

**INSTITUTO DE ESTUDOS E PESQUISAS VALE DO ACARAÚ – IVA
UNIVERSIDADE ESTADUAL VALE DO ACARAÚ – UVA**

**A IMPORTÂNCIA DO MARKETING DIGITAL COMO FERRAMENTA
COMPETITIVA PARA AS ORGANIZAÇÕES**

**GABRIELA ALVES VIEIRA
MARIA JÚLIA FERREIRA DA SILVA
SUSANA RAMOS DE SOUSA**

São Benedito - CE

2018

RESUMO

O presente artigo vem relatar a importância do Marketing digital e apresentar suas ferramentas fundamentais. Ao longo da pesquisa procurou-se identificar as principais estratégias utilizadas pelas organizações. Já que o uso do marketing digital, vem sendo inserido nas empresas através do novo mundo de tecnologia, informações e conhecimentos aperfeiçoados, as estratégias de investigação utilizadas neste artigo foram a observação, apoiadas a estudos bibliográfico e artigos da internet. Conclui-se a importância do marketing digital para as empresas, acompanhando as mudanças rápidas de um mundo globalizado e mais exigente.

PALAVRAS-CHAVE: Ferramentas. Marketing digital. Relacionamento e Clientes.

INTRODUÇÃO

O marketing digital surgiu como uma necessidade de criar uma estratégia de negócio que pudesse aproximar de maneira flexível os consumidores e as empresas. O presente artigo possui como principal objetivo demonstrar como as empresas utilizam o marketing digital como ferramenta lucrativa no intuito de atrair mais clientes.

Uma dessas maneiras é a prática instantânea da tecnologia digital que modificou as relações das mídias com os públicos. Redes sem fio, hoje, permitem que a informação circule fora de ambientes específicos, se fazendo presente a todo instante na vida das pessoas. O fator mais importante dessa tecnologia é a internet pois seu uso bastante intensificado ultimamente devido aos benefícios que ao longo do tempo ela foi proporcionando.

Dentro do âmbito de organizações que estão inseridas no contexto do novo cenário da web e das novas práticas mercadológicas, se faz necessário discutir o marketing em ambiente digital e suas implicações, implicações essas que trouxeram grandes questionamentos, causando mudanças nas práticas de diversas áreas, sobretudo, a de Comunicação. Já que a Comunicação é peça fundamental ao Marketing, principalmente no âmbito digital, com práticas que englobam Jornalismo, Relações, Assessoria e Publicidade e Propaganda.

Por tanto, o presente artigo possui como objetivo demonstrar as principais finalidades da utilização do marketing digital como ferramenta de negócio, bem

como fazer um levantamento histórico acerca de sua evolução como ocorre a relação entre os clientes e as empresas.

Marketing digital

Marketing digital amplia um horizonte de possibilidades para o mercado, suas ferramentas são essenciais para que as organizações explorem melhor essa nova era da tecnologia,

Segundo Philip Kotler (2013), “A medida que o ritmo de mudança acelera, as empresas não podem mais confiar em suas antigas práticas de negócios para manter a prosperidade.”

Antes o marketing das empresas era boca a boca, carros volantes ou panfletos, hoje em dia a tecnologia se atualiza em uma velocidade muito grande, não tem espaço no mercado para quem não acompanha, a internet é um campo muito grande ou seja tem espaço para todos.

O marketing digital é basicamente um conjunto de estratégias voltadas para a promoção de marca na internet, o que o diferencia do marketing tradicional é que contém o uso de canais online diferentes e métodos que permitem a análise dos resultados em tempo real.

As dificuldades do marketing tradicional

A modernização das organizações não é um processo rápido pois não adianta nada em só ter um site “bonitinho”, sem ter consciência de que precisa alcançar seus clientes, olhar o perfil deles para ver o que eles esperam de você, Não se encontra consumidores só na rua ou na fila do banco, até mesmo por que nos tempos de hoje a internet (mídias sociais, sites, e-mails etc.) pertence ao nosso cotidiano, não se vê mais um grupo de pessoas sem celular na mão só conversando olhando no olho da pessoa, por isso mesmo é até mais fácil vermos os clientes na rede.

Com a evolução da tecnologia e da informação e da comunicação, especialmente a internet, o marketing evoluiu para o chamado marketing eletrônico, e – marketing ou marketing digital, conceito que expressa o

conjunto de ações de marketing intermediadas por canais eletrônicos como a internet, em que o cliente controla a quantidade e o tipo da informação recebida. (LIMEIRA, 2000, p9)

Philip Kotler (2013) falava que: “O novo marketing é claramente mais sobre as mídias sociais e da nossa capacidade de atingir indivíduos.”

E ele está certo pois no mundo atual até quando estamos com fome basta pegar o celular e procura um aplicativo para saciar nossa fome, as organizações que entende que o tempo está mudando e quer evoluir junto tem muita chance de prospera , As ferramentas do marketing digital estão aí justamente para ajudar a atingir os indivíduos.

Ferramentas do marketing digital

Um dos benefícios de usar os canais de marketing digital é na facilidade de medir o impacto de cada um desses canais, como quantos visitantes de um site se tornam canais compradores, tornando possível identificar quais trazem mais resultados e por isso merecem maiores investimentos.

Existem ferramentas que ajudam no desenvolvimento da organização que facilitam a medir o impacto que o marketing digital está fazendo nas empresas, a implementação dessas ferramentas, vão de gerenciamento de redes sociais até o agendamento de postagens, mídias e análise.

Essas ferramentas são de uma importância muito grande para poder auxiliar nas estratégias de marketing nos canais de marketing digital, algumas delas são a Socialbakers, MLabs, HubSport, RD Station, , LeadLovers, a todo momento surgem novas ferramentas que simplificam mais a vida do gestor das organizações.

Socialbakers é uma plataforma de gestão de redes sociais, finalidade de gerenciar personas e público, criar conteúdo, interagir com a comunidade e analisar métricas.

MLabs – programa posts e até faz agendamento no Instagram stories. A plataforma ainda oferece novidades na hora de interagir com usuários, gerar relatórios personalizados e analisar os resultados.

Ferramentas que ajudam na hora de organizar , analisar e a organização de clientes, estratégias de vendas, ferramentas de automatização.

HubsSport – é uma plataforma completa para automatizar processos de marketing como captação e nutrição leads, vendas e sucessos do cliente em todas as etapas da sua jornada.

RD station – plataforma que da resultados digitais, com essa ferramenta é possível gerenciar e automatizar diversas ações digitais para tornar a aquisição de clientes mais rápida e escalável.

Também tem a funcionalidade de criação de landingpages com formulários de captação de leads e automação de e-mails de nutrição e relacionamento.

LeadLovers – Ferramenta brasileira para automação de marketing, tem o foco em pequenos negócios e infoprodutores.

O marketing digital também inclui atividades que é de gera valor pelo marketing de conteúdo , na criação de relacionamento por meio do email marketing; aumentando o alcance usando SEO (SearchEngineOptimization), melhorando o lado social através da gestão de mídias sociais , e também através do Remarketing, anúncios em redes sociais, e mecanismo de busca , usando banners, pushnotificationse etc.

Segundo Kotler (2010): 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.

Por isso é ideal que as organizações pratiquem o marketing digital usando as ferramentas para auxiliarem e facilitares na captação de informação , pois toda informação boa ou ruim da organização é essencial para a que as empresas saiba como anda a empresa , como é vista e sabendo valorizar as informações cria um laço com seus consumidores.

O marketing digital não é só para vender algo e sim também para aproxima cliente e a empresa.

O marketing digital deve estar focado na criação de relacionamento duradouro entre o cliente e a empresa. Na era digital é muito importante que as empresas, além de conquistar novos clientes, procurando fideliza – lós sempre que for possível. Deste modo a lucratividade da relação empresa – cliente só aumenta ao longo do tempo. (Kotler, 1980, p8)

A internet hoje em dia é como um termômetro para as empresas pois quando se faz o marketing digital da empresa consciente se sabe o que fazer para encantar seus clientes, mas com valor justos pelos produtos pois a imagem para uma empresa é tudo.

Mas para fazer o marketing digital também tem que lembra que do marketing tradicional, pois para fazer um não necessariamente exclui o outro, o ideal é que exista um parceria do marketing digital com o marketing tradicional.

Influenciadores no marketing digital

As empresas usam muito hoje em dia na internet os influenciadores como uma ferramenta para fazer marketing digital , pois é mais lucrativo pagar um famoso da tv, ou das redes sociais (Instagram e etc) ou do youtube para gravar um vídeo , tirar foto ou só comentar , pois geralmente eles tem milhares de seguidores que vão ver e querer usar aquilo que eles estão usando .

Youtube no marketing digital

No Youtube onde vemos muito o marketing digital ser usado pois quando estamos assistindo vídeos, escutando música, sempre tem uma pausa para os comerciais, algumas vezes tem pesquisas de interesse, as empresas estão se interessando pelo que os seus clientes pensão isso é muito bom. É sinal que todos querem evoluir junto.

Para Stickland (2008), não se sabe se o you tube é ou não uma organização financeira bem sucedida, mas essa realidade não diminui sua importância. Segundo o autor, muitos estudiosos e profissionais do ramo televisivo acreditam que no futuro, as televisões e os computadores irão se fundir, e a popularidade do you tube servi para apoiar essa hipótese.

E essa união da televisão e da internet ou computadores já está acontecendo pelo fato de que alguns quadros do you tube já está indo para tv e os programas já tem canais do you tube e alguns dele fazem o mesmo sucesso que fazem na tv.

A internet no marketing digital

O mundo gira e com ele o desenvolvimento vai junto, a cada dia nasce alguma novidade na internet e com essa novidade nasce também uma nova forma de fazer marketing digital, e com essas novidades muitas empresas estão tentando acompanhar com a mente aberta, não tem mais espaço para organizações ultrapassadas pois os clientes querem novidades.

Esperto é aquele administrador que entende que o seus consumidores estão se modernizando e com eles quer ir junto , não só o lucro da empresa pode melhorar mais também o relacionamento com seus cliente , a visão de quem está de fora ver esse relacionamento , através de uma boa avaliação nas redes sociais , um comentário positivo , ou uma resposta para algum problema que realmente foi solucionado.

Conclusão

Tendo em vista aos fatores abordados nesse trabalho, podemos observar uma grande evolução que o marketing digital apresentou, e o quanto o mesmo tem grande importância frente as organizações atualmente.

O mundo virtual vêm com grande relevância perante a sociedade e está cada vez mais presente em nosso cotidiano de forma que as empresas busquem uma adaptação a essa maturidade que a internet tomou, organizações que não se adequaram a essa realidade correm o risco de sofrerem futuramente tanto na questão do comodismo, como a própria sobrevivência da mesma.

A colocação dos autores foi de suma importância para uma melhor compreensão, pois os mesmos puderam de uma maneira bem mais clara mostrar o quanto o marketing digital cresceu e como está a sua atuação no meio empresarial, crescimento esse que passou por grandes processos desde o marketing simples até o patamar que se encontra hoje, onde suas ferramentas tem proporcionado cada vez mais uma bom relacionamento entre clientes e empresa, onde ambos possam entender e compreender suas necessidades.

Por fim, é válido ressaltar que um tema como esse merece um estudo ainda maior para o então conhecimento do ápice que o marketing digital conseguiu alcançar no mundo empresarial.

REFERÊNCIAS

A.J Stickland III , Arthur A. Thompson , livro **Administração estratégica** John E. Gambe , editora Mc Graw Hill, 2008.

Philip Kotler e Kevin L. Keller , livro **administração de Marketing** 14ª edição editora Pearson , 2013.

_____ , Hermawan Kartaya e Iwan Setiawan, livro **Marketing 4.0 – do tradicional ao digital** , editora: Sextante, 2010 .

_____ , livro **Marketing edição compacta** , editora: Atlas, 1980, p8.

Tania Maria Vidigal Limeira , livro **E- Marketing: Marketing na internet com casos bra**, editora: Saraiva , ano 2000, p9.