O PODER DA INFLUÊNCIA NA SOCIEDADE DE CONSUMO

Autor(res)

Nei Mendes Brisotti
Administrador Kroton

Categoria do Trabalho

TCC

Instituição

FACULDADE ANHANGUERA DE OSASCO

Resumo

Os influenciadores digitais representam um papel de grande relevância no marketing e relacionamento com os consumidores, e às empresas acreditam que as comunidades em torno desses perfis pessoais servem como público-alvo para a comunicação. O conceito de uma teoria abrangente que trata do processo de comunicação da inovação e do fluxo de comunicação entre formadores de opinião e seguidores. Esse trabalho sobre a influência digital na sociedade de consumo, descreve teorias, modelos e pesquisas sobre influencia, direcionando seu foco para o ambiente online, tendo em vista recomendações e os efeitos causados pelos líderes de opinião nas redes sociais. O Elaboration Likelihood Model (ELM) mostra como funciona os caminhos para a aceitação de informação perante o conteúdo exposto. Os resultados da pesquisa são especialmente importantes para empresas que desejam aumentar o nível de interação com seus públicos nas redes sociais virtuais