Empresarial, Didática do Ensino Superior e Administração, Graduada em Administração com ênfase em Análise de Sistemas.

união de estratégias criadas para a divulgação de uma marca através da internet. Diverge do marketing tradicional pelo fato de incluir a utilização de diversos canais online.

De acordo com o site Bang 2018 (acesso em 28 de out.2021), o passo inicial para se posicionar uma marca através do meio digital é entender que a comunicação digital acontece através do diálogo, por isso, é necessário criar estratégias para que o diálogo seja correto. O posicionamento se refere a maneira como a marca é vista pelos consumidores.

Investir em marketing digital no mercado atual é importante para o desenvolvimento de uma empresa. Essa é uma importante ferramenta estratégica de posicionamento, já que possui um grande alcance, além de ser capaz de reduzir custos de divulgações, sendo capaz de atingir uma massa de clientes elevada. Com a pandemia do covid-19 o marketing digital se acentuou, sendo bastante utilizado e requisitado por empresas que tiveram que se reposicionar no mercado diante de uma nova realidade em decorrência da pandemia.

Sendo assim, o estudo será desenvolvido através de levantamento bibliográficos, tendo como tema o marketing digital como estratégias de posicionamento de mercado. A pesquisa tratará de apresentar o que é o marketing digital, qual sua importância para uma organização, bem como os benefícios e vantagens que o marketing digital trás para as organizações, tratará também das principais ferramentas, estratégias e meios de divulgação utilizadas para o marketing digital, além de analisar cases de sucesso que utilizaram marketing digital para atestar a funcionalidade do mesmo e pôr fim a relação entre o marketing digital e a pandemia de covid-19, visando o poder do marketing digital na aproximação entre produto ou serviço e cliente, fazendo com que o mesmo passe a ser conhecido pelo cliente.

Diante do exposto a pesquisa traz como problemática especificamente, como utilizar o marketing digital como ferramenta de posicionamento de mercado, facilitando a aproximação entre produto ou serviço e os clientes, além de como identificar os melhores ambientes virtuais para um empreendimento.

Com o aumento do uso dos meios digitais, faz-se necessário que as organizações adotem medidas que alcancem o público, visando estreitar os laços entre produtos e serviços e os possíveis clientes. Assim sendo, a hipótese levantada no estudo é de que organizações que investem no uso de um bom marketing digital, tem maior

possibilidade de tornar seu produto conhecido no mercado em um espaço de tempo menor, diminuindo custos com captação de clientes e tendo vantagem em relação aos concorrentes.

Portanto o objetivo da pesquisa é analisar o que pode ser feito para tornar o marketing digital fonte de influência sobre a população, levando-as a conhecer o produto ou serviço ofertado pela empresa, fazendo com que o maior número de pessoas possível se torne clientes. De forma específica a mesma trata de pontos como, identificar e atrair clientes através do marketing digital além de apresentar as vantagens e as principais estratégias ao utilizar este marketing, bem como analisar cases de sucesso que já fizeram uso do marketing digital e pôr fim observar a influência do marketing digital dentro da empresa durante a pandemia de covid-19.

REFERENCIAL TEÓRICO

VISÃO GERAL E UTILIZAÇÃO DO MARKETING DIGITAL

Segundo informações retiradas do site Good Ads, 2020 (acesso em 06 de set.2021), o marketing digital teve início na chegada da era informação. Por esse motivo o surgimento do marketing digital é paralelo ao nascimento da internet, que tem início estimado na década de 1960, e sendo popularizado nas décadas de 1980 e 1990.

De acordo com o site Good Ads, 2020 (acesso em 06 de set.2021), o marketing digital surge de uma faceta do marketing convencional já conhecido. Assim como na atualidade essa estratégia era aplicada com a intenção de alavancar um negócio. Aperfeiçoava-se por meio de pesquisas e mensuração de resultados, a elaboração de conteúdos que causassem interesse no público.

O site Good Ads, 2020 (acesso em 06 de set.2021) diz que, pautar a história do marketing digital, é narrar a evolução da internet. Nos Estados Unidos, a era da informação teve início no fim dos anos de 1980 e início dos anos de 1990, quando os sites tiveram surgimento e o acesso ao serviço foi facilitado à população. Contudo, no Brasil esse evento veio a acontecer somente em meados dos anos 2000, quando o computador começou a ser popularizado, juntamente com os serviços de banda larga.

Dessa forma, no momento em que os primeiros 150 kb (kilobyte) de internet começaram a ser popularizados, a era da informação teve início. Pessoas passaram a

criar conteúdo para pessoas e pessoas começaram a propagar pessoas. Assim o marketing digital teve início no Brasil, de forma sutil, porém atravessando andares e não mais apenas degraus, de acordo com o site Good Ads, 2020 (acesso em 06 de set.2021).

Conforme diz Benetti, 2019 (acesso em 06 de set.2021), o marketing digital corresponde a um agrupamento de ações de estratégia que uma empresa pratica no ambiente online. Essas estratégias tem como objetivo funcionar como um caminho para se alcançar os objetivos de cada marca. No meio online existem inúmeras ferramentas onde o marketing digital pode ser aplicado, entre todas estão: o google, redes sociais, blog, e-mail marketing, entre outros.

Peçanha, 2020 (acesso em 06 de set.2021), relata que o marketing digital é o agrupamento de ações que uma empresa desempenha online com a finalidade de atrair novos negócios, ampliar uma identidade de marca e criar relacionamentos com novos públicos.

Peçanha, 2020 (acesso em 06 de set.2021) acrescenta que, marketing digital é a divulgação de marcas, produtos ou serviços através de mídias digitais. Essa é uma das principais formas que uma empresa possui de se relacionar com o público de maneira direta, personalizada e no momento correto.

Segundo Pina, S.d (acesso em 06 de set.2021), marketing digital é na verdade estratégias de marketing elaboradas somente e exclusivamente para a internet e dispositivos móveis, com a finalidade de chamar a atenção de mais consumidores para o negócio e as campanhas comerciais, isso, além de promover a empresa e tornar a mesma mais conhecida. Isso é de extrema importância para criar uma comunicação de excelência com o público que se almeja alcançar e chegar a satisfação de seus desejos, necessidades e assim os ajudar com sua dor por meio de seus produtos ou serviços.

Peçanha 2020 (acesso em 06 de set.2021) informa que, o marketing digital é a forma mais importante de fazer e conceitualizar marketing na atualidade. O termo é utilizado para resumir todas as ações de marketing no ambiente online. Utilizando canais digitais como e-mail, sites, blogs, motores de buscas, mídias sociais e outros, as empresas procuram apresentar soluções para as dores e necessidades de clientes e possíveis clientes.

De acordo com Peçanha 2020 (acesso em 06 de set.2021), o marketing digital pode ser realizado por empresas, pessoas, ONGs, universidades, igrejas, associações,

entre outros. Sendo assim, existe também a presença de fatores psicológicos, culturais, jurídicos, geográficos que exercem influência nas pessoas no momento de comprar ou vender um serviço ou produto.

Segundo Kotler, Kartajaya e Setiawan (2017, p. 79-80) o marketing digital não substitui o marketing tradicional, ele vem para acrescentar e melhorar a relação entre consumidor e organização, sendo assim com a aproximação do consumidor a importância da utilização do marketing digital vai sendo mais notória. O marketing digital tende a ser mais controlável em relação ao marketing tradicional pois o seu objetivo está voltado em resultados, sendo assim a interação com os clientes é mais próxima trazendo um engajamento e uma notoriedade perante as mídias sociais muito grande, isso mostra o papel de ação e defesa que o marketing digital traz para a organização, desta forma cria-se uma relação “íntima” com o consumidor onde se busca confiança e qualidade no que está sendo ofertado através de divulgações que chamem a atenção do público que se deseja alcançar com a utilização e aplicação do marketing digital.

Peçanha 2020 (acesso em 06 de set.2021) diz que, nesse meio, cada um deve fazer o que está a seu alcance, com os meios que possui, para que as oportunidades certas sejam encontradas.

VANTAGENS ADQUIRIDAS AO INVESTIR EM MARKETING DIGITAL

Segundo Dias, 2018 (acesso em 06 de set.2021), é possível perceber que nos dias atuais, a internet tem transformado a vida das pessoas. Um exemplo disso é que quando surge uma dúvida a respeito de algum assunto, a maioria das pessoas recorre ao google para responde-la. Se a vida das pessoas foi transformada pela internet, com certeza a transformação que a internet causa nas empresas é muito maior. Para acompanhar as mudanças de hábitos, as empresas tem a necessidade de adotar novas ferramentas, formatos e canais. Em virtude disso, cada vez mais negócios se beneficiam das vantagens do marketing digital.

De acordo com informações retiradas do blog Digimeta, S.d (acesso em 06 de set.2021), esses são as 8 principais vantagens que o marketing digital pode trazer para uma empresa:

1. A marca aparece onde os clientes estão: é nítido que a cada dia, a busca dos consumidores por produtos ou serviços através da web vem aumentando, ainda que a compra de fato seja efetivada em uma loja física. Diante disso, é importantíssimo que uma empresa seja encontrada na internet. Com um planejamento feito da maneira correta, é possível encontrar os clientes e ser encontrado por eles através do marketing digital.

2. Conexão direta com novos clientes: pensando no marketing tradicional feito por meio de comerciais de TV, outdoors, anúncios de jornais e outros, pode-se notar que esse tipo de marketing interrompe as atividades cotidianas das pessoas, propagando um produto que elas não estão à procura. Contudo, o diferencial do marketing digital é permitir que haja a segmentação do público, isto é, é possível alcançar somente as pessoas que demonstram interesse ou estão predispostas a se tornarem clientes. O investimento é alocado para uma audiência qualificada. Sendo assim, em comparação com o marketing tradicional, o investimento no meio digital é menor e apresenta resultados maiores.

3. Relacionamento e atendimento ininterruptos: a internet torna viável que os consumidores façam contato com a empresa 24 horas por dia, 7 dias da semana, as vezes até em tempo real. Isso torna o trabalho da equipe de vendas e pós-vendas um pouco mais facilitado. Através de redes sociais e blogs, a marca pode ter interação com os clientes diariamente, criando uma relação de confiança. Dessa forma, na hora da compra a marca será lembrada, tendo vantagem sobre os concorrentes.

4. Fidelização dos clientes fica mais fácil: a finalização da compra não deve acabar com a preocupação que se tem com o cliente. É significativo fidelizar o cliente para que ele compre os produtos novamente e ainda mais importante, que ele recomende a marca para outras pessoas. A empresa pode gerar estratégias próprias para a fidelização do cliente com o marketing digital. Algumas técnicas como: promoções para clientes antigos, remarketing e e-mail marketing podem funcionar bem.

5. Monitoramento detalhado dos resultados: o acesso a dados relevantes sobre o desempenho das estratégias de marketing é uma grande vantagem da internet. Essa mensuração de dados não é possível no marketing convencional. Por exemplo, não se pode saber o número de pessoas que visualizaram um anúncio no jornal. Porém no marketing digital consegue-se saber precisamente quantas pessoas interagiram com um

post nas redes sociais, o desempenho dos anúncios no google ou o número de pessoas que abriram uma campanha de e-mail marketing. Isso é importante para descobrir quais estratégias devem ser deixadas de lado porque não dão resultado e quais são eficazes.

6. A marca ganha muito mais autoridade: publicar artigos com frequência em posts nas redes sociais e blogs, com teses relevantes para o público alvo aumenta significativamente as chances de tornar uma marca em marca autoridade. Oferecer conteúdos relevantes fará com que as pessoas vejam a empresa como referência no assunto. Isso aumenta a confiabilidade na marca, atraindo mais clientes.

7. É possível competir com empresas maiores: uma das maiores vantagens do marketing digital é que no meio online, empresas menores conseguem condições melhores para competir com as maiores. No conhecido marketing tradicional, para pequenas e médias empresas é inviável fazer anúncios sobre seu negócio, em virtude de exigir investimentos altos. Por isso as empresas favorecidas são aquelas que possuem verbas maiores. Entretanto, através do marketing digital, é possível conseguir excelentes resultados sem investir em mídias pagas. Isso acontece porque nesse tipo de marketing, o imprescindível é que as estratégias sejam dirigidas às pessoas certas, ainda que haja uma limitação de orçamento.

8. O marketing digital possui o melhor custo X benefício: o marketing digital é capaz de oferecer resultados excelentes para um negócio sem impor verbas exorbitantes. Criando estratégias com solidez e focadas em resultados, a empresa investe pouco e alcança aumentos significativos das vendas.

ESTRATÉGIAS MAIS UTILIZADAS PARA DIVULGAÇÃO

Segundo informações retiradas do site Guia- se, 2020 (acesso em 13 de set.2021), uma exigência da atualidade é a presença digital, contudo, determinar as estratégias mais eficientes do marketing digital é indispensável.

De acordo com o site Guia- se, 2020 (acesso em 13 de set.2021), em um ambiente virtual existem várias maneiras de explorar estratégias de divulgação, porém, para que isso ocorra é interessante que a organização tenha bem definido o objetivo que pretende alcançar ao implantar o marketing digital, isso direciona o caminho que será explorado e a melhor estratégia a ser implantada para alcançar os objetivos traçados.

Sendo assim há diferentes maneiras e estratégias para se alavancar um negócio, desde que se tenha bem definido o que se pretende alcançar.

O site Guia- se, 2020 (acesso em 13 de set.2021) diz que essas são as 10 estratégias mais eficientes e utilizadas do marketing digital:

1. Inbound Marketing

A sustentação do Inbound Marketing está em criar e compartilhar conteúdos de qualidade direcionado diretamente ao público alvo. Essa estratégia prioriza a fidelização e construção de uma relação com o cliente. Em suma, a relevância e qualidade do conteúdo agem como um ímã, atraindo os potenciais clientes. Isto é, a primeira coisa encontrada pelo consumidor quando está à procura de algum produto ou serviço, é o conteúdo disponibilizado pela marca.

2. Marketing de conteúdo

Com certeza, nos últimos tempos, essa é uma das estratégias mais promovidas. Isso acontece pelo fato de que essa estratégia tem produzido resultados mais eficientes e mais rápidos que o esperado. Empresas que investem no marketing de conteúdo tem como objetivo educar o público alvo do negócio. Isso ocorre porque o tempo gasto para tomar a decisão de compra é menor para clientes mais informados. Segmento de atuação, mercado ou produtos e serviços são algumas das informações que o conteúdo pode trazer. Dessa forma é possível atrair um público alvo qualificado para a empresa, aumentando as chances de conversão de venda.

3. SEO (Search Engine Optimization)

É uma estratégia utilizada para potencializar um site, tornando-o mais fácil de ser encontrado pelos buscadores, como por exemplo o google. Quanto mais perto do topo na lista de busca estiver uma empresa, mais probabilidade ela terá de se relacionar com um potencial cliente e originar oportunidades de negócios.

4. Links patrocinados

Essa é uma das estratégias mais importantes do marketing digital. Essa estratégia tem boa funcionalidade tanto nas páginas de busca do google quanto, em redes sociais. No buscador, os links irão fazer com que o site apareça no topo da página, dando mais

visibilidade à marca. Atua como um anúncio e consegue divulgar tanto a empresa, quanto produtos ou serviços específicos.

5. Mídias sociais

Cada vez mais as pessoas passam mais tempo nas mídias sociais (instagram, facebook, youtube entre outras), logo a estratégia de divulgação através das mídias sociais é imprescindível para a evolução de uma organização, quanto mais exposição digital tiver um negócio, mais engajamento com o público este negócio terá. Uma organização que faz uso das mídias sociais deve permanecer sempre ligada nas novidades do mercado, pois em quanto mais mídias estiver conectado mais alcance vai ter e logo mais clientes.

6. Mídia display

Hoje a mídia display é fundamental para uma boa divulgação de marketing digital. Na rede display, os anúncios não são limitados apenas a intenção de busca e compra. Os anúncios aparecem em sites onde o conteúdo se relacione com a marca ofertada.

7. E-mail marketing

Esta é uma ótima estratégia para gerar relacionamento com os clientes. Uma campanha de e-mail marketing de boa qualidade deve conter listas de e-mail segmentadas, onde os clientes são classificados conforme seus interesses e características. Diferente do SPAN (Sending and Posting Advertisement in Mass) que traduzindo do inglês significa “enviar e publicar publicidade em massa”, o e-mail marketing é enviado apenas para pessoas que dão permissão para receber o contato de uma empresa. por esse motivo, as chances de o e-mail ser aberto e o conteúdo da marca lido, é maior.

8. Native advertsing

Traduzindo do inglês, Native advertsing significa publicidade nativa ou anúncios nativos e consiste em publicar postagens e artigos no meio dos conteúdos da rede social ou site, como conteúdo patrocinado. Essa é uma maneira de se comunicar com novos clientes através de uma grande audiência, ofertando conteúdo de valor sem ser invasivo.

9. Guest post

Guest Posts tem como objetivo convidar escritores que não compõem a equipe de criação de conteúdo de um site ou blog, por exemplo, para escrever artigos. Essa

estratégia permite que a página ganhe mais credibilidade frente aos usuários, por contar com um especialista para falar com o público. Isso oportuniza a marca ser referência por meio do conteúdo.

10. Remarketing

Nessa estratégia, é possível utilizar a ferramenta do Google AdWords que marca e identifica as pessoas que já visitaram um site e começa a exibir com maior frequência na rede de display do Google. É chamado Retargeting em outras plataformas, porém apresenta a mesma funcionalidade. O anúncio aparece para pessoas já interessadas na marca, o que pode garantir resultados mais rápidos.

AValiação e Adaptação do uso do Marketing Digital em Cases já Consolidados

Segundo informações retiradas do blog Ideal Marketing (acesso em 13 de set. 2021) cases de sucesso são exemplos de estratégias que foram aplicadas em determinado ramo onde foram bem sucedidas e servem de exemplo para outras empresas, sendo então referência no mercado para um desenvolvimento de um novo negócio ou até mesmo realização de benchmarking, baseando-se nesses cases, onde busca-se alcançar os objetivos traçados baseado em cenários parecidos que deram certo ou em estratégias utilizadas que podem ser úteis em um novo negócio.

O blog Ideal Marketing (acesso em 13 de set. 2021) diz que é importante notar que para cada cenário existe uma maneira diferente de lidar, seja adaptando uma estratégia já utilizada ou desempenhando o mesmo raciocínio que um determinado case aplicou. Sendo assim é possível encontrar alguns exemplos de cases de sucesso onde o foco foi o marketing digital e a sua aplicação.

- **Red Bull**

Em um mundo globalizado e cada vez mais digital a Red Bull fez o uso da estratégia de Inbound Marketing para alcançar mais o seu público, onde a organização conhece o perfil do seu consumidor, sendo assim eles lotaram suas redes sociais de conteúdo de qualidade com seus produtos, atraindo o jovem com energia cada vez mais para dentro da marca.

A Red Bull é uma marca que conhece o seu público e fez o uso de uma estratégia para engajar cada vez mais as pessoas que já utilizam seus produtos e atrair novos

consumidores, é uma empresa que atua em vários ramos desde energéticos até patrocínio de fórmula 1. Muito ligada à vida com o esporte e bastante enérgica a marca procura atualizar suas páginas com vídeos e fotos de pessoas consumindo seus produtos enquanto praticam um esporte, além de passar a mensagem de como é uma vida cheia de energia e como a marca pode ajudar.

É possível observar que a qualidade e exposição do uso da marca em cenários diferentes e em várias mídias sociais atraí o público e o torna cada vez mais engajado com a marca, sendo assim estratégias como a utilizada pela Red Bull podem ser muito viável para se começar um negócio ou renovar um empreendimento que está obsoleto.

- **Prefeitura de Curitiba**

Muitas vezes tratar de assuntos sérios pode afastar o engajamento do público principalmente se for relacionado a parte burocrática ou política de uma organização. sendo assim o marketing digital é uma boa ferramenta para desenvolver esses assuntos, podendo trazer de forma informal e humorística um conteúdo que caso fosse mostrado de maneira comum não seria bem aceito pelo público.

A prefeitura de Curitiba fez uso de uma estratégia que visa atrair o público para as pautas importantes que necessitam da participação e do conhecimento da população. Desta forma, desenvolveram uma maneira popular de se comunicar através de postagens em suas redes sociais utilizando do humor para promover o engajamento da população em relação a determinadas pautas que possuem relevância populacional significativa. Através destas postagens “populistas” as pessoas tem conhecimento do que a prefeitura realiza e promove dando ênfase a determinadas pautas.

- **Dove**

Saber onde desempenhar e expor um trabalho bem feito também faz parte do desenvolvimento de um bom marketing digital, isso implica em um maior engajamento e alcance em relação ao que está sendo exposto, trazendo mais pessoas para o seu negócio.

A estratégia utilizada pela Dove foi muito bem planejada, visto alcançou um grande engajamento por parte do público. 6 milhões de visualizações no youtube com um vídeo que interliga o produto da marca e um questionamento relacionado a beleza pessoal. Desta forma a marca foi capaz engajar as pessoas não apenas pelo produto, mas

também pela mensagem passada. Além disso a Dove também acertou na plataforma escolhida para expor o vídeo. Com o youtube o alcance foi gigante e sem limite de tempo como são os casos das TV's por exemplo.

- **Magazine Luiza**

Referência no ramo em que atua, a Magazine Luiza sempre esteve atenta quanto ao marketing, principalmente no que se refere ao marketing digital. A marca possui um site interativo e fácil de se navegar. Além de estar presente em várias mídias digitais a Magazine Luiza utiliza de uma estratégia voltada totalmente para a realidade virtual com o uso da Lu, um avatar que caracteriza a marca e que chama a atenção dos consumidores por estar sempre presente em propagandas e publicidades da marca, interagindo com o público.

Apesar de ser algo um pouco mais custoso, o uso da realidade virtual cresce cada vez mais no mercado e em vários cenários diferentes, pois além de ser algo atrativo e moderno, o mesmo demonstra como será o marketing digital no futuro.

- **Havaianas**

A estratégia utilizada pelas Havaianas é baseada em utilizar pessoas já conhecidas como referência da marca, com intuito de engajar o público mostrando uma pessoa famosa utilizando seu produto, além de utilizar propagandas bem humoradas, fazendo com que o consumidor fique atraído pelo produto e lembre de como a propaganda é engraçada, marcando de certa forma o público através do humor.

As campanhas também utilizam de ferramentas digitais para gerar engajamento com o consumidor, por exemplo disponibilizar gifs da campanha no Tumblr, isso faz com que a marca interaja com o consumidor sendo cada vez mais atraído pelo o que está sendo ofertado.

Segundo Basso 2020 (acesso em 13 de set.2021), observar cases de sucesso e trazer essa experiência para a realidade de uma nova empresa e de empresas já existentes, pode trazer uma base sólida para o desenvolvimento de um cenário mais atrativo através do marketing digital. Por mais que algumas das estratégias utilizadas nesses cases não possam fazer parte de uma realidade comum, elas servem de exemplo para algo futuro em relação ao resultado esperado, além disso podem mostrar erros que foram cometidos na implantação da estratégia e que devem ser evitados ao serem adaptados para uma nova realidade.

Basso 2020 (acesso em 13 de set.2021) diz que, o importante ao se analisar organizações que conseguiram através do marketing digital ter um bom desempenho perante o mercado, é absorver o máximo de informação possível para que no futuro seja útil na implantação de um novo negócio ou na adaptação da estratégia utilizada em um empreendimento que esteja estagnado.

A INFLUÊNCIA DO MARKETING DIGITAL NA EMPRESA DURANTE A PANDEMIA DE COVID-19

Segundo Montoia, 2020 (acesso em 20 de set.2021), a pandemia de Covid-19 afetou de modo direto a economia global. Com as restrições e isolamento social, as empresas precisaram cortar ou reduzir custos, e na mesma situação ficaram os consumidores, reduzindo gastos, apertando o orçamento e optando por adquirir, ou seja, comprar, apenas aquilo que está na lista de prioridades e somente o que não é possível ficar sem.

Tressino, 2020 (acesso em 20 de set.2021) descreve que o Brasil, bem como outros países do mundo, passa por uma fase desafiadora à medida que os impactos do Covid-19 na saúde e economia se mostram atuantes. Empresas que dispõem de uma cultura digital possuem melhores condições para passar por essa crise. Isso acontece porque frente a desafios como esses, é momento de recorrer à estratégia do marketing digital para resistir a pandemia.

Segundo informações retiradas do site Cintra Comunicação, 2020 (acesso em 20 de set.2021), a cada dia, as consequências do covid-19 na saúde e economia só crescem, e sem dúvidas, as empresas que melhor estão lidando com essa situação, são as que introduziram o marketing digital como estratégia. Se antes, a internet já era de grande importância para o ramo dos negócios, decisivamente, no cenário atual, para algumas empresas é a única alternativa.

Tressino, 2020 (acesso em 20 de set.2021) diz que, o isolamento social alterou completamente o comportamento do consumidor. A quarentena ampliou o consumo digital, de forma principal no que se refere a itens de necessidade básica. Voltar-se para o mercado online pode manter a empresa no mercado e fazer com que a mesma sobreviva.

O site Cintra Comunicação, 2020 (acesso em 20 de set.2021) relata que, a necessidade do isolamento social transformou a conduta do consumidor, já que agora, ficar em casa, ou sair somente no caso de extrema necessidade não é mais uma opção, é uma obrigação, uma questão de respeito, tanto com o próximo quanto com si mesmo. Até mesmo produtos de necessidades básicas como remédios e alimentos passaram a ser adquiridos pela internet. À vista disso, sem dúvidas, quem voltou-se para o marketing digital, terá maior facilidade em se manter ativo no mercado, já que, a necessidade e desejo de compra continua atuante no consumidor. A diferença é que as compras agora são feitas de casa através de aparelhos eletrônicos como os celulares, tablets e computadores.

De acordo com uma pesquisa realizada pelo Sebrae, 2020 (acesso em 20 de set.2021), a pandemia de Covid-19 alterou o funcionamento de 5,3 milhões de pequenas empresas no Brasil, o que representa 31% do total. Outras 10,1 milhões de empresas, que equivale a 58,9% do total, interromperam temporariamente as atividades. A pesquisa aponta ainda que dentre as empresas que continuaram em funcionamento, 41,9% passaram a realizar apenas atendimento online.

Schuler, 2020 (acesso em 20 de set.2021) traz a informação de que o impacto do coronavírus traz a certeza de que buscar uma forma nova de crescer, fazer negócios, comercializar e criar demanda é uma questão de sobrevivência para as empresas.

Conforme diz Schuler, 2020 (acesso em 20 de set.2021), empresas que utilizam o marketing digital, ainda que tenham a necessidade de rever suas estratégias para conseguir se adaptar, sobreviver e resistir a esse momento de crise e alargar a aquisição de clientes, conseguem efetivar mais rápido as táticas cruciais para continuar produzindo demanda a curto e longo prazo, além de conseguirem se recuperar com maior facilidade, voltando a um estágio de crescimento.

Bravo, 2020 (acesso em 20 de set.2021) corrobora que nos dias de hoje, a voz das empresas está ligada intimamente e de forma direta ao marketing digital, e a estimativa é de que os canais online continuem crescendo, principalmente na pandemia. Uma das razões é a necessidade do isolamento social, que anulou eventos presenciais e motivou os encontros virtuais e o e-commerce. O resultado não poderia ser diferente: nunca houve antes tantas pessoas online, em constante acesso às redes sociais, meios de pesquisas e mídias digitais em geral, por tantas horas, já que a crescente não se limita

apenas ao número de pessoas conectadas, mas estende-se ao tempo dedicado e gasto por elas para esse fim, que visivelmente só aumenta.

De acordo com o site Cintra Comunicação, 2020 (acesso em 20 de set.2021), a realidade atual é que as oportunidades para chamar a atenção dos usuários para os meios digitais, cresceu significativamente. Por isso, marcas que conseguem suprir as necessidades do consumidor, atender suas vontades, curar suas dores e despertar seu desejo de consumo, além de manter a economia do negócio girando, conseguem fidelizar o cliente, garantindo recompras e indicação para outros consumidores.

Segundo informações do site comunique-se portal, 2021 (acesso em 20 de set.2021), o marketing digital é o grande e poderoso “herói” dessa história, isso demonstra a importância da utilização do marketing digital diante de situações extremas como a de uma pandemia, sendo assim uma grande ferramenta para um negócio de sucesso.

METODOLOGIA E MÉTODO DA PESQUISA

A presente pesquisa será desenvolvida observando fontes já publicadas. Quanto a sua natureza, a pesquisa é considerada básica que segundo Tumelero, 2019 (acesso em 30 de set.2021), pode também ser conhecida como pesquisa pura e tem como objetivo maximizar o que já se sabe sobre um determinado assunto, ou seja, melhorar as teorias científicas.

No que diz respeito a abordagem do problema, a pesquisa se caracteriza como qualitativa, ou seja, o estudo tem como foco conhecer os comportamentos e motivos dos fenômenos. De maneira mais simplória, esse tipo de pesquisa procura explicar o porquê das coisas, conforme diz Coelho, 2017 (acesso em 30 de set.2021).

Em relação aos objetivos a pesquisa se classifica como exploratória, que de acordo com Tumelero, 2019 (acesso em 30 de set.2021), pretende criar hipóteses sobre determinado problema e conseqüentemente proporcionar maior proximidade com o mesmo.

No que se refere a técnica utilizada para coleta de dados será classificada como bibliográfica, que consiste em um processo puramente teórico, entendida como a reunião ou junção do que se é verbalizado sobre um tema específico, levando em consideração as palavras de Tumelero, 2019 (acesso em 30 de set.2021).

CONSIDERAÇÕES FINAIS/ CONCLUSÕES

O marketing digital é uma ramificação do marketing tradicional que tem por objetivo atrair consumidores até à empresa através de divulgações online, fazendo com que a marca se torne conhecida e conseqüentemente, o produto ou serviço se torne objeto de desejo pela maior quantidade de pessoas possível.

Sendo assim, os principais pontos trazidos à tona quando se pensa em marketing digital se referem à forma pela qual o mesmo é utilizado como ferramenta de posicionamento de mercado, facilitando a aproximação entre produto ou serviço e os clientes, sendo seguido da identificação dos melhores ambientes virtuais para um empreendimento, já que segundo Peçanha 2020 (acesso em 06 de set.2021) o termo marketing digital é utilizado para resumir todas as ações de marketing no ambiente online, utilizando canais digitais como e-mail, sites, blogs, mídias sociais e outros.

Nesse caso, um dos objetivos dessa estratégia é analisar o que pode ser feito para tornar o marketing digital fonte de influência para as pessoas e o que as levam a conhecer os produtos ou serviços que estão sendo ofertados, afim de atrair mais clientes. Sendo assim a influência vem através da utilização do marketing digital na exposição virtual em mídias sociais do que será comercializado ou ofertado, desta forma segundo Peçanha, 2020 (acesso em 06 de set.2021), o marketing digital é o agrupamento de ações que uma empresa desempenha online com a finalidade de atrair novos negócios, ampliar uma identidade de marca e criar relacionamentos.

Identificar como atrair clientes através do marketing digital é o maior desejo de qualquer empreendedor. Assim sendo, através do marketing digital é possível chamar a atenção de consumidores que não conhecem o produto ou serviço oferecido, por esse motivo Pina, S.d (acesso em 06 de set.2021), diz que o marketing digital tem a finalidade de chamar a atenção de mais consumidores para o negócio e campanhas comerciais, isso, além de promover a empresa e tornar a mesma mais conhecida.

É importante ressaltar as vantagens adquiridas ao se investir em marketing digital, onde há uma exposição significativa da marca nas mídias além de um reconhecimento por parte dos clientes. Desta forma, segundo o blog Digimeta S.d (acesso em 06 de set. de 2021) existem 8 principais vantagens que o marketing digital traz, sendo elas: a marca aparece onde os clientes estão; conexão com novos clientes;

relacionamento e atendimento ininterruptos; fidelização dos clientes fica mais fácil; monitoramento detalhado dos resultados; a marca ganha muito mais autoridade; é possível competir com empresas maiores e o marketing digital possui o melhor custo X benefício.

Quando se trata de marketing digital, é necessário que sejam traçadas boas estratégias a serem utilizadas, para que se alcance o máximo possível do objetivo desejado. De acordo com o site Guia- se, 2020 (acesso em 13 de set.2021) esclarece que Inbound Marketing, Marketing de conteúdo, SEO, Links patrocinados, Mídias sociais, Mídia display, E-mail marketing, Native advertsing, Guest post, Remarketing, são as estratégias mais utilizadas atualmente no marketing digital.

Analisar cases de sucesso que utilizaram o marketing digital é um ponto chave para o entendimento da maneira pela qual algumas marcas e empresas fizeram uso do marketing digital. Segundo informações retiradas do blog ideal marketing (acesso em 13 de set. 2021) existem exemplos como o da Red Bull que fez o uso da estratégia de Inbound Marketing para alcançar seu público. Nessa estratégia a organização conhece o perfil do seu consumidor, passando a utilizar estratégias que o atraiam.

Contudo, no período atual de pandemia de covid-19, o distanciamento social tornou cada vez mais difícil o relacionamento entre empresa e cliente. Por isso, investir em divulgação online tem se tornado indispensável. A corroboração do fato vem a partir do autor Bravo, 2020 (acesso em 20 de set.2021) que relata que nos dias de hoje, a voz das empresas está ligada intimamente e de forma direta ao marketing digital, e a estimativa é de que os canais online continuem crescendo, principalmente na pandemia.

Portanto a hipótese de que organizações que investem em marketing digital tem maior possibilidade de tornar seu produto conhecido no mercado em menos tempo, visando reduzir custos, utilizando como base cases já consolidados, identificando por fim qual público será atraído e o meio digital que os consumidores mais utilizam, foi confirmada. Devido à exposição que o marketing digital proporciona à organização, o que é ofertado se propaga de maneira natural através das mídias sociais da empresa.

Diante do exposto é possível comprovar que o marketing digital é de fato a grande revolução do marketing, já que é uma estratégia relativamente mais barata, tornou-se o melhor meio de estreitar os laços entre consumidores e empresa durante o período onde distanciamento social é obrigatório. Sugere-se então para futuras

pesquisas que se aborde de maneira profunda o papel específico que o marketing digital possui na pandemia de covid-19 em relação às empresas e negócios.

REFERÊNCIAS

A história do Marketing Digital. **Good ads**, fev.2020. Disponível em: <<https://goodads.com.br/a-historia-do-marketing-digital-surgimento-evolucao-e-mudancas/#:~:text=O%20marketing%20digital%20teve%20origem,intuito%20de%20alavancar%20um%20neg%C3%B3cio/>> Acesso em 06 de set. de 2021.

A importância do Marketing Digital em tempos de pandemia. **Cintra comunicação**, set.2020. Disponível em: <<https://cintracomunicacao.com.br/blog/a-importancia-do-marketing-digital-em-tempos-de-pandemia/>> Acesso em 20 de set. de 2021.

AS 10 estratégias mais eficientes de Marketing Digital. **Guia-se**, ago.2020. Disponível em: <<https://www.guiase.com.br/as-10-estrategias-mais-eficientes-de-marketing-digital/#:~:text=Uma%20das%20estrat%C3%A9gias%20de%20marketing,em%20investir%20em%20links%20patrocinados.&text=A%20segmenta%C3%A7%C3%A3o%20do%20link%20patrocinado%20gera%20leads%20qualificados/>> Acesso em 13 de set. de 2021.

BASSO, Victoria. Conheça 5 cases de sucesso no marketing digital para se inspirar! **Agência Gesto**, jun. 2020. Disponível em: < <https://www.agenciagesto.com.br/cases-de-sucesso-no-marketing-digital/>> Acesso em: 13 de set. 2021.

BENETTI, Rodolfo. Porque o Marketing Digital é fundamental para sua empresa? **Orgânica Natural Marketing**, dez.2019. Disponível em:<<https://www.organicadigital.com/blog/por-que-o-marketing-digital-e-fundamental-para-sua-empresa/>> Acesso em 06 de set. de 2021.

BRAVO, Luiza. A importância do Marketing Digital em meio à pandemia. **Whow inovação para negócios**, jun.2020. Disponível em: <<https://www.whow.com.br/eficiencia/importancia-marketing-digital-pandemia/>> Acesso em 20 de set. de 2021.

CINCO cases de sucesso no marketing digital para inspirar suas ações. **Ideal Marketing**, jul. 2019. Disponível em: < <https://www.idealmarketing.com.br/blog/cases-de-sucesso/>> Acesso em: 13 de set. 2021.

COELHO, Beatriz. Pesquisa qualitativa: entenda como utilizar essa abordagem de pesquisa. **Mettzer**, dez.2020. Disponível em:< <https://blog.mettzer.com/pesquisa-qualitativa/#:~:text=Para%20utilizar%20uma%20abordagem%20qualitativa,partir%20da%20intera%C3%A7%C3%A3o%20com%20participantes%3E.%20Acesso%20em:%2030%20de%20set.2021.>> Acesso em 30 de set. de 2021.

DIAS, Tassia. 11 benefícios do Marketing Digital. **Rockcontentk**, jan.2018. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/beneficios-do-marketing-digital/>> Acesso em 06 de set. de 2021.

ESTRATÉGIAS de marketing digital são as maiores fontes de crescimento das marcas durante a pandemia. **Comunique-se Portal**, abr.2021. Disponível em: <<https://portal.comunique-se.com.br/estrategias-de-marketing-digital-sao-as-maiores-fontes-de-crescimento-das-marcas-durante-a-pandemia-257973/>> Acesso em 21 de set. de 2021.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0** do tradicional ao digital. Rio de Janeiro: GMT Editores Ltda, 2017. Disponível em:<[http://professor.pucgoias.edu.br/SiteDocente/admin/arquivosUpload/17352/materia/Marketing-4-0-Do-tradicional-ao-digital%20\(1\).pdf](http://professor.pucgoias.edu.br/SiteDocente/admin/arquivosUpload/17352/materia/Marketing-4-0-Do-tradicional-ao-digital%20(1).pdf)> Acesso em: 06 de set. de 2021.

MONTOIA, Patrícia. Marketing Digital e a Pandemia. **Patrícia Montoia**, ago.2020. Disponível em: <https://patriciamontoia.com.br/2020/08/05/marketing-digital-e-a-pandemia/>> Acesso em 20 de set. de 2021.

O impacto da pandemia de corona vírus nos pequenos negócios. **Sebrae**, jul.2020. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-impacto-da-pandemia-de-coronavirus-nos-pequenos-negocios,192da538c1be1710VgnVCM1000004c00210aRCRD>> Acesso em 20 de set. de 2021.

OITO vantagens do Marketing Digital para empresas. **Digimeta**. Disponível em: <<https://digimeta.com.br/blog/vantagens-marketing-digital-empresas/>> Acesso em 06 de set. de 2021.

PEÇANHA, Vitor. O que é Marketing Digital? Tudo sobre o conceito, como fazer e começar sua estratégia de Marketing Online em 2021. **Rockcontentk**, nov.2020. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/marketing-digital/>> Acesso em 06 de set. de 2021.

PINA, Luana. Você sabe o que é Marketing Digital? Entenda o conceito e a importância para seu e-commerce. **Iset**. Disponível em: <<https://www.iset.com.br/blog/o-que-e-marketing-digital-conceito-e-a-importancia-para-o-seu-e-commerce/>> Acesso em 06 de set. de 2021.

POSICIONAMENTO digital: o lugar correto da sua marca na internet. **Agenciabang**, nov. de 2018. Disponível em: <<https://www.agenciabang.com.br/post/23976-posicionamento-digital-o-lugar-correto-da-sua-marca-na-internet>> Acesso em 28 de out. de 2021.

SCHULER, Lia. Por que o Marketing Digital é tão importante neste momento de crise? **Resultados Digitais**, abr.2020. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/blog/importancia-marketing-digital-na-crise/> Acesso em 20 de set. de 2021.

SIQUEIRA, André. Marketing Digital. **Resultados Digitais**, mar. de 2021. Disponível em: <<https://resultadosdigitais.com.br/especiais/o-que-e-marketing-digital/>> Acesso em 28 de out. de 2021.

TUMELERO, Naína, Pesquisa básica: material completo, com exemplos e características. **Mettzer**, set.2019. Disponível em: <<https://blog.mettzer.com/pesquisa-basica/>> Acesso em 30 de set. de 2021.

TUMELERO, Naína. Pesquisa bibliográfica: material completo com 5 dicas fundamentais. **Mettzer**. Set.2019. Disponível em:< <https://blog.mettzer.com/pesquisa-bibliografica/>> Acesso em 30 de set. de 2021.

TUMELERO, Naína. Pesquisa exploratória: conceito, características e aplicação em 4 passos. **Mettzer**, mai.2019. Disponível em:< <https://blog.mettzer.com/pesquisa-exploratoria/>> Acesso em 30 de set. de 2021.

TRESSINO, Natacha. Coronavírus: A importância do Marketing Digital. **Integração Digital**, abr.2020. Disponível em: <<https://www.integracaodigital.com.br/blog/2020/04/02/importancia-marketing-digital-no-coronavirus/>> Acesso em 20 de set. 2021.