

MARKETING DIGITAL APLICADO EM EMPRESAS DE E-COMMERCE

Chalanda Gonçalves do Nascimento

Emily Victória Messias de Oliveira

Juliana de Brito Ramalho da Silva

Vitória Souza Borges

Elen Raiane Silva Machado

RESUMO

O marketing digital é uma estratégia de promoção de produtos, serviços ou marcas utilizando plataformas online. Ele envolve uma variedade de estratégias e técnicas, incluindo publicidade online, marketing de conteúdo, mídias sociais e muito mais.

No marketing digital, o objetivo principal é alcançar o público-alvo de uma empresa de forma eficiente, por meio de canais digitais. Isso é feito através de campanhas de marketing online, anúncios para grupos específicos de consumidores, assim produzindo conteúdo relevante e valioso para atrair e reter clientes. Uma das principais vantagens do marketing digital incluem capacidade de medir e acompanhar os resultados das campanhas em tempo real e alcançar o público-alvo na era digital. O marketing digital tem sido de extrema importância para as organizações onde pode representar boa parte das vendas. Investir em marketing digital é novo para muitas empresas, porém, a falta de investimento na área impede que as empresas alcancem um potencial maior com divulgação na internet.

PALAVRAS CHAVE: Marketing digital, público – alvo, e-commerce

INTRODUÇÃO:

O marketing digital é uma ferramenta que está em alta nos dias de hoje. Ele surgiu nos anos de 1960 juntamente com a internet, mas só foi se tornar reconhecido e utilizado após a década de 90. Ele permite que você se conecte com seus consumidores

em potencial em tempo real. Basicamente são ações de comunicação com seus clientes fidelizados e aqueles que estão em potencial que as empresas podem utilizar por meio da internet, principalmente. A grande questão é voltada ao e-commerce. Ele em si já se encontra reconhecido em todo mundo e maioria das pessoas fazem compras online, esse mercado está crescendo de forma gradual e muito rápido. Mas como o marketing digital pode ser aplicado e pode-se melhorar o e-commerce sem prejudicar as vendas feitas em comércio local.

O objetivo do marketing digital é ser menos hostil e mais cordial fazendo assim com que as pessoas encontrem sua empresa de forma natural e que tenham acesso ao produto que desejam sem serem lotados de propagandas a todo momento. Por este motivo a porcentagem de clientes que vão até uma empresa para adquirir seus serviços e/ou produtos através da internet e de redes sociais como: facebook, Instagram, tiktok entre outras, acaba sendo maior em relação às divulgações feitas através de outdoors e anúncios em televisões e rádios.

Esta pesquisa irá agregar em questões sociais como solução do reconhecimento de empresas pequenas de forma mais rápida, mais vantajosa em questão de valores de aquisição, logo o investimento em mão de obra e novos colaboradores será maior e basicamente tudo hoje se relaciona à internet, logo quanto mais o mundo estiver a par de como funciona o meio da comunicação digital melhor será para um futuro tecnológico.

Em âmbito científico ela trará mais resultados para serem utilizados como dados de estudos sobre a tomada de decisões para novas estratégias de marketing em uma empresa. Como e quando aplicar, o que os clientes mais acessam, o que mais gera interesse neles ao ver um anúncio entre outros.

Com base nas informações adquiridas até aqui busca-se obter dados o suficiente com a pesquisa para aplicar o marketing digital em empresas que trabalham com o e-commerce, mas sem que ele vire o principal ponto de venda, para que não tire a empregabilidade do comércio local.

Também a compreensão sobre a funcionalidade do marketing digital e quais ferramentas podem ser utilizadas para aplicá-lo as empresas, se seus custos são viáveis e se gera um rápido retorno e também como o e-commerce iria melhorar aplicando-se a esse meio comunicativo digital.

1- O Marketing Digital

O marketing digital é a área que faz a divulgação e propaganda de um produto e/ou serviço entregue através de uma plataforma digital. Essa divulgação é feita no ambiente virtual através de links patrocinados, redes sociais, entre outros. Todo o marketing é feito com base nas características, proposta e público-alvo da empresa, por isso, é importante analisar as estratégias disponíveis para utilizar de acordo com a necessidade.

“Para Kotler (2007), Marketing Digital ou Marketing 4.0 é a atualização do Marketing que compreende a realidade do consumidor conectado, que é aquele que leva em consideração, na sua decisão de compra, informações disponíveis na internet sobre empresas e produtos. Segundo ele, o marketing digital é só uma faceta do sucesso das empresas no futuro digital. Para ele, poder de voz que a internet e as mídias sociais deram para as pessoas para falar abertamente sobre as empresas, se avaliam elas como boas ou ruins, determina que todas as empresas precisam ser boas” A internet foi evoluindo nos anos 2000, o número de usuários foi aumentando cada vez mais, e foi aí que as empresas passaram a dar mais ênfase a esse setor. O marketing digital é uma tecnologia que está em constante evolução e é preciso ter uma adaptação em relação às necessidades das marcas e dos perfis dos públicos.

Embora esteja sempre se reinventando, no marketing digital o seu conteúdo nunca muda, pois é um conteúdo de alta qualidade. A estratégia desse conteúdo é falar da coisa certa, no momento certo para o público certo, essa estratégia passou a ser conhecida como Marketing de Conteúdo. Essa ferramenta foi evoluindo a partir do momento em que as empresas enxergavam como poderiam ser identificadas por milhões de pessoas através desse espaço virtual. O marketing digital revolucionou a forma em que as empresas divulgam seus produtos e serviços, porém nem sempre foi assim, pois antes não era fácil ter acesso à internet em casa.

Muitas empresas que atuam com o e-commerce não conseguem se integrar ao mundo digital "marketeiro", pois não conhece quais estratégias, métodos e meios de comunicação e com isso opta por ficar apenas no comércio local. É interessante para essas criar seu marketing voltado à comunicação e multimídia pois assim alcançará um público maior e de forma mais rápida e além do comércio local que é o contato cara a cara com o cliente também terá o seu comércio agregado nas redes sociais podendo assim criar um relacionamento mais longo com seu cliente, fidelizando o com sua marca e deixando-o sempre atualizado de todas as informações e alterações ocorrentes na empresa.

O marketing digital já se tornou reconhecido globalmente por muitas empresas. Antes de colocá-lo em prática é interessante fazer uma certa pesquisa de mercado, análise swot e planejamento para saber qual o melhor caminho e quais as melhores estratégias que podem ser utilizadas para alavancar um negócio dentro do mundo corporativo digital. Ter o conhecimento sobre redes como: LinkedIn, Instagram, Facebook, Twitter, WhatsApp é essencial para se adentrar nesse meio digital e através delas buscar cursos para adquirir domínio sobre ferramentas dentro das mesmas que possibilitam entrega de informações à consumidores em potencial de forma mais rápida, sistema de fidelização de contatos, funil de vendas, entre outros. Um exemplo de ferramenta que faz parte do marketing digital é o Facebook Adwords e Google Ads eles permitem a customização, criação e acompanhamento de anúncios e com isso pode-se fortalecer o relacionamento com clientes e com a marca.

Cada rede social com suas particularidades, públicos, formatos e linguagens oferecem as empresas diferentes possibilidades de comunicação, o grande diferencial do marketing digital para os outros é o poder de interação com o público, além disso, o consumidor se mantém perto da marca em seus momentos de navegação nas redes sociais. As plataformas digitais oferecem também informações importante sobre o público que acompanha a marca; cargos, interesses e idades. O monitoramento dessas menções permite saber o que o público pensa e fala sobre a marca. Além de que ajudar a segmentar os anúncios com maior precisão, com o fornecimento destes dados é possível que os anunciantes invistam em publicidades mais eficientes, que trazem um maior retorno por conseguirem direcionar o marketing ao público desejado e até mesmo alcançar uma bolha diferente.

2- A Importância do Marketing Digital para as Empresas de E-commerce

Deixar o marketing nas mãos de quem não entende vem se tornando um grande erro que pode fazer os negócios despencarem. Em um mercado onde há tantas opções, o público se torna exigente quando o assunto é compras, e para quem está vendendo, não é interessante que o seu concorrente tenha um conteúdo melhor que o seu e se comunique melhor que você, mesmo vendendo os mesmos produtos e/ou serviços.

O marketing digital não é apenas posts em redes sociais, mas há muito trabalho envolvido como: o estudo do público alvo e como adaptar sua linguagem para que haja uma boa comunicação entre empresa e cliente.

Como uma ramificação das técnicas tradicionais de publicidade, o marketing digital vem se tornando cada vez mais uma importante ferramenta na hora de atrair novos usuários para o e-commerce. O grande diferencial está na geração e na manutenção dos dados, afinal, é possível acompanhar tudo em tempo real, o que ajuda a determinar as próximas ações. Isso porque a interação do usuário com a plataforma gera diversos dados que podem ser usados para compreender o interesse do público e realizar alterações que se moldem às necessidades do e-commerce. Abaixo, separamos alguns benefícios da presença digital. No mundo do marketing, por mais que as coisas pareçam estar bem, sempre há algo que possa ser melhorado. Por este motivo é muito importante a análise constante para identificar problemas associados às oportunidades de melhoria.

Por isso, as empresas precisam saber como criar e executar bons planos e estruturar uma boa equipe para isso. No mundo atual, o marketing digital e o tradicional se mesclam. Neste ambiente cada vez mais conectado é impossível falar em estratégias de marketing sem pensar em um plano de marketing digital.

Essencial em uma sociedade cada vez mais conectada, implementar a estratégia de marketing digital traz resultados tangíveis para o e-commerce, aumentando o tráfego orgânico e pago na plataforma, assim como a taxa de conversão.

3- Estratégia Competitiva de Marketing Digital para Empresas de E-commerce

A estratégia competitiva tem como principal objetivo estabelecer regras de comportamento de como a empresa faz a opção para competir no mercado e responder às estratégias dos seus concorrentes e manter-se sustentável dentro do seu nicho.

Pode-se dizer também que a estratégia competitiva busca a definição de um bom posicionamento para atuação no mercado em que atua e identificar de forma clara a concorrência, suas forças e suas ameaças e alcançar maior lucratividade e manter-se sustentável ao longo do tempo.

Assim como todas as demais estratégias, quando se trata de marketing digital se relaciona aos roteiros que possibilitam alcançar os objetivos de comunicação e vendas do produto ou serviço ou da marca. São elas que definem os objetivos e os recursos a serem utilizados para atrair clientes, criar relacionamentos e realizar a conversão e realizar negócios. Caberá a empresa escolher a melhor, ou as melhores estratégias que impulsionem os negócios, porém é preciso ter clareza que elas podem trazer resultados diversos para o Retorno sobre o Investimento ou o ROI

São consideradas algumas estratégias de marketing digital para promover o e-commerce com eficiência e alcançar os objetivos organizacionais.

1 – Site Profissional: caracteriza-se como o site institucional, ou seja, é a sequência da empresa com seus valores e filosofia de portas abertas para os leads e os clientes que terão o atendimento e a segurança para comunicar-se e realizar as transações de seu interesse. Por esse canal as ações de marketing digital serão utilizadas, ampliando o alcance das negociações e aumentando o faturamento da empresa.

2 – Marketing de Conteúdo: utiliza-se da metodologia de produção de conteúdo ou assuntos que sejam relevantes para o público-alvo, para o nicho que a empresa pretende atender. Associada ao site institucional, essa prática permite a criação de um relacionamento estreito com os clientes em potenciais e os clientes efetivos. O site de Conteúdo será também um caminho para construção de uma estratégia de e-mails marketing e estabelecer uma relação de longo prazo.

3 – Anúncios Patrocinados: os anúncios pagos são utilizados, normalmente com prazo determinado e para atingir determinado objetivo. As formas mais comuns de se

fazer isso são através de banners em portais de conteúdo, links patrocinados no Google Ads, e anúncios nas redes sociais, em especial através do Facebook Ads, Pinterest Ads.

4 – SEO (Search Engine Optimization): o melhor posicionamento em pesquisas do Google é o sonho de todas empresas que investem no e-commerce e marketing digital e as ferramentas de SEO que significa Otimização para Mecanismos de Buscas são utilizadas para o alcance desses objetivos.

Portanto, o SEO trata-se de um conjunto de técnicas que tem como objetivo posicionar uma ou mais páginas de destino entre os melhores resultados dos mecanismos de busca.

5 – Inbound Marketing: também conhecido como marketing de atração, é a ferramenta de marketing com a concepção focada em atrair, converter e encantar clientes. O Marketing Inbound, afasta-se do conceito tradicional da publicidade e possibilita a conexão com o público-alvo por meio dos pilares: Marketing de Conteúdo, SEO e Estratégias em Redes Sociais.

6 – Redes Sociais: as redes sociais foram criadas para aproximar as pessoas, aumentar a comunicação, a influência e o diálogo, portanto, as redes sociais proporcionam um relacionamento mais estreito entre as pessoas e as empresas podem usá-las para criar um ambiente e mais proximidade entre os potenciais clientes e os efetivos. As Mídias sociais constituem no meio de comunicação com as pessoas e para nas estratégias de e-commerce e marketing digital podem ser usadas tanto para geração de tráfego como para conversões.

Em conclusão o marketing digital tem se tornado uma estratégia essencial para empresas e marcas de todos os tamanhos. Ao aproveitar a plataforma online e as ferramentas digitais disponíveis, as organizações podem alcançar um público global, interagir com os clientes de forma mais direta e mensurável, e aumentar sua visibilidade e influência.

Uma das principais vantagens do marketing digital é sua capacidade de segmentar e personalizar a mensagem para públicos específicos, permitindo uma abordagem mais precisa e direcionada. Além disso, as campanhas digitais podem ser ajustadas em tempo real com base nos dados e métricas disponíveis, possibilidade a otimização

continua e o alcance de melhores resultados.

Outro aspecto importante do marketing digital é o seu potencial para criar engajamento e interação com os clientes. Através do conteúdo relevante, campanhas interativas e estratégias de mídia social, as marcas podem estabelecer um relacionamento mais próximo com seu público-alvo, promovendo a fidelização e o boca a boca positivo.

Com a evolução do Marketing, que nasceu em uma época de economia industrial, onde o foco era apenas o produto, passou por muitas abordagens até chegar na economia globalizada. A maior diferença entre o Marketing do início para o que conhecemos hoje é o foco no cliente, onde hoje o maior objetivo é a satisfação pessoal do consumidor ao obter o produto e/ou serviço, e na economia digital, o consumidor está no centro. É ele quem pode ser um impulsionador de demanda caso se sinta satisfeito e compartilhe sua experiência, mas também pode disseminar sua insatisfação, e na era digital, onde as notícias se espalham velozmente, em pouco tempo, a empresa perderá clientes. Tudo o que é comercializado, necessita por obrigatoriedade, ser de qualidade.

No entanto, é crucial destacar que o marketing digital está em constante evolução e requer um acompanhamento atento das tendências e tecnologias emergentes. O crescimento das mídias sociais, o surgimento da inteligência artificial e da realidade virtual são apenas alguns exemplos das mudanças que estão moldando o cenário do marketing digital.

Considerações Finais

Esse trabalho possibilitou conhecer de forma mais aprofundada o Marketing Digital e a importância do mesmo no cenário atual do e-commerce. As estratégias de divulgação por meios de redes sociais, que com uma maior força nos estudos de oportunidades e fraquezas se tornaram acessíveis para a visibilidade, o sucesso e o crescimento das empresas nesse ambiente competitivo.

É possível compreender que tal crescimento só é possível com estudos como a segmentação precisa do público-alvo, a personalização das experiências de compra e

alcance do público.

É sempre importante lembrar que assim como em todas as áreas profissionais, o Marketing Digital também está em constante transformação digital. A Inteligência Artificial (IA) já está presente em muitas ferramentas, auxiliando na propagação da marca. Acreditamos que a tendência é que a IA se torne cada vez mais presente no meio do Marketing, para ajudar a automatizar tarefas, identificar tendências de mercado e criar projetos visando um maior alcance.

Referências:

KOTLER, Philip. **Marketing Essencial: conceitos, estratégias e casos**. 2. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2007.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Marketing Essencial: conceitos, estratégias e casos**. 5. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2013.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi **Administração de Marketing: Conceitos, Planejamentos e Aplicações à Realidade Brasileira**. 1. Ed. São Paulo: Editora Atlas, 2003.

OLIVEIRA, Bruno de. **Crie seu mercado no mundo digital: Aprenda a viver de ecommerce com a estratégia que levou inúmeros negócios on-line a sair do zero e ultrapassar os R\$100 mil em vendas por mês**. 1. Ed. São Paulo: Editora Gente, 2018.

SAMPAIO, Daniel. **O que é E-commerce? Tudo o que você precisa saber para ter uma loja virtual de sucesso!** Rock Content, 2019. Disponível em: <https://rock-content.com/br/blog/e-commerce-guia/>. Acesso em: 18 mai. 2023.

SANTOS, André Felipe; **Marketing na Era Digital: Análise da marca Chico Rei**. Janeiro de 2014. Disponível em: <http://www.ufjf.br/facom/files/2014/03/Marketing-naEra-Digital.pdf>>Acesso em: 02 mai. 2023.