



A INFLUÊNCIA DO MARKETING DIGITAL PARA O DESEMPENHO DAS EMPRESAS

Autor(res)

Jéssica Paiva Gonçalves
Luana Beatriz Mendes

Categoria do Trabalho

1

Instituição

FACULDADE ANHANGUERA DE BRASÍLIA

Introdução

O marketing digital torna-se essencial para o sucesso dos negócios, pois traz visibilidade das marcas em todo o mundo. Permitindo a segmentação de mercado e a maximização para o público-alvo. Além de facilitar a comunicação direta, aproxima os clientes e permeia a fidelização, o que fornece ferramentas e propostas de mudança em tempo real com novas estratégias para o marketing.

Junto a coleta de dados, é crucial que as empresas também utilizem métricas relevantes para avaliar o desempenho de suas campanhas de marketing digital. Métricas comuns como: retorno sobre o investimento (ROI), custo por aquisição (CPA) e engajamento nas redes sociais.

Objetivo

O objetivo dessa pesquisa é analisar a influência do marketing digital no desempenho empresarial, explorando como as estratégias digitais são utilizadas para promover produtos, alcançar o público-alvo e atingir metas de negócios. Busca-se identificar padrões e tendências nessa interação, revelando tanto os benefícios quanto os desafios enfrentados pelas organizações.

Material e Métodos

Esta pesquisa é uma revisão bibliográfica realizada por meio de pesquisa bibliográfica qualitativa, onde são analisados e interpretados que analisa uma variedade de recursos acadêmicos, como livros, artigos científicos, dissertações e teses, para oferecer uma compreensão completa do tema.

Esta revisão baseia-se em autores como LUZZI (2021) e KOTLER (2021), além de buscas nas bases de dados do Google Acadêmico e Editora Atena (2023), dos últimos 5 anos. Essa metodologia permite uma análise minuciosa e detalhada, enriquecendo o entendimento das estratégias e práticas do marketing digital.

Resultados e Discussão



3ª MOSTRA CIENTÍFICA

Anhanguera



O marketing digital tem um impacto significativo no desempenho das empresas atualmente. Ele permite que as empresas aumentem sua visibilidade online, o que permite que as empresas se destaquem em meio à concorrência e se tornem mais reconhecíveis e memoráveis. Uma presença consistente nos canais digitais, como redes sociais e websites, permite que as marcas alcancem um público mais amplo, aumentando sua visibilidade online. Isso não só atrai a atenção dos consumidores, mas também constrói confiança e credibilidade ao longo do tempo. Uma marca bem visível é mais lembrada pelos consumidores e tem maior influência em suas decisões de compra, levando a um aumento nas vendas e na fidelidade à marca.

O Marketing digital possibilita também que as marcas alcancem um público mais amplo e construam relacionamentos mais próximos com os clientes, pois oferece uma plataforma dinâmica para a interação e engajamento direto com o público-alvo.

Conclusão

Portanto, o marketing digital oferece às empresas a capacidade de segmentar seu mercado-alvo com precisão e maximizar o engajamento com esse público por meio de ferramentas de análise de dados e métricas.

Ao utilizar essas ferramentas de forma eficaz, as empresas podem melhorar significativamente seu desempenho, eficiência de suas campanhas de marketing e alcançar um retorno sobre o investimento ainda mais alto.

Em última análise, o marketing digital oferece uma vantagem competitiva significativa, permitindo que as empresas atinjam os consumidores certos no momento certo.

Referências

CASAS, Alexandre Luzzi L. Marketing Digital. Grupo GEN, 2021. E-book. ISBN 9786559771103. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559771103/>. Acesso em: 03 mai. 2024.

LEE, Nancy R.; KOTLER, Philip. Marketing social. SRV Editora, 2020. E-book. ISBN 9788571440319. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788571440319/>. Acesso em: 03 mai. 2024.

SANTOS, Adelcio Machado dos. et al. Administração: Organizações públicas, privadas e do terceiro setor 2. Editora Atena, 2023. E-book. ISBN: 9786525811857. Disponível em: <https://atenaeditora.com.br/index.php/catalogo/ebook/administracao-organizacoes-publicas-privadas-e-do-terceiro-setor-2>. Acesso em: 03 mai. 2024.

ROCHA, Cláudio Manuel Neves. Conhecer os Clientes Para Melhor Vender[...]. ProQuest, 2020. Disponível em: <https://www.proquest.com/openview/442c723c08f7c4950ebc60ab8975afb3/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2026366&diss=y>

