

Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza

Etec Professor Francisco dos Santos

Técnico em Administração

IMPLEMENTAÇÃO DE MARKETING DIGITAL EM PEQUENAS EMPRESAS

Maria Kaielly de Sousa Santos¹

Thamiris Vitória Teles²

Resumo: A implementação do marketing digital em pequenas empresas, é essencial para enfrentar os desafios como a falta de recursos e de conhecimento ao marketing. Nos dias atuais, a maioria das pequenas empresas enfrentam milhares de desafios ao implementar o marketing digital, principalmente por falta de recursos e conhecimento. O TCC descreve os principais objetivos e as melhores maneiras de alcançar os clientes, destacando o uso das redes sociais e a escolha de ferramentas adequadas, como mídias sociais e e-mail marketing. Além disso, explora como um excelente atendimento ao cliente pode contribuir para alcançar ótimos resultados e ampliar as vendas, permitindo melhorar sua performance comercial no ambiente digital. Além das estratégias mencionadas anteriormente, é necessário que as empresas elaborem planos e metas. Este trabalho tem como análise da situação atual, definir objetivos, elaborar planos, implementar ações e fazer monitoramento e avaliação para identificar o público-alvo do marketing.

Palavras-chave: Marketing digital. Atendimento ao cliente. Redes sociais.

INTRODUÇÃO

Nos dias atuais a implementação de marketing digital em pequenas empresas vem crescendo cada vez mais. Hoje em dia o avanço da tecnologia

¹ Aluno do curso Técnico em Administração na Etec Prof. Francisco dos Santos. maria.santos3103@etec.sp.gov.br

² Aluno do curso Técnico em Administração na Etec Prof. Francisco dos Santos. Thamiris.teles@etec.sp.gov.br

vem mudando completamente a mudança e o comportamento do consumidor e ao avanço da tecnologia.

Todos os dias vem crescendo a quantidade de pessoas que procuram a internet para fazer pesquisas de produtos, comparar os valores, analisar as avaliações e realizar as suas compras.

Além disso em 2020, na pandemia do COVID-19 aumentou muito mais essa procura, o que levou a muitas empresas se adaptarem rapidamente com a nova rotina, para continuar a manter o contato com seus clientes, e assim prosseguir com suas vendas normalmente.

A mudança da tecnologia vem impactando a maneira como as empresas se conectam com seu público-alvo, o aumento de disponibilidade de informações online, transformaram o “tradicional” do marketing, trazendo assim desafios para pequenas empresas para se destacar em um mercado.

METODOLOGIA

A aplicação do método indutivo na implementação de marketing digital em pequenas empresas envolve a observação de dados e experiências específicas para, a partir disso, criar conclusões e elaborar estratégias mais adequadas à realidade da empresa. Dessa forma, pequenas empresas podem desenvolver estratégias de marketing digital mais eficazes e alinhadas com suas realidades e objetivos.

DESENVOLVIMENTO

O Marketing está presente no nosso dia a dia, mais do que imaginamos. “De acordo com o um dos teóricos mais renomados da área Philip Kotler, diz sobre: “Marketing é a ciência e arte de explorar, criar e proporcionar valor para satisfazer necessidades de um público-alvo com rentabilidade.”

Marketing é uma estratégia que usa a internet como veículo para divulgação de uma empresa, seus produtos e serviços. Por meio de marketing de conteúdos, técnicas, anúncios patrocinados, é possível obter excelentes resultados, especialmente se a estratégia estiver alinhada ao funil de vendas.

Em outras palavras, Marketing Digital é uma estratégia essencial para divulgação de produtos, aumentar vendas e prestar serviços online.

O marketing evoluiu significativamente com o avanço da tecnologia, principalmente com os surgimentos de novas plataformas e das mídias sociais, elas oferecem muitas formas de interação aos consumidores e possibilita várias estratégias personalizadas, o marketing busca entender, alcançar e satisfazer as necessidades do público-alvo por meio de estratégias planejadas e executadas. “Além disso, existem diferentes tipos de estratégia que podem ser aplicadas de acordo com o público-alvo, os objetivos da empresa e o mercado em que ela está inserida.”

No mundo do marketing, direcionar metas é importante para alcançar seus objetivos e evoluir no mercado de trabalho. Ter em mente planos definidos é importante para estabelecer metas, permitindo assim que os resultados sejam alcançados.

Ampliar vendas, chamar novos clientes, definir uma meta para alinhar os objetivos gerais da empresa com as estratégias de Marketing para garantir que todo o sucesso seja alcançado na empresa.

“O marketing é uma área que estuda o mercado, o consumidor e as estratégias para promover produtos ou serviços. Essa área é fundamental para empresas e organizações que desejam se destacar em um ambiente competitivo e conquistar novos clientes. O marketing também é responsável por identificar oportunidades de negócio, analisar a concorrência, definir preços, distribuir produtos e serviços e monitorar o desempenho das estratégias adotadas”.

”O marketing é uma área essencial para garantir o sucesso de uma empresa!”

As tecnologias revolucionaram profundamente a forma como as empresas se relacionam com seus clientes, o marketing tornou-se ainda mais estratégico, com o engajamento e a participação com as redes sociais. As empresas precisam estar presentes em diversos canais de comunicação, como plataformas de mídias, e-mail, aplicativos, entre outros, e oferecendo uma experiência única para seus colaboradores.

A importância do marketing

Para que uma empresa ocupe o lugar na mente de um consumidor são necessários planos. O marketing é uma sugestão que uma empresa faz para chegar ao cliente, usando estratégias e ações para promover seus produtos e serviços alcançando seus públicos-alvo, Para se tornar mais eficaz isso pode incluir, propagandas, promoções, publicidade, relações públicas e outros métodos, aumentando a visibilidade da empresa, marcas e principalmente atrair clientes.

A propaganda tem a capacidade de informar o público sobre seus produtos e serviços, podendo assim destacar as soluções que esses produtos ou serviços oferecem. A propaganda ajuda a construir a consciência da marca, educando seus consumidores e motivando os a agir. Quando não é aplicado esses recursos, os produtos e serviços permanecem sem ser conhecido pelo público-alvo que ele deseja atingir.

A publicidade desempenha um papel crucial no sucesso de muitas empresas alcançando seus objetivos e propósitos assim, se tornando responsável “ para que as maiores empresas do mercado conseguissem atingir o patamar em que estão posicionadas.”

Elas até se tornam referência quando se trata de relacionamento com o consumidor. Mesmo bem posicionadas não param de fazer propaganda para continuarem em primeiro lugar em relação aos concorrentes. Quando se atinge esse ponto, de liderança, a auto divulgação serve para solidificar a presença da marca.

A importância do marketing reside em sua capacidade de criar e comunicar valor para os clientes, ajudando a entender e atender as necessidades formando vínculos permanentes e gerando resultados para as empresas. “É por meio do marketing que as empresas conseguem entender as necessidades e desejos dos consumidores” desenvolvendo produtos e serviços, que atendam a essas ações e transmitido de forma eficaz as vantagens desses produtos e serviços. É fundamental que o marketing de uma empresa consiga se destacar em meio à competição divulgando os seus diferenciais e vantagens competitivas.

Desta maneira, empresas que buscam revigorar a marca, ter mais

visualização e responder a um perfil cada vez mais rígido do seu consumidor, precisam permanecer presentes no ambiente online. “Ao contrário, as chances de que os clientes busquem a concorrência é grande”.

“De acordo com Guilherme de Portoli, diz a seguinte frase, você sabe que a sua empresa precisa estar onde as pessoas estão”. Compreendemos que alguns anos atrás esses meios de divulgação eram por televisão, o rádio, os jornais e as revistas eles foram essenciais para formar a visão da empresa uma realidade assim seja, vender. “De acordo com Guilherme de Portoli Acontece que a venda é essencial para todas as empresas porque, sem o cliente, fica impossível realizar qualquer visão e, com o Marketing Digital, alcançar esse objetivo ficou mais acessível e dinâmico do que nunca”.

Vamos ver alguns tópicos muito importante que o marketing pode ajudar na sua empresa Melhora o envolvimento com os clientes, Ajuda na construção da marca, Otimiza o relacionamento com os clientes, Impulsiona as vendas, Diferencia a empresa da concorrência, Aumentar a visibilidade da sua marca, ajuda a sua marca a garantir presença online, assim por diante, tornando o marketing muito importante dentro da sua empresa e fazendo total diferença.

O objetivo do marketing é captar perfeitamente as expectativas dos seus clientes, garantindo que seu produto se encaixe naturalmente ao consumidor, sem a necessidade de esforços para convencê-los. Em geral o marketing é você analisar e focar no seu cliente totalmente, e com essa análise o seu serviço se harmoniza de forma ideal na vida do seu consumidor. Isso envolve a combinação eficaz entre mensagem, mercado e mídia, garantindo que todos os componentes do marketing trabalhem em conjunto para alcançar o público-alvo de maneira produtiva e consistente. Assim, é possível potencializar o impacto da comunicação e melhorar os resultados da estratégia.

A implementação do marketing em pequenas empresas

Envolve uma estratégia prática. Começando com um bom plano de comercialização que define objetivos e as melhores maneiras de alcançar os clientes, como o uso das redes sociais, marketing de conteúdo ou e-mail mercadologia. Ter um site com um bom design é essencial, pois é peça chave para compartilhar informações sobre seus produtos e serviços.

Além disso, investir em um bom conteúdo para se conectar com o seu público-alvo, faz a empresa ser relevante e engajadora, além do mais produzir blogs, vídeos ou infográficos que ofereçam valor aos seus consumidores que os mantenham entusiasmado em sua marca.

Parcerias locais podem ser um ótimo planejamento. Cooperar com outras pequenas empresas ou influencers de sua área para espalhar o seu alcance. Promoções e descontos podem atrair novos clientes estimular novos clientes a cultivar a confiança e o comprometimento com a empresa, incentivando a realizar novas compras, repetir suas aquisições e poder sair do estabelecimento fazendo suas recomendações e avaliações positivas para que novos clientes sempre voltem, fazendo assim um ciclo.

Monitorar o controle das campanhas, das postagens e dos blogs analisando o que o público-alvo mais viu, se interessou e fazer os ajustes necessários para sempre ir melhorando seus resultados. Além disso interagir com os consumidores respondendo aos feedbacks, comentários por eles postados ajuda a fortalecer o vínculo e aumentar a lealdade.

"Mas, sempre fica a pergunta, como faço para ser encontrado pelos clientes, sendo uma pequena empresa que não tem um investimento tão alto quanto as demais". O feedback é Marketing de digital, muitas pessoas acham que marketing de digital é um investimento caro, e para o começo não é necessário investir em valores alto como empresas de grandes porte fazem.

Conseguindo atingir valores e objetivos do mesmo jeito. A gente sabe que existe muitos desafios que as pequenas empresas enfrenta com o marketing, além disso, varias empresas pensam que não é necessário um profissional do marketing atuando dentro da sua pequena empresa, totalmente se equivocando.

Desafios que as pequenas empresas podem passar.

Uma das primeiras são falta de recursos, a maioria das empresas iniciam o serviço do marketing digital sem ter pelo menos alguns recursos necessário, e desse modo não consegue levá-lo adiante.

O desenvolvimento das estratégias é um luxo que muitos pequenos

negócios não têm. “Geralmente, eles começam com o marketing já esperando um aumento das vendas para justificar o investimento”.

A falta de recursos físico da empresa é um problema começar com equipes de marketing digital traz grandes investimentos como, celulares, computadores uma estrutura boa para o local, e assim por diante. Tudo isso se torna um trabalho profissional, adquirindo tempo e paciência.

Orçamentos mais enxutos.

”Muitas das táticas e plataformas que o marketing digital demanda podem estar acima do orçamento das pequenas empresas”.

Por esse motivo é bastante significativo se planejar durante o processo para não haver nenhuma explosão de orçamento, a má planejação se torna um problema grave no orçamento da pequena empresa, não se planejando, e assim ficando com o orçamento baixo. Gerando assim dificuldades para implementar marketing limitando obtenção de recursos, mas não se desespere acaba sendo um problema muito comum nesse mundo do marketing.

Para melhorar isso existe alguns recursos, “a marca precisa trabalhar com redatores qualificados para o trabalho, o que exige contratações”. Incluindo mídias de forma mais avançada, mas também se torna necessário a contratação de especialistas na área, e sabemos que para trabalhar com vídeos a empresa deverá montar um pequeno estúdio, que também inclui investimentos, e dessa forma como as marcas são menores tende a ter mais dificuldades a realizar esse investimento.

Concorrência de marcas maiores.

Nós temos a questão da concorrência também, “presente não apenas nas empresas de pequeno e médio porte, mas também, nas maiores e com nome já consolidado”. Trabalhar com concorrência de vendas e concorrência de marketing, são assuntos completamente diferentes.

O Instagram por exemplo, existem perfis do Brasil inteiro por lá, muitos deles oferecendo exatamente o mesmo conteúdo (ou produto) que

você. Mesmo se você for uma empresa regional, que presta serviços apenas para a sua comunidade local, fazer marketing de conteúdo no Instagram significa competir com o Brasil inteiro.

A cada dia mais as pequenas empresas vem mostrando que podem concorrer com as empresas maiores através de sua qualidade, flexibilidade, facilidade em inovar seus produtos e determinação e admiração no tratamento com seu cliente. Grandes empresas possuem estimativa de marketing menor e uma lista de metas para bater. Uma pequena empresa não se deve se assustar com metas e sim alastrar o seu posicionamento e continuar o seu crescimento em uma saudável concorrência com empresas gigantes.

Sabemos que a concorrência é super saudável hoje em dia em vários lugares, incluindo empresas. Mas para pequenas empresas, lidar com marcas maiores pode ser intimidante

Ao abrir sua empresa, o empreendedor deverá conhecer bem a concorrência, para conseguir lidar bem com ela. Independente da grandeza, há espaço para todos os tipos de negócios.

Para se diferenciar da concorrência é necessário implantar um diferencial observar e desempenhar um diferencial que se iguale com as exigências e intenções de seus clientes. Isso pode envolver um trabalho mais econômico, de qualidade, e repentino em termos de entrega. Ao ressaltar em uma dessas características, você pode se destacar no meio das concorrências.

Para a empresa pequena essa concorrência é um pouco complicada, e pode ser até desafiador, entretanto existem meios de destaque e sucesso, no marketing, pequenas empresas podem se planejar e se comunicar melhor com os seus clientes.

Criando um plano de marketing em pequenas empresas

Pensando dessa forma nada melhor do que começar a colocar seu plano de marketing em ação, pensando sempre em definir seus objetivos, metas, público-alvo e suas estratégias, antes de mais nada, a primeira coisa é definir para quem você quer vender, essa informação acaba sendo muito importante e sem ela se tornara impossível começar seu plano de ação, estude seus clientes

e entenda, faça uma pesquisa de mercado, dessa forma voce ficará sabendo o que seu publico esta querendo e pensando, entre outras coisas importante para sua empresa.

Defina seus objetivos, já elaborando em sua mente resultados e metas que deseja atingir por meio do plano de marketing, uma bela forma de estabelecer bons oobjetivos é aplicado o método smart. “Específico, mensuráveis, atingíveis, relevantes e temporais”. Seguindo dessa forma, seus objetivos serão atingidos e transmitindo confiança para todo sua equipe.

Defina sua buyer persona, pesquisas de mercado, conseguindo assim uma ideia de quem seja seus clientes, mas é sempre bom qualificar ainda mais seu público, definindo uma persona, ficando bem mais pratico seus métodos. Lembre-se o persona se define em uma história por trás, personalidade e planos que deseja atingir.

Quanto maiores informações voce consegue pegar, mais sua persona está definida a um nicho apropriado, ajudando o seu entedimento e ações do marketing.

“Identifique a sua *Unique Selling Proposition* usp”.

”A *Unique Selling Proposition* (USP) ou, quando traduzido, Proposta de Venda exclusiva é o que diferencia você dos seus concorrentes”. A usp mas conhecida como proposta de valor, a razão para seus clientes estar comprando de voce e não de outras empresas com produtos quase iguais. Defina sempre o que você esta oferecendo, seus produtos e diferenciais, de um porque para seu público está comprando de você. A baixo vamos ver algumas perguntas que poderam ajudar você a indentificar isso melhor.

O que você mais ama em seus produtos e serviços, Quais habilidades especiais você possui, o que faz o cliente escolher você ao invés da concorrência, como os seus clientes se beneficiam comprando seus produtos, quais aspectos voce destaca sobre sua empresa quando apresenta para terceiros.

Fixe o orçamento e as métricas, a maioria dos seus investimentos e lucros devem ser colocados para a área do marketing. Como investir, quando e quanto será necessário para investir, mas isso é com você decidir a partir das suas metas e objetivos, para acompanhar suas estratégias e saber como estão indo

é preciso acompanhar alguns fatores, como métricas. Só assim terá precauções sobre seu negócio. Alguns exemplos em baixo.

“Retorno sobre o investimento, números de vendas no período, taxa de conversão, net promoter score, mídia paga, e seo”.

Crie suas estratégias, definindo plataformas em quais pretende atuar, como o facebook, instragam, e outras. ajudando a ficar ainda mais conhecido, com o objetivo de ajudar bastante sua marca e vendas.



Figura 1 – Disponível em https://envisiontecnologia.com.br/wp-content/uploads/2016/02/15_02.fw_.png. Acesso em 24.09.2024

Desafios do marketing para pequenas empresas

São milhares de desafios que as pequenas empresas podem passar com o marketing digital em especial a certas ferramentas. A falta de recurso é um ponto forte do desafio, muitas empresas iniciam a sua mercadologia sem os recursos necessários para transportar futuramente de forma escalável.

Pode não assemelhar quando é olhado de fora porém o marketing é emprego associado ao trabalho.

Se você usa uma metodologia como o Inbound Marketing, por exemplo, um dos maiores determinadores do seu sucesso é o quanto você consegue se organizar e formalizar ações, campanhas, fluxos de nutrição, Funis etc. “Tudo isso é um trabalho especializado, mas que além disso é um que também requer bastante tempo”.

E o prazo para fazer pesquisas e desenvolvimentos de estratégias é uma riqueza que muitas micro-empresas não tem. As Pequenas Empresas já começam com o plano de marketing já na espera de aumento em venda para lucrar o seu investimento, mas nem sempre é isso que acontece.

A falta de fazer um bom planejamento e de recurso físico/abstrato é um problema. Trazer uma boa estrutura para empresa e bons eletrônicos é um bom começo para começar uma boa equipe de marketing.

Reconhecer os desafios e enfrenta-los é fundamental para criar métodos de marketing sustentável, não há uma fórmula para acabar com esses desafios, pois cada empresa se profissionaliza de forma única. “A jornada da construção de uma marca pessoal forte é uma maratona, não uma corrida.” Manter o foco ao enfrentar momentos de desafio é essencial para superar obstáculos e alcançar objetivos concretos para a empresa.



Figura 2 - <https://th.bing.com/th/id/OIP.0DwilOJcrKzGj3mBgp1FagAAAA?rs=1&pid=ImgDetMain> acesso em 24.09.2024

“Marketing de relacionamento em pequenas empresas”.

Para micro-empresas uma das tarefas mais difíceis é consolidar a sua marca diante do público. Sem realçamento, é mais confuso e difícil de ganhar clientes e manter os negócios.

“O objetivo do marketing de relacionamento é conhecer a fundo as necessidades dos clientes e satisfazê-las por meios de ofertas que tenha valor único”. Nas organizações o marketing de relacionamento nos apresenta alternativas para criar novas possibilidades de crescimento, conquistar novos clientes, fidelizá-los, com o objetivo de criar um relacionamento duradouro com a empresa.

O marketing de relacionamento pode ajudar o estabelecimento quanto á lealdade do seu público-alvo, identificando os desejos e a demanda dos clientes. As estratégias de marketing auxilia a sua instituição a tomar a melhor decisão por visar a alegria e a conexão ao longo prazo de seus clientes.

O marketing pode contribuir diretamente para o lucro do estabelecimento através da fidelidade e lealdade de seu público-alvo.

Uma administração de marketing feita com sucesso vem bastante valores positivos tais como entender o valor para o consumidor, elaborar um valor para o público-alvo e assegurar o valor para os clientes. O desenvolvimento de elaborar, aplicar- se e divulgar também exige trabalho dos funcionários do marketing.

Marketing é administrar relacionamento lucrativo com cliente. Fica em evidência que o marketing é o desenvolvimento de vários processos e etapas, as organizações usam essas ferramentas para alcançar novos clientes e realizar todos os seus desejos.

“O marketing de relacionamento vem como uma ferramenta de organização que ajuda na satisfação dos clientes”. ele é uma prática ideal do marketing e ainda ajuda a organizar, desenvolver forte relacionamento com os consumidores concedendo a alegria.

Principais ferramentas e plataformas de marketing digital

As ferramentas e plataformas são essenciais para alcançar objetivos, chamar atenção de novos consumidores, vender melhor cada vez mais ganhando mais tempo no seu dia a dia, ajudando também a diminuir custos de divulgação.

Uma das principais ferramentas é ubersuggest é indicado para buscar os temas mais relevantes pela sua persona, além de avaliar completamente o site do concorrente, com ele "você vai conseguir fazer um diagnóstico completo do seu site e atrair novos clientes."

O Google Analytics é um raio – x, com ele você analisa as informações e tem acesso de quem entra e quem sai do seu site, podendo assim ver o que acessou, quantas horas passou, se foi no smartphone ou computador e até mesmo a cidade em que a pessoa reside, podendo ser logado a qualquer hora em tempo real.

São milhares de ferramentas e plataformas existentes no mercado com a função de ajudar no marketing digital, com as inúmeras ferramentas para auxiliar no seu pequeno negocio. Elas são gigantes para você fazer a sua estratégia funcionar e obter a vitória que você merece.

A influência da experiência do cliente

Cientes satisfeito são sempre o melhor caminho. Quando um consumidor vem ao seu estabelecimento e tem uma experiência positiva pode ser que ao sair da loja recomende-a para familiares, amigos, faça uma boa avaliação, poste em alguma rede social o produto elogiando, esse boca a boca de pessoa para pessoa é uma ferramenta poderosa de marketing e muito capaz de chamar novos clientes.

Portanto investir em um bom atendimento é uma prática inteligente que fortalece o comercio local, estimula o crescimento das vendas e garante clientes fieis comprometidos.

Segundo dados da NewVoice Media, 58% dos consumidores nunca voltam a usar os serviços de uma empresa depois de uma experiência negativa, enquanto 69% afirmaram que recomendariam a empresa para amigos após uma experiência de atendimento positiva.

Vemos que o boca-a-boca significa muito, especialmente quando os clientes voltam e os feedbacks são positivos.

O principal foco é o cliente e tende a ser um sucesso. Com isso as empresas tem que se dedicar inteiramente ao cliente independente de qual seja a sua meta e o seu objetivo, tendo que priorizar o atendimento ao consumidor.

Além disso o comerciante precisa ser honesto com seu freguês, proporcionando boas ofertas “e produtos que verdadeiramente ajudam o seu cliente de alguma maneira.”

Ressaltar esses pontos é afirmar que a pessoa vai voltar a sua empresa, sendo cliente ou não, a visão favorável afirma que poderá ter uma próxima vez e ainda sim indicar a outras pessoas.

CONCLUSÃO

Como vimos o marketing é muito importante, fazendo parte da nossa vida, empresas, comercios e por fim. Este trabalho tem como o objetivo de fazer a implementação do marketing em pequenas empresas. E para alcançar seus objetivos, analisamos o poder do marketing e os desafios que as empresas podem passar com a falta de recursos.

Orçamentos mais enxutos. Por este motivo é bastante significativo se planejar durante o processo para não ter nenhuma explosão de orçamento. Concorrencia de marcas maiores, para se diferenciar da concorrencia é importante implantar um diferencial, colocando um bom plano de marketing em ação, definindo seus objetivos e elaborando metas.

“Desafios do marketing para pequenas empresas”. A falta de recursos é um ponto forte do desafio, porém, manter o foco ao enfrentar qualquer tipo de situação é essencial para superar obstaculos e alcançar objetivos bons para a empresa.

Marketing de relacionamentos. O relacionamento pode ajudar a estabelecer quanto á lealdade do seu publico-alvo, indentificando os desejos e a demanta dos seus clientes. Ferramentas e plataformas, são essenciais para alcançar objetivos chamando atenção de novos consumidores. A influencia da experiencia do cliente, clientes satisfeitos são sempre o melhor caminho, ele é o

principal foco a ser um sucesso. Esses acabam sendo o essencial para sua empresa sem eles acaba ficando impossível de fazer um plano de marketing excelente. Suprindo suas expectativas e metas.

REFERÊNCIA

DOURADO, Bruna **Tudo sobre Marketing: o que é, evolução, principais canais e tipos mais importantes, Disponível em** <https://www.rdstation.com/blog/marketing/marketing/>. Acesso em 04/06/2024.

TORRES, Vitor **O que é marketing Digital? Como utilizar essa estratégia em pequenas empresas ? Disponível em** <https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/o-que-e-marketing-digital/>. acesso em 04/06/2024

O Que é Marketing? – disponível em - O que é Marketing? (mundodomarketing.com.br) Acesso em 11/06/2024

PEÇANHA, Vitor **4 Ps do marketing: o que é, como aplicar e exemplos práticos, disponível em** 4 Ps do marketing: o que é, como aplicar e exemplos práticos (rockcontent.com). Acesso em 11/06/2024

O que é Marketing e qual a sua importância? O que é Marketing e qual a sua importância? - Marketing | PUCPR Acesso em 11/06/2024

INSIGHTS, Qual é a importância do marketing nas empresas? – disponível em portalinsights.com.br. Acesso em 11/06/2024

SEBRAE, **Como o marketing pode ajudar minha empresa disponível em** <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pr/artigos/como-o-marketing-pode-ajudar-minha-empresa,b027cd18a819d610VgnVCM1000004c00210aRCRD#:~:text=Para%20que%20uma%20marca%20ocupe,solu%C3%A7%C3%B5es%20que%20ele%20ainda%20desco%20nhece>. Acesso em 11/06/2024

COMUNICARTE, **Qual a importância do marketing digital para as empresas? disponível em**

<https://www.conteudo inboundmarketing.com.br/qual-a-importancia-do-marketing-digital/>. Acesso em 11\06\2024

Beltrão, Hannah: **25 Estratégias de Marketing de Baixo Custo Para Pequenas Empresas disponível em wix.com. Acesso em 02/09/2024**

BORTOLI, Guilherme de: **A importância do Marketing Digital para Empresas em 2024 disponível em** A importância do Marketing Digital para empresas em 2024! (organicadigital.com) acesso em 08/08/2024

CONTENT, Redator Rock: **Descubra agora qual a importância do marketing para as empresas disponível em**

Qual a importância do marketing para as empresas? Descubra agora! (rockcontent.com) acesso em 08/08/2024

PICININI, Bruno: **O Que É Marketing? A Definição Mais Simples, Direta e**

Aplicável Disponível em https://youtu.be/MK8LUvrUu-k?si=XuQZkelpw-_PE37k

acesso em 08\08\2024

SERASA Experian: **Marketing para pequenas empresas : melhores estratégias e dicas para seu negócio crescer disponível em**

<https://www.serasaexperian.com.br/conteudos/impulsiona/marketing-para-pequenas-empresas-melhores-estrategias-e-dicas-para-seu-negocio-crescer/>.

Acesso em 20\08\2024

ANDREAZZI, Fernanda: **28 estratégias de Marketing para Pequenas**

Empresas disponível em 28 Estratégias de Marketing para Pequenas Empresas (leadster.com.br) acesso em 22/08/2024

ESCOBAR, Pedro Henrique: **Concorrência com grandes empresas: saiba como lidar disponível em** <https://blog.egestor.com.br/concorrencia-com-grandes-empresas/>

acesso em 27\ 08\2024

OLIVEIRA, Patricia: **Como criar um plano de marketing para micro e pequenas**

empresa em 5 passos disponível em Como criar um plano de marketing para micro e pequena empresa em 5 passos (qipu.com.br) acesso em 02/09/2024

ANDREAZZI, Fernanda: **28 estratégias de marketing para Pequenas Empresas disponível em** <https://leadster.com.br/blog/marketing-para-pequenas-empresas/>.

Acesso em 03/09/2024

DALBOSCO, Ricardo: **3 principais desafios no marketing digital e como superá-los - disponível em**

<https://ricardodalbosco.com/blog/3-principais-desafios-no-marketing-digital-e-como-supera-los/> acesso em 03/09/2024

RODRIGUES, Camila Christiane: **A Importância de marketing de Relacionamento nas pequenas empresas disponível em** https://www.atenas.edu.br/uniatenas/assets/files/spic/monography/A_IMPORTANCIA_DO_MARKETING_DE_RELACIONAMENTO_NAS_PEQUENAS_EMPRESAS_UMA_REVISAO_BIBLIOGRAFICA.pdf acesso em 03/09/2024

SEBRAE, **Ferramentas de marketing digital: descubra as 8 melhores para 2023 disponível em** https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/conteudo_uf/ferramentas-de-marketing-digital-descubra-as-8-melhores-para-2023,471469ed8b868810VgnVCM1000001b00320aRCRD. Acesso em 04/09//2024

ZENDESK, **O que é experiência do cliente e qual seu papel nas empresas?** <https://www.zendesk.com.br/blog/o-que-e-experiencia-cliente/>. acesso em 04/09/2024

MEIRA, Leticia: **Experiência do cliente: o que é e qual sua importância disponível em** <https://www.surfedigital.io/blog/experiencia-do-cliente> acesso em 04/09/2024