Estratégia De Marketing: Marketing Digital

Autor(res)

Ednilson Cortez Angelo
Luana Gonçalves Silva

Categoria do Trabalho

1

Instituição

UNIVERSIDADE ANHANGUERA DE OSASCO

Resumo

Este estudo de cunho descritivo e exploratório trata-se de um trabalho para a conclusão de curso que busca analisar o marketing digital atuando dentro das organizações, foi realizada uma pesquisa bibliográfica, qualitativa e descritiva que revelou as estratégias direcionadas para as melhorias e facilidades de comercialização, aumento nas vendas, praticidade, comunicação, metas e objetivos traçados para atingir os resultados esperados da organização. Os recursos utilizados na coleta de dados foram sites, artigos e livros, desse modo buscou-se identificar que o marketing digital está em constate crescimento que ´é fundamental para alcançar números ilimitados de pessoas, fazendo capitações de novos clientes, promovendo produtos ou serviços no ambiente virtual com o intuito de promove-los em diferentes canais digitais com métodos que permitem verificar e analisar os resultados em tempo real e com base nos dados obtidos as empresas estudam os resultados e dão ênfase a eles para aprimorar as táticas de comunicação, promoção e produtos tornado -se a melhor estratégia para as empresas adotarem atualmente em comparação das antigas estratégias de marketing clássico que trabalha com propagandas em rádios, tvs, jornais e revistas.