

MARKETING DIGITAL

Autor(res)

Heleni Requena Passos
Adriele Vieira Rocha
Rebeca Caroline Da Silva Conceição
Maria Clara De Oliveira Santos
Alexandre Martins De Oliveira Silva
Karina Pinheiro Gomes Da Silva
Matheus De Melo Marques
Dimitri Oliveira Vieira
Nathacha Da Silva Pereira

Categoria do Trabalho

Trabalho Acadêmico

Instituição

FACULDADE ANHANGUERA DE OSASCO

Resumo

Marketing digital é o conjunto de atividades e estratégias utilizadas por uma empresa para vender em ambientes digitais. Para isso, a companhia faz uso de diferentes tecnologias que incluem, por exemplo, sites, blogs, e-mail marketing, buscadores como o Google e redes sociais, como Facebook, Instagram, Linkedin, WhatsApp, Twitter e Youtube.
Essa área do marketing já vinha crescendo há um tempo, mas ganhou ainda mais relevância nas empresas por conta da crise gerada pelo coronavírus. Nesse período, as medidas de isolamento social impulsionaram as compras pela Internet e levaram para as lojas online até mesmo os clientes que antes compravam apenas em lojas físicas.
O principal objetivo do marketing digital é aumentar a exposição da marca para os consumidores e, consequentemente, as vendas. Também é altamente eficaz para aumentar oportunidades de novos negócios e melhorar a comunicação com o público alvo. Por isso, ele é recomendado para qualquer companhia, independentemente do tamanho. Vale ressaltar que o uso do digital não exclui a possibilidade de a empresa fazer o marketing tradicional, como anúncios impressos em jornais e revistas, panfletos, outdoors e comunicação por telefone, desde que este seja uma alternativa rentável para a empresa.