



**ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL BALNEÁRIA MARACANÃ
TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO**

**MARKETING DIGITAL PELAS PEQUENAS EMPRESAS EM TEMPOS DE
CRISE ECONÔMICA.**

EVERTON DA COSTA SILVA
MARA LUCIA SAMPAIO DA SILVA
WELLINGTON FERREIRA DOS SANTOS

**PRAIA GRANDE - SP
MAIO/2021**

EVERTON DA COSTA SILVA
MARA LUCIA SAMPAIO DA SILVA
WELLINGTON FERREIRA DOS SANTOS

**MARKETING DIGITAL PELAS PEQUENAS EMPRESAS EM TEMPOS DE
CRISE ECONÔMICA.**

*Trabalho de Conclusão
de Curso apresentado ao Curso
Técnico em Administração da Etec
Extensão Balneário Maracanã de
Praia Grande, orientado pelo Prof.
Antônio Ierizzi, como requisito
parcial para a obtenção do título de
técnico em Administração.*

**PRAIA GRANDE– SP
MAIO/2021**

Dedicamos este trabalho aos nossos familiares e amigos que nos acompanharam e ajudaram da forma como puderam, mesmo diante das dificuldades enfrentadas diante desta pandemia, compreenderam que o tempo dedicado aos estudos é o primeiro passo para um futuro repleto de oportunidades e sucesso! Aos professores que passaram por nossas vidas nos deixando mais ricos de conhecimento, contribuindo assim para a nossa significativa evolução. E, principalmente, àquele que ao nos dar a vida, permitiu que tudo isso se realizasse ao longo de nossas vidas, DEUS!

AGRADECIMENTOS

Nossos sinceros agradecimentos ao professor e orientador, José Antônio, que com sabedoria e paciência disponibilizou seu tempo e conhecimento para nos ceder informações, nos guiando aos primeiros passos e pensamentos que nos levaram ao alcance do trabalho de conclusão de curso.

Aos nossos familiares pelo incentivo e apoio incondicional, a fim de elaborar este trabalho, e pacientemente eles nos ajudaram e incentivaram em todos os momentos.

E a Deus, por acreditarmos que nossa existência pressupõe outra infinitamente superior.

Nosso muito obrigado a todos!

*“Só quem se permite transformar,
sabe a batalha que é para vencer a si mesmo”.*

Everton

RESUMO

Esse trabalho de conclusão do curso Técnico em Administração, traz um conteúdo voltado para o Marketing Digital que está em alta na atual situação mundial. Devido à pandemia do novo Covid-19 foi à válvula de escape para que as pequenas e médias empresas utilizassem essa ferramenta, alcançando o maior público de vendas de produtos/serviços, afim de, continuar no mercado, evitando o fechamento de empresas.

Existem diversos métodos de divulgação de uma empresa, produto, serviço e etc. Neste trabalho iremos destacar a eficácia de uma rede social “Instagram” onde há várias ferramentas na própria rede social que possibilitam a divulgação, venda e até mesmo o crescimento do seu estabelecimento.

Palavras-chave: Instagram, negócios, divulgação, marketing digital, blogueiros, mercado inovador, vendas.

ABSTRACT

This work concluding the Technical course in Administration, brings content focused on Digital Marketing that is on the rise in the current global situation. Due to the pandemic of the new covid-19, it was an escape valve for small and medium-sized companies to use this tool, reaching the largest audience of sales of products / services, in order to continue in the market, avoiding the closing of companies.

There are several methods of publicizing a company, product, service and etc., in this work we will highlight the effectiveness of a social network "Instagram" where there are several tools in the social network itself that enable the disclosure, sale and even the growth of your establishment .

Keywords: Instagram, business, promotion, digital marketing, bloggers, innovative market, sales.

Sumário

1	INTRODUÇÃO	8
1.1	Tema	8
1.2	Problemática	9
1.3	Hipóteses	9
1.4	Justificativa	10
1.5	Objetivos	10
1.5.1	Objetivo geral	10
1.5.2	Objetivos específicos	11
1.6	Metodologia	11
2	MARKETING DIGITAL E SUA IMPORTANCIA	12
2.1	MERCHANDISING	13
3	A ECONOMIA NO MARKETING	14
3.1	TENDÊNCIAS DE MERCADO.....	14
3.2	E-COMMERCE:.....	15
4	O PODER DE ELEVAR UMA EMPRESA AO SUCESSO E AO FRACASSO 17	
5	GESTÃO DE TRÁFEGO.....	18
6	APLICATIVOS COMERCIAIS PODERÁ AUXILIAR NO MARKETING DIGITAL.....	18
7	ENTREVISTA.....	20
8	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	21

1 INTRODUÇÃO

Nosso trabalho irá apresentar a forma em que o marketing digital pode ajudar ou atrapalhar a sua empresa.

Marketing digital está presente de várias maneiras na empresa como: otimização de sites, criação de conteúdo, propaganda na internet, story em Instagram e Facebook e muito mais.

Em meio à pandemia muitas pessoas estão recorrendo a esse meio, pois é uma forma de fazer propaganda alcançando o maior número de pessoas, o aliado do marketing digital são redes sociais como: Instagram, Facebook, grupos no WhatsApp e sites da empresa, formando uma espécie de vitrine digital, é preciso muito estudo para saber qual é a que se encaixa para sua empresa.

As pessoas muitas vezes erram, quando não tem uma boa estratégia e ferramentas adequadas, causando uma má impressão da empresa.

Basicamente os benefícios são a economia, boa visibilidade na internet, ganha autoridade da marca, facilita as vendas, conquistar uma boa impressão aos clientes, acompanhar a jornada de compra e muitas outras.

O marketing digital é uma ótima ferramenta para os empreendedores no meio da pandemia, muitas vezes alcançam o melhor resultado, sendo assim é um bom aliado.

1.1 Tema

O marketing digital é uma ferramenta extremamente valiosa para a geração de resultados, principalmente em tempos de crise. De modo geral, é possível enxugar seus gastos e aumentar sua audiência ao mesmo tempo. Basta dedicar tempo em análises e estruturar uma estratégia de qualidade.

1- Baixo Custo Inicial: o marketing digital apresenta baixo custo inicial. É viável iniciar uma estratégia de SEO, por exemplo, escrevendo textos que podem projetar, de forma gratuita, o seu negócio nos mecanismos de busca.

2- Dados Mensuráveis: outro ponto positivo é que grande parte das ações de marketing digital é mensurável. Ou seja, você consegue entender o que está dando retorno de investimento, assim como formular hipóteses e experimentos a fim de aumentar vendas otimizando o investimento.

3- Acessibilidade: além disso, o marketing digital é extremamente democrático. É possível conversar com seu consumidor por meio do e-mail ou das redes sociais e atrair novos leads de forma menos invasiva, produzindo conteúdo de qualidade e optando por canais mais acessíveis do que os meios tradicionais de aquisição.

1.2 Problemática

A divulgação pelo marketing digital pode elevar ao sucesso, mas também pode elevar ao fracasso, uma imagem mal divulgada, uma frase mal colocada, dentre outros motivos à empresa pode ter problemas, inclusive com a justiça. As divulgações nas redes sociais, por exemplo, conteúdo não é qualquer informação e também não é a exibição, o tempo todo, dos seus produtos.

Por ser uma forma mais econômica de divulgação, o preço por uma ruim administração desse marketing pode causar prejuízos.

É essencial uma boa estratégia de marketing digital, para ser evitar erros como conteúdo sem proposta real. Ter objetivos e metas são de suma importância, mas pode ser um problema se não as definir de uma maneira específica, importante é que saiba aonde realmente quer chegar.

1.3 Hipóteses

Para o negócio dar certo, é necessário que a empresa esteja sempre por dentro do que está em alta no mercado das divulgações, redes sociais como, por exemplo, o Instagram; a ferramenta “Reels”, onde diversas microempresas a usam para atrair e manter essa ferramenta para conseguir cativar os seus clientes, tornando seu produto mais atrativo, e conseqüentemente, aumentando o valor das ações da empresa.

1.4 Justificativa

Com a pandemia do novo coronavírus, tornou-se tendência de mercado o marketing digital, onde empresas conseguem alcançar um maior público em um menor tempo, pois, devido às determinações sanitárias impostas pelo governo, as mídias sociais e o marketing digital se tornaram a válvula de escape para que os empresários a utilizassem, a fim de, conseguir manter o seu negócio funcionando e ter um contato com os seus clientes mesmo à distância.

1.5 Objetivos

O objetivo desse trabalho é mostrar como o marketing digital proporcionou aumentos de lucros e divulgações das pequenas empresas em tempos de crise econômica.

1.5.1 Objetivo geral

Mostrar como o marketing digital é uma ferramenta muito eficaz no momento de crise.

Ele é um conjunto de estratégias no mundo digital, o marketing está presente na nossa vida em quase tudo que olhamos.

O objetivo é promover serviços ou produtos de uma empresa, para alcançar melhores resultados, é importante garantir que seu cliente tenha uma ótima experiência usufruindo desse formato de marketing.

Ele vem crescendo, pois os empreendedores estão optando pela economia e facilidade no mundo digital.

1.5.2 Objetivos específicos

- A importância do marketing digital;
- Economia;
- O poder de elevar uma empresa ao sucesso e ao fracasso;
- Tendências de mercado;
- Merchandising;
-

1.6 Metodologia

- Pesquisa na internet;
- Livros;
- Redes sociais;
- Professores do curso;

2 MARKETING DIGITAL E SUA IMPORTANCIA

Hoje em dia o mundo vive um cenário que nunca imaginamos que fossemos estar passando, diversas empresas tiveram como solução de curto prazo o Marketing Digital, esse que por sinal, tornou-se tendência e acabou entrando de vez pra ficar no mundo. É de suma e extrema importância que esse novo método de venda e produtos seja levado a sério com outros olhares, tendo em vista que, no Marketing Digital você não precisa pagar um valor alto com alguns custos, tais como, salário de funcionários, água, luz, energia e principalmente com o aluguel do estabelecimento, falando de grandes estabelecimentos localizados em Shopping, e também os micros que ficam em locais onde o dono tem que custear com essas demandas.

Assim, o Marketing Digital acaba vindo com uma tendência inovadora que já está em alta no mercado inovador, existem muitas lojas de roupas, lanchonetes e até mesmo de peças e produtos que funcionam apenas no “Delivery” você faz o seu pedido e automaticamente você recebe o seu produto no conforto da sua casa.

Ela possibilita a interação com pessoas de praticamente qualquer lugar do mundo e fornece acesso a uma infinidade de conteúdo, com velocidade e simplicidade.

Basta olhar para as redes sociais: praticamente todas as pessoas que você conhece têm (pelo menos) um perfil no Facebook ou em outra rede social. Boa parte do dia a dia acontece ali, no ambiente virtual, seja na criação, consumo ou compartilhamento de informações.

E isso, é claro, não poderia deixar de influenciar o mercado: milhares de marcas têm uma identidade online, seja com um site, um blog, ou um perfil de rede social.

É claro que, por ser aplicado em um ambiente virtual, o Marketing Digital não pode ser utilizado da mesma forma que o Marketing Tradicional. Como será explicado mais adiante, é preciso levar em conta o modo que o cliente utiliza a internet, e como essa relação muda com o passar do tempo.

Pense, novamente, nas redes sociais. Antes delas, a conexão entre as pessoas dentro da internet era dada basicamente por acesso a sites e e-mails. Com a vinda dos fóruns e posteriormente das redes sociais como

conhecemos hoje, a relação da sociedade com a Internet mudou, e isso deve ser considerado para melhores estratégias.

2.1 MERCHANDISING

O Merchandising é um método de Marketing indispensável, formado por especialistas responsável por destacar os produtos e elevarem o mesmo a um nível que acelere gradativamente as vendas. De uma forma geral, o Merchandising pode funcionar de várias maneiras, sejam num comercial de Televisão, rádios, ou até mesmo no próprio Instagram. Uma pessoa que tem em torno de oito milhões de seguidores, facilmente conseguirá atingir dois milhões de visualizações em seus histories que duram um período de 24 horas, uma empresa que vende entregas de “delivery” de marmitas por exemplo, ao entregar uma sem cobrar nada para um famoso, um artista e o mesmo faz o Merchandising, com certeza as vendas da empresa aumentarão e muito. No verão uma tendência é que empresas doem biquínis a famosas ou até mesmo com 20 mil seguidores, o recebedor ganha a peça apenas para divulgar e no giro das vendas acaba repondo todo esse investimento que foi feito ao entregar um produto a uma pessoa famosa, essa é uma tendência que cresce bastante no mercado e tem a crescer mais ainda. Outro método que vem ganhando muito investimento são os sorteios no Instagram, onde um artista ou famoso arrumam uns patrocinadores que em troca ganham seguidores e divulga a sua marca, os famosos somam o valor que foi aplicado, por exemplo, 20 patrocinadores em troca de seguidores pagam 2 mil reais cada um, é feito um sorteio totalmente grátis de um carro de 30 mil reais, o ganhador leva o prêmio ou o dinheiro e os patrocinadores ganham seguidores que serão futuramente clientes de sua empresa e o famoso ainda leva uma parte do prêmio. São essas e outros métodos de Merchandising que estão em alta no mercado atualmente.

3 A ECONOMIA NO MARKETING

Essa palavra “Economia” há um bom tempo é falada em todos os programas e jornais da imprensa brasileira e mundial, devido à crise financeira que o nosso país já se encontrava, a nossa dificuldade em manter um estabelecimento ativo por muitos anos ficou ainda mais difícil, principalmente com o avanço da pandemia do novo coronavírus. Diversos comércios não aguentaram e tiveram que fechar as portas, aumentando mais ainda o número de pais/mães de famílias desempregados e agravando drasticamente a situação do país. Como uma alternativa de saírem desse cenário, foi onde começou as vendas online ou “E-commerce”.

O atual contexto, com a pandemia da Covid-19, o fechamento das lojas e as medidas de isolamento social fizeram com que várias empresas, principalmente os estabelecimentos com pontos físicos, tivessem que orientar seus investimentos para plataformas virtuais. Desse modo, o marketing digital ganhou ainda mais notoriedade.

Vale dizer que a crise do novo coronavírus não é a primeira e nem será a última situação problemática que iremos enfrentar. Afinal de contas, o Brasil é conhecido por suas instabilidades econômicas, por isso, é praticamente uma obrigação dos empreendedores aprender novas iniciativas para sobreviver no mercado.

3.1 TENDÊNCIAS DE MERCADO

Existem diversas tendências no mercado que contribuirão para que as empresas se adequem e continuem com os seus negócios, essas tendências são novos costumes e hábitos de consumo que tendem a crescer gradativamente com um grande potencial.

A economia colaborativa, principalmente de sustentabilidade é uma tendência que cresce a cada dia, alcançando um público maior daqueles que buscam os gastos mais inteligentes, investindo apenas no que realmente necessitam a compra. A busca por um mercado mais saudável também é uma das preocupações de toda a população, com os micros franquias houve uma redução de custos causados pela crise econômica brasileira, com um menor

investimento e uma estrutura necessária apenas para a tendência mais lucrativa, as micro franquias conseguem obter um lucro significativo, sem contar que a taxa é bem inferior aos próprios negócios, uma vez que estes chegam a ter 25% enquanto as micro franquias tem uma taxa em torno de 3%.

3.2 E-COMMERCE:

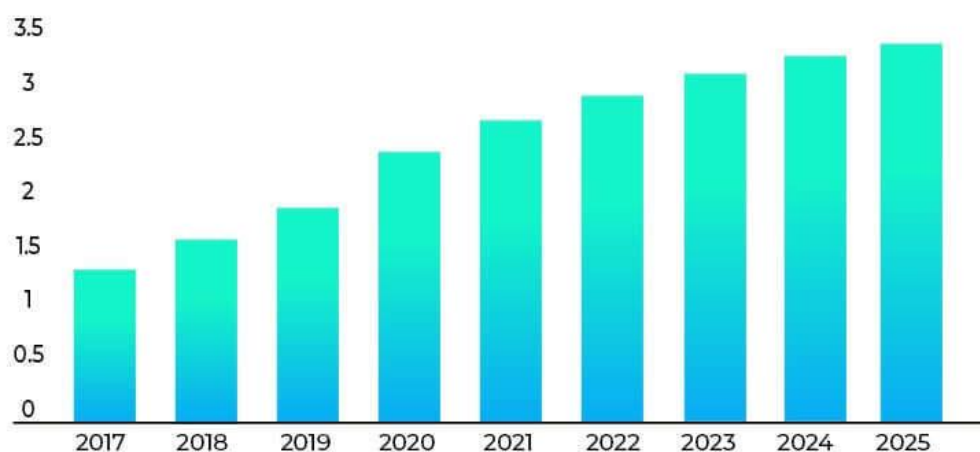
O comércio on-line tem crescido de forma acelerada e transformado o varejo. Isso foi ainda mais potencializado depois da pandemia do novo coronavírus, que obrigou a população a ficar em casa, fazendo com que as compras on-line fossem a melhor opção.

Mas, com tantas novas tecnologias e avanços na indústria, o próprio e-commerce tem sofrido grandes transformações. E, com certeza, isso é só o começo.

De acordo com a consultoria italiana Finaria e divulgação da Forbes, as vendas no varejo de e-commerce global atingirão mais de 2,7 trilhões de dólares em 2021, devendo chegar a 3,4 trilhões de dólares em 2025. Esses números expressam mais uma vez que o futuro do e-commerce é estável, sem indícios de queda.

SmartHint 

Receita no mercado do comércio eletrônico, de 2017 a 2025 (em trilhões de dólares)



Fonte: Statista (previsão ajustada com o impacto esperado pelo COVID-19)

Com esse crescimento, as vendas no e-commerce estão ganhando cada vez mais espaço no mercado de varejo. Se antes da pandemia as vendas on-line

representavam apenas 10% do varejo mundial, estima-se que, em 2021, irão compor 17,5% de todas as vendas globais.

4 O PODER DE ELEVAR UMA EMPRESA AO SUCESSO E AO FRACASSO

Durante a divulgação de uma empresa o vendedor deve tomar cuidado principalmente com os erros de português e com a propaganda que é oferecida, além de, ter muito cuidado com as pessoas que já conhece. Quando um negócio está no início às pessoas utilizam a frase de “meu negócio vai dá certo, porque conheço bastante gente”. Conhecer muita gente não significa que o seu negócio dará certo, de fato, o que é necessário é que o empresário precisa investir em estratégias que possam elevar o seu produto para as pessoas que realmente estão interessadas em adquiri-lo. Um estudo muito amplo é indispensável, obtendo as informações de: Onde o público está, o que o público consome o que eu espero daquele produto, como vai chegar até a pessoa e assim por diante, essas são informações seguras e precisas que contribuirão para que o negócio funcione.

Na empresa nada acontece por acaso, assim como o sucesso também podem ocorrer os fracassos mais comuns e também mais críticos. Dentre os principais fracassos está o de confundir os gastos pessoais com os investimentos para empresa, é de fato que todos sonham em ter uma empresa que dê um lucro em menos de um ano, essa seria a empresa dos sonhos, mas nem sempre é assim, aliás, muitas das vezes não é assim. O investimento com patrimônios não pode ser misturado com o investimento dos donos e algumas situações elevam o fracasso da empresa, tais como: carência de plano de investimentos que sejam compatíveis com a atual situação do mercado, investimento que não foram planejados, ou seja, exigir uma meta que não foi avaliada por pessoas competentes para o negócio, ausência do controle dos gastos, principalmente os que estão diretamente ligados a competência de gerenciar uma empresa; venda estoque, compra o que necessário, contabilidade, recursos humanos, financeiro e assim por diante. Acúmulo de dívidas e empréstimos também contribui para os gastos elevados e descontrolados da empresa, fazer vendas a parceladas para pessoas que não comprovaram rendas créditos e assim por diante. Inexperiência em mercado, vendas, e em negócios faz com que o

negócio se tende a ter um fracasso e por último a remuneração dos donos incompatíveis com a posição atual da empresa.

5 GESTÃO DE TRÁFEGO

O gestor de tráfego é uma profissão responsável por gerenciar os anúncios da conta de uma empresa. Certos profissionais dominam na área, diversas ferramentas de anúncios. Estão entre elas: Facebook Ads, Instagram Ads, Google Ads, Youtube Ads e LinkedIn Ads.

Uma empresa, que contrata um gestor de tráfego geralmente espera que traga resultados, todavia pode ocorrer de não ocorrer um grande alcance. Tendo um gestor de tráfego, a empresa pode facilitar com um profissional anunciar nas grandes redes sociais, podendo gerar um grande alcance, atraindo novos clientes e aumentando a demanda de seus produtos.

Geralmente, esses profissionais são encontrados pela internet, sendo empresas ou indivíduos que dedicam a sua carreira, somente aumentar o tráfego e alcance de empresas e ou comércios menores.

6 APLICATIVOS COMERCIAIS PODERÁ AUXILIAR NO MARKETING DIGITAL.

De acordo com vários grupos de uma sociedade do século 21, todo negócio precisa de um aplicativo porque o mercado móvel existe, o smartphone vem se tornando a ferramenta mais recente. Possibilitando criar um aplicativo, esse hábito poderá ser universal. As pessoas não compram só porque é o melhor produto, elas compram porque querem, e compararam e escolheram o melhor para o seu perfil é o que você vai comprar, esse processo poderá ser por meio de um celular.

A capacidade de sua empresa de expandir o seu negócio é muito grande por meio de um aplicativo, com um destaque maior relevância para sua empresa.

1. Aplicação de formulação
2. Promova sua marca
3. Atrair usuários
4. Fidelidade do cliente

No mercado de aplicativos, sua empresa está usando informações diretamente nas mãos de seus clientes, nada está mais perto do que um comunique-se enviando notificações e tenha uma vantagem clientes, onde estão seus clientes, onde está o telefone deles, isso é fundamentalmente, lidamos com concorrentes cada vez mais competitivos e toda a diferenciação e o que vai conquistar clientes e aumentar a utilidade da pesquisa.

Então, quando ele traz uma comunicação mais direta por meio de seu aplicativo a empresa terá a oportunidade de ir mais longe. Marcando assim a sua existência uma empresa do mercado mobile, uma empresa com visão de futuro.

7 ENTREVISTA

- **Grupo: Como você se interessou por marketing digital?**
- Paulo: Comecei a conhecer o marketing através de vários anúncios, com isso fui pesquisar mais sobre.
- **Grupo: Como uma empresa tradicional pode começar no marketing digital?**
- Paulo: Na forma mais tradicional, através de anúncios e divulgações nas redes sociais.
- **Grupo: Qual a maior dificuldade que as empresas encontram na execução de uma estratégia de marketing digital?**
- Paulo: Fazer que a publicação consiga ser interessante para os clientes, a ponto de eles adquirirem o produto que está sendo divulgado.
- **Grupo: Como você se mantém atualizado com as tendências?**
- Paulo: Através de notícias, e o sistema de publicações de outras empresas.
- **Grupo: Se você pudesse dar uma dica para os empreendedores que queira aplicar o marketing digital na sua empresa, qual seria?**
- Paulo: Primeiro pesquise sobre, estude e aplique tudo que aprendeu.

8 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

<https://gestaoclick.com.br/blog/3-fatores-que-contribuem-para-o-sucesso-de-uma-empresa/>

<https://jornaldoempreendedor.com.br/destaques/conheca-as-9-razoes-principais-do-fracasso-das-empresas/>

https://descomplica.com.br/pos-graduacao/gestao/mba-em-negocios-e-gestao-depessoas/?utm_source=ads_google&utm_medium=cpc&utm_campaign=mark_tech-psq-nonbrand-posgrad-gestao&utm_term=destino-curso-gestao-dsa&utm_content=destino-curso-gestao-dsa&gclid=Cj0KCQjwwLKFBhDPARIsAPzPi-JEmf7QJnQjWURvBml_fVS28MpaPqaaZymf_SrA4H12M9T9I1-5ekYaAn7XEALw_wcB

<https://resultadosdigitais.com.br/especiais/marketing/>

<https://www.agendor.com.br/blog/o-que-e-tendencia-de-mercado/>

<https://neilpatel.com/br/blog/merchandising/>

<https://migreseunegocio.com.br/aplicativos-para-marketing-digital/>

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline/marketing-digital-para-o-empreendedor,f870b8a6a28bb610VgnVCM1000004c00210aRCRD>

<https://dnldigital.com.br/gestao-de-trafego/>