



Henrique Kieling

MARKETING DIGITAL NA PANDEMIA

Este trabalho tem como objetivo entender os impactos da pandemia nas estratégias de marketing digital e analisar como as empresas mudaram seu planejamento perante este cenário. A justificativa deste trabalho é dada por conta do marketing digital, que está cada vez mais em evidência, o investimento na área está em constante aumento por parte das empresas. Percebe-se que um fenômeno que está auxiliando nesse crescimento é o isolamento social causado pela pandemia do coronavírus. Uma vez que foram impossibilitados de realizar suas vendas por meio de suas lojas físicas, os comerciantes viram no meio digital uma saída. Foram feitas pesquisas bibliográficas e qualitativas para a realização do trabalho, sendo pesquisas bibliográficas no google acadêmico, artigos e entrevistas com 6 donos de empresas de diferentes áreas do comércio para as qualitativas.

Marketing é uma forma de comunicação da empresa com o consumidor, usada geralmente para o público lembrar da empresa e seus produtos, essa está ligada diretamente ao mercado, pois dependendo das transformações do mercado, trabalhamos de uma forma diferente com o marketing, um exemplo disso é a internet que fez surgir o marketing digital, um meio muito mais interativo com o público do que o marketing tradicional. O marketing digital como dito anteriormente, foi essencial para o fechamento do mercado presencial, ele fez as empresas que o utilizaram mudar suas estratégias de marketing, fazendo como por exemplo, maior uso das redes sociais, lives, e-commerce para vendas, algo muito usado pelos entrevistados para conseguir sanar esse problema que foi a pandemia.

Com a análise dos resultados é possível ver a importância que teve o marketing digital para as empresas perante toda essa adversidade causada pela pandemia e que essas mudanças nas estratégias acabaram fazendo que os estabelecimentos tentassem da sua forma, um destaque num meio que ficou nessa pandemia muito poluído.