

**ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL DE HORTOLÂNDIA
TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO**

**Bruno de Oliveira da Silva
Vinicius De Sousa Santana
Pablo Modesto Campos
Nicolas Antunes Baghin**

MARKETING DIGITAL DA BARBEARIA REVOADA

**Hortolândia
2022**

**Bruno de Oliveira da Silva
Vinicius De Sousa Santana
Pablo Modesto Campos
Nicolas Antunes Baghin**

MARKETING DIGITAL DA BARBEARIA REVOADA

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentada à Escola Técnica Estadual de
Hortolândia como exigência parcial para obtenção
do título de Técnico em Administração sob a
orientação da Prof.^a Amanda Rodrigues da Silva e
Prof. Wagner Gomes Sebastião.

**Hortolândia
2022**

SUMÁRIO

Resumo	3
Desenvolvimento	5
Criação do Instagram	5
Criação do post	6
Pesquisa Qualitativa	6
Aplicativo para Agendamento	6
Considerações Finais.....	7

2 RESUMO

O trabalho foi realizado baseado no estudo e utilização do marketing digital, uma ferramenta que está sendo requisitada de forma contínua, e está cada vez mais recorrente no mercado de vendas tanto em âmbito digital, quanto no físico independente do produto (bem ou serviço).

Como estudo de caso, foi utilizada a Barbearia Revoada, que foi fundada pelo barbeiro João que possui apenas 18 anos, entretanto um dos problemas encontrados na barbearia é a falta de organização em seu atendimento somado a uma falta de comprometimento em meios virtuais.

Os objetivos foram adquirir conhecimentos sobre o marketing digital, logo decorrendo ao encontro dos pontos de melhoria da barbearia revoada, identificando o comportamento do público-alvo, implementando de maneira assertiva o marketing digital para realização da divulgação dos produtos e serviços propostos, demonstrando uma forma eficaz de gerenciamento, incluindo a produção de cartões do estabelecimento.

O estabelecimento possui clientes regulares “fiéis” que frequentam o local devido ao seu bom desempenho, porém não é limitado ao grupo já existente. A partir disso tornou-se evidente a necessidade de um novo meio de abordagem para garantir um maior alcance de seu trabalho, fazendo assim o uso do Marketing digital ser uma boa saída para esse ciclo vicioso. “Pessoas influenciam pessoas. Nada é mais influente do que uma recomendação de alguém de confiança. Essa fonte confiável pode influenciar uma pessoa mais do que qualquer tipo de mensagem em qualquer meio tradicional. Um influenciador é o Santo Graal da publicidade” *Mark Zuckerberg*.

3 CRIAÇÃO DO *INSTAGRAM* 2.0

Atualmente existe uma ferramenta que vem sendo amplamente utilizada, chamada marketing digital, uma variação do marketing comum, que busca explorar, entregar valor para satisfazer o mercado por meio de produtos e serviços que possam ser de interesse dos consumidores. A finalidade do marketing é chamar a atenção do cliente, gerando relacionamentos lucrativos para ambos os lados. Porém, o marketing digital é um pouco diferente, ele busca ações voltadas para a promoção de uma marca no ambiente online, com o objetivo de promover empresas e produtos. Com isso, as marcas podem fazer uso de diferentes redes, canais digitais e métodos que permitem a análise dos resultados em tempo real.

Após a análise do estabelecimento e buscando a mesma em redes sociais ficou visível uma falta de empenho em seus meios de divulgação, onde possui um *instagram* com poucos seguidores e postagens. Isso serve como uma âncora que impede o crescimento da barbearia perdendo a oportunidade de conquistar novos clientes e seguidores. Sendo assim, ela no meio social ou virtual é necessário uma renovação e inovação, que vai conseguir deixar a barbearia com uma cara nova para enfrentar os avanços tecnológicos.

Partindo do Instagram já existente da barbearia foi criado uma versão atraente e inovadora de sua conta principal sendo a mesma com o objetivo e intuito de divulgar e criar os *posts* para a implementação do *marketing* digital, trazendo efetividade para assim alcançar a visibilidade desejada.

3.1 CRIAÇÃO DOS *POSTS*

Aplicativo *Canva* nos traz implementação em nossa criatividade "Toda pessoa tem capacidade de ser criativa e cada pessoa tem uma maneira diferente de expressar sua criatividade." (WECHESLER, 1998, p. 64).

Buscando atingir a meta foi levado em conta os meios já utilizados para fazer posts de qualidade, onde chamaria a atenção dos clientes trazendo assim para o local uma maior visibilidade diferenciando o mesmo de outras barbearias.

É efetuado a criação de diversas possibilidades de publicações e posts utilizando o aplicativo *Canva* que levam informações para os seguidores da barbearia revoada, trazendo ótimas dicas sobre o mundo da barbearia. O *Canva* foi o aplicativo utilizado pois mostra praticidade para a criação de posts e cartazes, além de possuir diversos recursos para ajudar na divulgação da barbearia.

3.2 PESQUISA QUALITATIVA

Foi efetuado uma pesquisa qualitativa com o objetivo trazer por meio das respostas dos possíveis clientes uma melhoria para a barbearia, fazendo a mesma ser atraente para um número maior do público alvo que desejamos atingir (homens 13 a 27 anos). Os resultados que obtivemos na pesquisa, foi o “esperado”, e serviu para ter a confirmação de que a barbearia realmente necessita de um ajuste em seus meios sociais, e o marketing digital é uma ferramenta inovadora dos tempos atuais que serviria justamente para isso, alcançar uma maior visibilidade do público-alvo, com posts e outros meios. Trazendo consigo essa pesquisa que delimitou seguir um roteiro de praticidade, média nos preços dos seus serviços e reavaliar os seus meios de atendimento.

3.3 APLICATIVO PARA AGENDAMENTO

Foi apresentado ao barbeiro um aplicativo inovador, que está sendo muito usado por diversas barbearias. O aplicativo possui diversas funções para facilitar o trabalho, como: agendamento online; lista de espera; gestão financeira; pesquisa de satisfação entre outros.

O sistema do aplicativo é dividido em dois módulos: Módulo WebAdmin no qual você pode realizar toda a gestão do local, com controle de cada profissional, histórico de clientes, estoque e excelentes relatórios financeiros. O sistema fica armazenado na nuvem, o que resulta em um acesso seguro a qualquer hora e local e o módulo aplicativo no qual pode ser acessado pelo profissional (para acompanhar sua agenda, comissões, e outros) quanto pelo cliente, para agendar seus serviços,

receber notícias e promoções, lembretes automáticos, e outros, facilitando e aproximando ainda mais a barbearia do seu cliente.

O aplicativo não é de graça, custa uma taxa que deve ser paga mensalmente para usufruir de seus serviços, que é o valor de R\$ 59,90 (Cinquenta e Nove Reais e Noventa Centavos) para 1 profissional existente no salão, que é o caso do proprietário da barbearia, já que somente ele realiza os cortes, já se houvesse outros funcionários, o valor seria maior.

4. CONCLUSÃO

Partindo da compreensão de que, a divulgação de seu bem ou serviço, como o da Barbearia Revoada é muito importante para que ocorra um crescimento de vendas e serviços prestados, os resultados obtidos com a aplicação do Marketing Digital foram significativos.

O marketing digital é um forte aliado das empresas que procuram alavancar suas vendas e chamar a atenção de novos clientes, possuindo uma maior visibilidade. A empresa pode optar por anúncios pagos ou não, que são uma opção de conquistar novos clientes sem gerar custos para a empresa.

O esperado era que houvesse um aumento de seguidores, e de clientes que fossem até a barbearia, e felizmente isso aconteceu. O que concluímos, é que uma boa gestão de suas redes, aliado a um serviço prestado de qualidade, que é o que a barbearia possui, ocasionou em um crescimento exponencial.

Espera-se que o proprietário da barbearia continue usando os meios digitais e que, o projeto em questão possa sensibilizar, principalmente, os pequenos e médios empreendedores, de que, é necessário que os serviços prestados em seu estabelecimento, chegue há diversas pessoas e com o auxílio tecnologia, isso se torna cada vez mais fácil de ser aplicado.

5. REFERÊNCIAS

Referência: PEÇANHA, Vitor (ed.). **4 Ps do Marketing: entenda tudo sobre o conceito de Mix de Marketing:** [s. s.]. [S. L.]: [S. E.], 2020. 18 p. 18 f. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/4-ps-do-marketing/>. Acesso em: 20 jun. 2022.

Citação com autor incluído no texto: Peçanha (2020)

Citação com autor não incluído no texto: (PEÇANHA, 2020)

Referência: GOTTO, Mattheus (ed.). **Beleza masculina vai alcançar US\$ 78,6 bilhões em 2023:** mercado nacional é o segundo maior do segmento no ranking mundial leia mais em: <https://forbes.com.br/principal/2020/02/beleza-masculina-vai-alcancar-us-786-bilhoes-em-2023/>. [S. L.]: [S. E.], 2020. 3 p. [S. n.]. Disponível em: <https://forbes.com.br/principal/2020/02/beleza-masculina-vai-alcancar-us-786-bilhoes-em-2023/#:~:text=A%20previsão%20da%20consultoria%20é,varejo%20da%20FGV%2C%20Maurício%20Morgado>. Acesso em: 22 jun. 2022.

Citação com autor incluído no texto: Gotto (2020)

Citação com autor não incluído no texto: (GOTTO, 2020)

Referência: KOTLER, Philip. **Administração de Marketing:** análise, planejamento, implementação e controle. 5. ed. São Paulo: Editora Atlas, 1998. 725 p. [S. n.].

Citação com autor incluído no texto: Kotler (1998)

Citação com autor não incluído no texto: (KOTLER, 1998)

Referência: PEÇANHA, Vitor (ed.). **O que é Marketing:** marketing é a ciência e arte de explorar, criar e entregar valor para satisfazer as necessidades e os desejos de um mercado consumidor a partir da oferta de produtos ou serviços que despertem o interesse do público. assim, o marketing consegue gerar valor para os clientes e também lucro para as empresas.. [S. L.]: [S. E.], 2020. 32 p. ([S. s.]). [S. n.]. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/o-que-e-marketing/>. Acesso em: 20 jun. 2022.

Citação com autor incluído no texto: Peçanha (2020)

Citação com autor não incluído no texto: (PEÇANHA, 2020)

Referência: REZ, Rafael. **Marketing de Conteúdo:** a moeda do século xxi. [S. L.]: Dvs Editora, 2016. 400 p.

Citação com autor incluído no texto: Rez (2016)

Citação com autor não incluído no texto: (REZ, 2016)

Referência: SHOPFISIO (ed.). **Participação masculina no mercado da estética está em crescimento constante:** segundo projeções, em 2019 brasil deverá se tornar o principal consumidor de produtos de beleza masculina do mundo.. [S. L.]: [S. E.], 2018. 3 p. [S. n.]. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/campinas-regiao/especial-publicitario/shopfisio/noticia/participacao-masculina-no-mercado-da-estetica-esta-em-crescimento-constante.ghtml>. Acesso em: 22 jun. 2022.

Citação com autor incluído no texto: Shopfisio (2018)

Citação com autor não incluído no texto: (SHOPFISIO, 2018)