

095

BLOG CORPORATIVO COMO FERRAMENTA DE MARKETING DE RELACIONAMENTO.

Priscila Maciel da Rosa, Cintia da Silva Carvalho (orient.) (FEEVALE).

O tema desta pesquisa é o levantamento das ações de relacionamento digital em empresas calçadistas da região do Vale do Rio do Sinos. Este tema é relevante porque trará a discussão o uso dos blogs como estratégia de relacionamento digital pelas empresas da Região. O blog nasceu como um site pessoal, atualizado diariamente (ou quase), no final dos anos 90. Nos blogs, as pessoas podem comentar os textos e interagir com os autores. O objetivo do blog corporativo é a aproximação com o cliente, possibilitando através de assuntos relacionados ao produto da empresa, uma maior interatividade e instantaneidade na comunicação com o cliente. Via Marte e Firezze foram as empresas selecionadas para esta análise. O objetivo deste estudo foi analisar a utilização de blogs por empresas do Vale como ferramenta de promoção da imagem institucional e relacionamento com seu público-alvo. Como método de estudo, utilizou-se a pesquisa bibliográfica, por meio da consulta aos principais autores relacionados ao tema apresentado (Cipriani, Kendzerski, Limeira, Shittine, Kotler) e também o estudo de caso, por meio de visitas no site das empresas. Com a análise das empresas Via Marte e Firezze ficou claro o esforço para aproximação com seu público-alvo através das ações de web marketing. Tanto a empresa Via Marte quanto a empresa Firezze disponibilizam em seu site um clube onde uma série de informações e entretenimento ficam à disposição de quem adere ao sistema. Na empresa Via Marte existe uma interação maior através do fotolog e na empresa Firezze através de um mural de recados.