



MARKETING NA ERA DIGITAL: ESTUDO SOBRE O USO DAS REDES SOCIAIS FACEBOOK E INSTAGRAM POR PEQUENOS EMPREENDEDORES

Autor(res)

Luã Arielo Santini Rotolo
Driely Tailany R De Barros Gomes
Sidnei Messias Rodrigues
Jair Rottini

Categoria do Trabalho

1

Instituição

FACULDADE ANHANGUERA DE OSASCO

Resumo

As crescentes mudanças provocadas no mundo digital vêm obrigando pequenos empreendedores a estarem inseridos no contexto das novas tecnologias, premissa básica para aqueles que desejam estreitar as relações com os clientes. Assim, as estratégias de marketing digital tornam-se essenciais para uma boa divulgação de produtos e serviços. Frente a este cenário, a pesquisa tem como objetivo geral verificar de que maneira os pequenos empreendedores utilizam as redes sociais Facebook e Instagram como ferramenta de negócios para otimizar a venda de seus produtos e serviços. O estudo constitui-se de uma pesquisa de caráter descritivo com abordagem qualitativa. O método utilizado é o estudo de caso, com a realização de entrevistas semiestruturadas a três pequenos empreendedores da cidade de São Paulo, que comercializam seus produtos e serviços através de indicações de clientes, showroom e das redes sociais Facebook e Instagram. Dentre os achados o estudo mostrou que os pequenos empreendedores começam seu negócio utilizando as redes sociais Facebook e Instagram ao invés de expandir com filiais, visto que seus custos são menores e com uma abrangência muito grande, além de ser uma forma de “testar” o retorno do negócio no lançamento de novos produtos. Alguns entrevistados utilizam sem ter conhecimento prévio a metodologia dos 8Ps do marketing digital como forma de realizar estratégias nas redes sociais.