

MARKETING DIGITAL O USO DAS REDES SOCIAIS COMO ESTRATÉGIA DE MARKETING UTILIZADO PELAS EMPRESAS DE PRESIDENTE FIGUEIREDO

Ronaldo Portela Pereira¹ e Jailson Raimundo Negreiros Guimaraes²

RESUMO

Este artigo apresenta o uso das redes sociais mais utilizadas como uma estratégia de marketing na empresas de Presidente Figueiredo, seu objetivo principal é demonstrar como as plataformas mídias sociais podem ajudar nas estratégias das empresas e tendo como objetivos específicos apresentar quais são as mídias sociais mais e menos utilizadas, quais os benefícios que a utilização das redes sociais para as empresas e por fim apresentar quais as dificuldades para se implantar o marketing digital nas empresas. O método realizado na pesquisa quanto a sua finalidade foi a descritiva, onde foi realizado um estudo detalhado, com uma coleta de dados, análises e a interpretação dos mesmos, não havendo interação ou envolvimento do pesquisador no tema da pesquisa. Quanto aos meios a pesquisa utilizou o método bibliográfico e documental, pois foi utilizado para elaboração desta pesquisa uma vasta pesquisa, através de referências bibliográficas, assim como a aplicação de um questionário com a finalidade de identificar os benefícios que o marketing digital, neste caso o uso das principais plataformas sociais como, Facebook, Instagram, WhatsApp e etc., podem oferecer para as empresas de Presidente Figueiredo, sejam elas micro, pequenas ou grandes. Essa pesquisa foi voltada para uma perspectiva geral sobre o uso das principais mídias sociais, realizando um levantamento sobre quais são as mais e menos usadas pelas empresas, se houve ou não algum crescimento nessas empresas, quais as mídias sociais que podem ser utilizadas para determinado mercado e etc. O resultado da pesquisa mostrou a importância do marketing digital na divulgação dos produtos dos empreendedores, mostrou como a mídia social vem sendo utilizada para venda desses produtos. Desta forma, esta pesquisa descreve os vários os pontos em relação ao uso das mídias e redes sociais nas empresas de Presidente Figueiredo, entrelaçadas com as suas estratégias de marketing, apresentando como as mídias sociais estão sendo utilizadas pelas empresas.

Palavras-Chave: Marketing; Estratégia; Redes sociais.

1 Discente de Administração – IFAM/Campus Presidente Figueiredo. E-mail: rportela584@gmail.com.

2 Especialista em Gestão Pública. Professor EBTT – IFAM/Campus Presidente Figueiredo. E-mail: jailson.guimaraes@ifam.edu.br.

DIGITAL MARKETING

the use of social networks as a marketing strategy used by the companies of Presidente Figueiredo

ABSTRACT

This article presents the use of the most used social networks as a marketing strategy in the companies of Presidente Figueiredo, its main objective is to demonstrate how social media platforms can help in the strategies of the companies and having as specific objectives to present which social media are the most and less used, what benefits the use of social networks for companies and finally present the difficulties to implement digital marketing in companies. The method carried out in the research regarding its purpose was descriptive, where a detailed study was carried out, with data collection, analysis and interpretation of the same, with no interaction or involvement of the researcher in the research topic. As for the means, the research used the bibliographic and documentary method, since a vast research was used to prepare this research, through bibliographic references, as well as the application of a questionnaire in order to identify the benefits that digital marketing, in this case, the use of the main social platforms such as Facebook, Instagram, WhatsApp and etc., can offer to Presidente Figueiredo's companies, whether micro, small or large. This research was aimed at a general perspective on the use of the main social media, carrying out a survey on which are the most and least used by companies, whether or not there was any growth in these companies, which social media can be used for a particular market. and etc. The research result showed the importance of digital marketing in the dissemination of entrepreneurs' products, showed how social media has been used to sell these products. In this way, this research describes the various points in relation to the use of media and social networks in Presidente Figueiredo's companies, intertwined with their marketing strategies, presenting how social media are being used by companies.

Keywords: Marketing; Strategy; Social networks.

INTRODUÇÃO

O mundo dos negócios mudou drasticamente nas últimas décadas, o grande avanço tecnológico possibilitou novas formas de implementar estratégias relacionadas ao marketing, a competitividade vem aumentando de forma acelerada e com a globalização comercial de hoje em dia, um pequeno comerciante de qualquer lugar do mundo pode disputar mercado com qualquer outra empresa

localizada seja onde estiverem. O mundo está conectado, e sua grande parte através de mídias ou redes sociais que são cada vez mais utilizadas pelas empresas para a promoção ou impulsão de produtos ou serviços.

O marketing digital é o marketing feito na internet, trazendo inúmeras possibilidades para as empresas. Uma das principais estratégias utilizadas do marketing digital é o uso das redes e mídias sociais, no qual possibilitam que os empresários tenham ligação direta com o cliente. Os mais variáveis tipos de mídias sociais podem abranger um número maior de pessoas, sem falar das redes sociais que são várias divididas em nacionais e mundiais. Existe também as redes sociais que são mídias sociais por possuírem as mesmas características.

As mídias e as redes sociais têm um papel muito importante nas organizações, que é o de manter informado e atualizado das tendências da população, além de encarregá-la de dar um feedback rápido e em tempo real para as empresas.

Em Presidente Figueiredo a pesquisa foi realizada com 47 empreendedores, notou que 64% dos entrevistados utilizam as estratégias de Marketing Digital através das mídias ou redes sociais, foram postas aos mesmos as 10 (dez) principais mídias e redes sociais utilizadas pelas empresas no Brasil, também foi avaliado as principais dificuldades de pôr em prática o Marketing Digital em seus negócios.

REFERENCIAL TEÓRICO

Marketing digital

O Marketing Digital surgiu por volta de 1990 com a famosa WEB 1.0, mas que teve seu reconhecimento no ano de 2000 que foi quando a tecnologia havia avançado, trazendo consigo as primeiras redes sociais e o Google sendo usado como ferramenta de busca, dando início a WEB 2.0. Essa evolução fez com que as empresas tivessem um contato mais promissor com seus clientes sem gastar muito e economizando tempo.

O que é marketing digital?

O Marketing Digital é processo social por meio do qual pessoas e grupos de pessoas satisfazem desejos e necessidades com a criação, oferta e livre negociação de produtos e serviços de valor com outros. Podemos definir marketing digital como todas as ações que usam a internet ou dispositivos eletrônicos para divulgar um produto ou uma marca. Atualmente, é uma das principais estratégias para alcançar e se relacionar com clientes em potencial, desta forma, o Marketing Digital é o marketing realizado em ambiente digital.

Como o marketing digital funciona?

O Marketing Digital funciona de maneira fácil e prática, a empresa lança uma

informação sobre o que você quer comprar em um determinado período e espera um feedback do consumidor em tempo real, assim dependendo do resultado a empresa busca saber se o que ela está oferecendo agrada ou não o consumidor.

Redes sociais

As redes sociais estão sendo usadas atualmente como ferramenta de vendas online pelas empresas, ou seja, as empresas usam as redes sociais para interagir com seus clientes assim esperando dele um feedback rápido, para que a empresa possa saber se a procura e demanda sobre o que está oferecendo estão altas ou baixas, assim evitando desperdício, economizando tempo e dinheiro.

As redes sociais são comunidades online onde grupos de pessoas ou empresas que utilizam para troca informação ou divulgação fotos, vídeos, ente outros. O objetivo das redes sociais são a comunicação e deslocamento de informação entre pessoas. Para as empresas o objetivo das redes sociais é divulgar seus produtos ou serviços prestados para as pessoas, com o propósito de alcançar o maior número de clientes virtuais.

No Brasil segundo a pesquisa realizada em janeiro de 2020, o balanço populacional atingiu 211.8 milhões de pessoas, destas 205.8 milhões de pessoas com celulares, do mesmo, 150.4 milhões tem acesso à internet e 140 milhões estão ativos em mídias e redes sociais. As redes sociais mais utilizadas no Brasil em ordem de acessos são o You tube, Facebook, WhatsApp, Instagram, Facebook Messenger, Twitter, Pinterest, LinkedIn, Skype e Snapchat.

Mídias sociais

Mídias sociais são ferramentas de comunicação baseadas na web, as quais permitem que as pessoas interajam entre si, compartilhando e consumindo informações em tempo real. As mídias sociais podem ser encontradas em vários tipos, e estão cada vez mais presentes atualmente, sendo um alvo perfeito para as empresas.

Tipos de mídias sociais

Microblogs são as mídias com rapidez para compartilhar conteúdo como o Twitter. Redes sociais de conteúdo, são as redes que compartilham de informação, por isso que existe aplicativos de redes sociais que também são mídias sociais como o Youtube, Pinterest e Medium. Blogs já são velhos conhecidos da internet e continuam em alta, sobrevivendo às mudanças. Hoje, estão na base do marketing de conteúdo e são prioridade para 53% dos profissionais da área.

Quais são as principais mídias sociais?

As principais mídias sociais são o Facebook, Youtube, LinkedIn, Instagram,

Twitter, Pinterest, Snapchat, WhatsApp e Facebook Messenger. Como dito antes apenas algumas redes sociais são consideradas mídias sociais, por conta de terem as características das mídias sociais. Muitos autores defendem que as mídias sociais e as redes sociais são as mesmas, isso por que seus conceitos são muito parecidos, mas o que diferencia uma mídia social de uma rede social são seus usos e características. A rede social é utilizada como uma comunidade online onde todos conversam, postam conteúdo e compartilham vídeos, fotos, áudios, etc. Nas redes sociais são permitidos o livre argumento, ou seja, todos podem escrever o que quiser e quando quiser. Já as mídias sociais compartilham informação em vídeos, fotos, etc. As mídias sociais têm como meio de comunicação os comentários, uma forma utilizada muito pelas empresas para saberem a opinião de seus clientes em menos tempo. Tem as exceções das mídias sociais que também são redes sociais.

Principais mídias e redes sociais que as empresas trabalham com o marketing digital no Brasil

Dentre todas as mídias ou redes sociais que são utilizadas no marketing digital das empresas existem aquelas que se sobressaem devido a sua popularidade, facilidade de acesso, público a ser atingido entre outras características, aqui falaremos sobre as aquelas consideradas as principais conforme pesquisas já realizadas.

WhatsApp

A palavra WhatsApp vem do trocadilho “what’s up” em inglês que tem o significado de “e aí”. O WhatsApp foi fundado por Jan Cuon e Brian Acton, o WhatsApp passou a ser do Facebook a partir do ano de 2014, Tem como objetivo principal facilitar a comunicação entre pessoas distantes, com o uso das mensagens de voz e a vídeo chamada, além de possibilitar o compartilhamento de mídias como fotos, vídeo, arquivos entre outros. O WhatsApp possibilitou para que as empresas usassem o WhatsApp Business para a divulgação de seus produtos ou serviços, ou seja, com uma ferramenta de transmissão via grupos no WhatsApp, seria muito mais fácil para o vendedor e para o cliente que não precisaria sair de casa para comprar um produto ou serviço. Mas tudo tem seu lado ruim os grupos de WhatsApp hoje suportam 256 pessoas (na nova regra de grupos do WhatsApp), sem controle disso o grupo criado para divulgação de seus produtos ou serviços pode simplesmente derrubar sua empresa por conta da desordem, caso não aja regras e moderadores (ou administradores) no grupo o seu plano de usar Marketing Digital no WhatsApp não vai funcionar. Por isso que antes de utilizar o WhatsApp como meio de Marketing Digital, faça um planejamento para ver se você deve ou não usar o app para suas divulgações.

Facebook

O Facebook teve início no ano de 2003. Foi criado por Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz e Chris Hughes que eram estudante da Universidade de Harvard, que tinha como primeiro objetivo a ligação entre os alunos da universidade. No ano de 2005 ele se tornou o facebook de hoje, em que todos em acesso. Seu objetivo agora é conectar pessoas para torna um mundo mais transparente. Com tantas pessoas conectadas ao facebook que ele acaba sendo uma das redes sociais mais utilizadas para o Marketing Digital ,ou seja, quanto mais gente mais resultado, quando o que a empresa quer vender for lançada no facebook ela irá com um link no qual será compartilhada entre muitas pessoas, assim a empresa conseguiu um feedback melhor, podendo chegar até um rank global.

Instagram

O Instagram e uma rede social utilizada para postagem de vídeos de curta duração e interação com outras pessoas através de likes e comentários. Kevin Systrom e o brasileiro Mike Krieger foram os criadores do Instagram no ano de 2010. Em um ano o Instagram teve mais de 10 milhões de usuários, sendo que ele estava disponível apenas para iPhones e iPads, o Instagram ficou disponível para os dispositivos Android apenas quando a Facebook o comprou por 1 bilhão de dólares. O Marketing Digital se enquadra perfeitamente nesse app, pois com seus recursos de vídeos curtos, curtidas, seguidores e o que faz a mágica acontecer os influenciadores. Os influenciadores têm um papel muito importante no Marketing Digital feito no Instagram, pois são eles que apresentam o que a empresa quer vender, e quanto mais seguidores mais publicidade para empresa, ou seja, no Instagram o sucesso é tudo, assim como um influenciador pode fazer uma empresa crescer ele também pode fazer com que ela caia.

YouTube

A plataforma do Google chamada de Youtube é conhecida no mundo todo como um meio no qual se utiliza para a postagem e visualização de vídeos. A palavra "Youtube" foi feita a partir de dois termos da língua inglesa: "you", que significa "você" e "tube", que provêm de uma gíria que muito se aproxima de "televisão". O Youtube tem um público mundial com cerca de 1,9 bilhões de usuários, assim as empresas usam o Youtube para divulgarem seus produtos ou serviços através de anúncios, influenciadores ou de seu próprio canal criado na plataforma, tendo como objetivo um feedback rápido através dos comentários dos clientes usuários do Youtube.

Linkedin

O Linkedin é uma rede social para utilização estritamente profissional. Digamos que é um currículo online no qual possibilita todo usuário a estar sempre

disponível a amigos, contatos de amigos e a outros usuários profissionais. Os usuários do LinkedIn usam a plataforma para procurar contato profissional e emprego. Para se manter sempre a frente da concorrência, cada usuário alimenta seu perfil com cursos, profissionalização, especialização, etc. Já as empresas usam o LinkedIn para recrutar e divulgar informações institucionais. O LinkedIn é o meio mais próximo de uma pessoa trabalhar na função e até mesmo na empresa que tanto sonhou.

Pinterest

O Pinterest é usado para os seus usuários possam divulgar e encontrar ideias de forma prática através de fotos. Para o Marketing Digital tem como função o aumento do engajamento e as conversões do negócio. Como as imagens são algo simples e com apenas um olhar o usuário já fica encantado, faz com que as empresas busquem mostrar seus produtos e fazer com que seus clientes se agradem e vá atrás do produto exibido, assim conseguindo direcioná-lo para o site de sua empresa. Além dessa grande estratégia a empresa tem um feedback por visualização, ou seja, ela controla o número de pessoas interessadas no produto para assim aplica suas estratégias para torná-lo um possível cliente.

METODOLOGIA

O método realizado na pesquisa quanto a sua finalidade foi a descritiva, onde foi realizado um estudo detalhado, com uma coleta de dados, análises e a interpretação dos mesmos, não havendo interação ou envolvimento do pesquisador no tema da pesquisa. Quanto aos meios a pesquisa utilizou o método bibliográfico e documental, pois foi utilizado para elaboração desta pesquisa uma vasta pesquisa, através de referências bibliográficas, consultadas por meios de livros, revistas, sites da internet e artigos relacionados ao assunto. Também foi utilizado como instrumento de coleta de dados um questionário produzido no google formulários contendo 7 (sete) questões relacionadas ao tema da pesquisa. O universo da pesquisa foram os empreendedores de Presidente Figueiredos, tendo uma amostra de 47 empresas, dentre vários seguimentos de negócios. A tipologia aplicada na pesquisa foi a qualitativa, para desta forma traduzir tudo aquilo que pode ser quantificável, ou seja, ela iria traduzir em números as opiniões e informações para então obter a análise dos dados e, posteriormente, chegar em uma conclusão.

As informações coletadas foram transformadas em gráficos para melhor apresentação das análises dos dados.

PRINCIPAIS REDES E MÍDIAS SOCIAIS UTILIZADAS PELAS EMPRESAS DE PRESIDENTE FIGUEIREDO

Com o intuito de saber quais e como são usadas as mídias ou redes sociais, foi feito um questionário com 7(sete) questões usando o Google Formulários e aplicando-o a 47(quarenta e sete) empresas em Presidente Figueiredo sendo eles divididos em hotéis, lanchonetes, cachoeiras, comércios, lojas e outros (figura 1). Dos quais 30 participantes dizem usar os recursos das mídias e redes sociais como estratégias de Marketing Digital (figura 2).

Figura 1: Tipos de negócios

Qual seu tipo de negocio ?	
TIPOS	QUANTIDADE
comercio	15
hotel	5
lanchonete	10
loja	5
cachoeira	5
outro	7
total	47

Fonte: Autores.

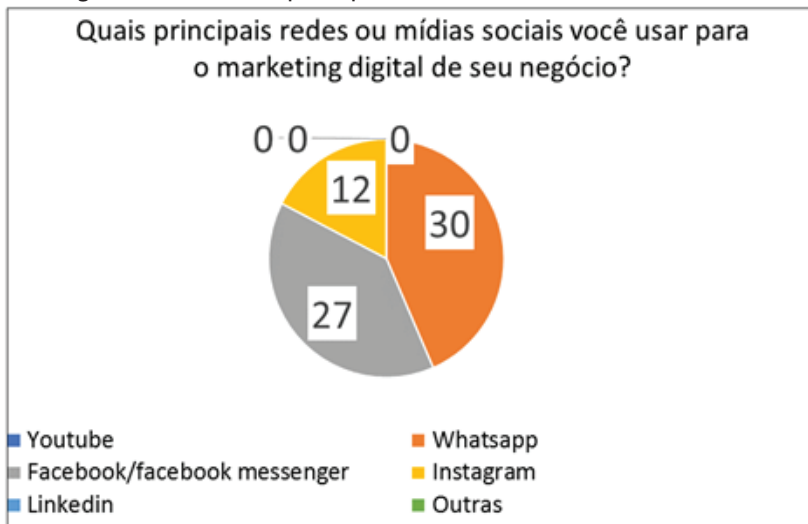
Figura 2: Gráfico de utilização de ferramentas de marketing digital



Fonte: Autores.

Na pesquisa foram postas as 5 (cinco) principais redes e mídias sociais utilizadas pelas empresas no Brasil. Com WhatsApp, Facebook/Facebook Messenger e Instagram, já as menos utilizadas são o Youtube e o LinkedIn, como mostra a figura 3 abaixo:

Figura 3: Gráfico das principais redes ou mídias sociais utilizadas



Fonte: Autores.

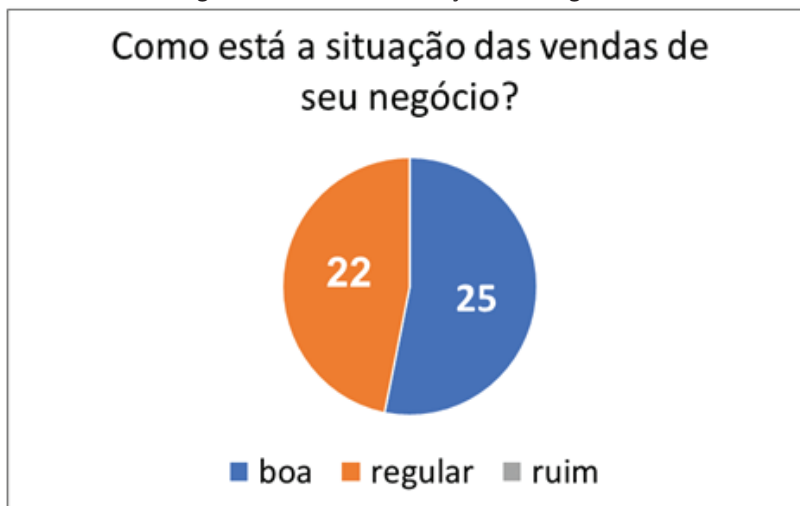
12 participantes dos participantes, afirmam que o Marketing Digital não é viável em seus negócios, sendo ele dividido em comércios e hotéis (figura 4). Como principal fator para os participantes não considerarem o Marketing Digital é sua situação de vendas, sendo dita pelos mesmos regulares (figura 5).

Figura 4: Viabilidade do uso do marketing digital



Fonte: Autores.

Figura 5: Gráfico da situação dos negócios



Fonte: Autores.

Também é importante ressaltar o uso dos meios de atendimento, pois é essencial para o desenvolvimento da empresa. Na pesquisa aplicada foi colocado os principais meios de atendimento como online, presencial, ligação e delivery. Na pesquisa apenas 15 usam atendimento via internet, o que aparentam vantagens para eles como a facilidade e rapidez no processamento do pedido (figura 6), os outros disseram que seus negócios não necessitam do atendimento online.

Figura 6: Gráfico meios de atendimento



Fonte: Autores.

7 PRINCIPAIS DIFICULDADES QUE OS EMPREENDEDORES DE PRESIDENTE FIGUEIREDO ENFRENTAM PARA A APLICAÇÃO DO MARKETING DIGITAL PELA REDES E MÍDIAS SOCIAIS

Pedimos que os entrevistados colocassem diante da pesquisa quais eram as principais dificuldades que eles enfrentam para a aplicação do marketing digital pelas redes e mídias sociais. Com base nas dificuldades relatadas, podemos classificá-las em 3 (três) que são: Qualificação, Conhecimento e tempo.

QUALIFICAÇÃO: dado como uma dificuldade a qualificação para aplicação do Marketing Digital utilizando as redes e mídias sociais e importante, mas não necessariamente obrigatório ter qualificação para manusear suas divulgações pelas mídias e redes sociais.

CONHECIMENTO: O conhecimento do uso das mídias e redes sociais para divulgação e algo simples de se obter pois temos o auxílio de vídeos aulas. Os entrevistados deram como dificuldade o conhecimento por ser para eles algo novo, os que já usam dizem que a melhor formar e contratar uma pessoa profissional ou que tenha o conhecimento necessário para usar as redes e mídias sociais para a divulgação de sua empresa.

TEMPO: tempo foi dito pelos entrevistados como uma dificuldade, pois como é algo novo para eles teriam que organizar seu tempo para uma melhor administração das divulgações. Uma solução para a dificuldade da qualificação deve-se a busca de conhecimento, que podem ser facilmente adquiridos através de cursos ou vídeo aulas grátis. O tempo pode ser resolvido com a contratação de uma pessoa específica para o trabalho.

Figura 7: Gráfico das empresas que usam o marketing digital



Fonte: Autores.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo geral desse projeto é mostrar como as principais redes sociais podem ajudar nas estratégias das empresas, com base nas análises de dados da pesquisas e com o conhecimento adquirido através de pesquisas via web, artigos e bibliográficas, chegou-se a conclusão que em Presidente Figueiredo tem bastante empreendedores focados no uso das redes ou mídias sociais, com relevância para as lanchonetes, cachoeiras, farmácias e hotéis (Gráfico 6).

Neste sentido os empreendedores mostraram, mesmo sem o devido conhecimento, a aplicação de 2 (dois) P dentre os 4P de marketing, o P de praça (distribuição) utilizando a redes sociais como um instrumento de localização dos seus clientes fazendo a distribuição dos seus produtos e o P de Promoção (comunicação) onde utilizaram as redes sociais para promover seus produtos ampliando a sua capacidade de comunicação. Verificou-se ainda que são poucos os comerciantes se ariscaram no Marketing Digital pelas redes ou mídias sociais, mas os que investiram tiveram bons resultados, com 8 dos que usam as estratégias de Marketing pelas redes ou mídias sociais são das lanchonetes.

Concluindo assim que foram alcançados os objetivos específicos tais como quais são as mídias sociais mais e menos utilizadas, quais os benefícios que a utilização das redes sociais podem trazer para as empresas e quais as dificuldades para se implementar o marketing digital nas empresas, que foram mostrados de acordo com o andar da pesquisa, ao final pode-se dizer que a estratégia do Marketing Digital através das mídias ou redes sociais ajudam as empresas de Presidente Figueiredo na comunicação e agilização de vendas online de forma prática e eficaz.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Adriana. **Tudo sobre a rede social mais utilizado do mundo**. Rockcontent, 2016. Disponível em: <<https://rockcontent.com/blog/facebook/>> Acesso em: 12 mar. 2020.

BENTO, Andress. **O que são redes sociais**, 2017. Disponível em: <<https://postspot.co/redes-sociais/>>. Acesso em: 12 mar. 2020.

CASAROTO, Camila. **Guia do penterest: Como usar um dos mecanismos de busca virtual do mundo**. Disponível em: <<https://rockcontent.com/blog/pinterest/>> Acesso em: 12 mar. 2020.

CONCEITOS.COM. **Rede social – conceito, o que é, significado**. Disponível em:

<<https://conceitos.com/rede-social/>>. Acesso em: 12 mar. 2020.

DIANA, Juliana. **Redes sociais**. Disponível em<<https://www.todamateria.com.br/redes-sociais/>> Acesso em: 12 mar. 2020.

FIGUEIREDO, Paulo. **Quinze funções do google+ que vai surpreender você**. Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/dicas-e-tutoriais/noticia/2014/02/quinze-funcoes-do-google-que-vao-surpreender-voce-veja-lista.html>>. Acesso em: 12 mar. 2020.

GREENFIELD, Marlene. **Redes sociais mais populares do mundo em abril de 2020**. Disponível em<<https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>>. Acesso em: 13 mar. 2020.

IDEAL MARKETING. **Saiba o que é google+ e como ter mais visibilidade para sua empresa na web**. Disponível em: <<https://www.idealmarketing.com.br/blog/o-que-e-google-plus/>>. Acesso em: 12 mar. 2020.

ROCHA, Hugor. **Redes Sociais: o que são, benefícios e as 10 principais no Brasil**. Disponível em<<https://klickpages.com.br/blog/redes-sociais-o-que-sao-beneficios/>>. Acesso em: 14 mar. 2020.