

## 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