O ADVENTO DOS INFLUENCIADORES DIGITAIS NO INSTAGRAM: FORMADORES DE OPINIÃO COMO FERRAMENTA DE COMUNICAÇÃO DE MARKETING

Autor(res)

Nei Mendes Brisotti
Enzo Azevedo Lippoli

Categoria do Trabalho

TCC

Instituição

CENTRO UNIVERSITÁRIO ANHANGUERA

Resumo

O trabalho apresenta conceitos sobre digitais influencers como ferramenta de comunicação de marketing. Discorre sobre como surge esta profissão, aspectos que criam maior identificação com o público. Por fim, fala sobre como as empresas podem utilizar desta ferramenta para criar maior interação entre cliente e marca.
The work presents concepts about digital influencers as a marketing communication tool. It discusses how this profession emerged, aspects that create greater identification with the public. Finally, it talks about how companies can use this tool to create greater interaction between customer and brand.