

Marketing em redes sociais: estudo de caso em uma empresa de informática de Santa Cruz do Sul – RS

Karina Bartz¹, Luciano Marques²

¹ Autora, Curso de Administração, Faculdade Dom Alberto

² Orientador, Curso de Administração, Faculdade Dom Alberto



UFRGS
PROPESQ

XXV SIC
Salão Iniciação Científica

CSA - Ciências Sociais e Aplicadas

CONTEXTUALIZAÇÃO

A internet esta causando impacto em todos os tipos de negócios e mudando as relações econômicas, impulsionada pela globalização dos negócios. Com mais de 800 milhões de usuários por todo o mundo, sites como Facebook, Twitter, Orkut e YouTube são fundamentais para as empresas interessadas em se aproximar do consumidor brasileiro. Para a realização desta pesquisa foram utilizadas, leituras de livros pertinentes ao assunto, pesquisas em eletrônicas via internet, conversas com pessoas que possuem relações com o tema, orientações junto ao professor e ainda pesquisa prática na empresa.

RESULTADOS/DISSCUSSÕES

Segundo a pesquisa **86,8%**, dos entrevistados presentes nas redes sociais já as usam para adquirir produtos e serviços, tornando-se um hábito entre os brasileiros enquanto os demais pesquisados **13,2%** ainda não estão fazendo o uso das redes para efetuar compras. Também foi verificado quais das redes sociais são mais acessadas para a compra dos produtos. Segundo a pesquisa, 85% dos usuários entrevistados usam o Facebook para adquirir produtos e serviços na internet. Outros 5,3% usam o Twitter, 0,9% o LinkedIn e 8,8% usam o E-commerce.

REFLEXÕES

O marketing em redes sociais já é fato, e o que é necessário agora é checar quais são as melhores práticas, métodos e processos para potencializar este poder. A questão é que mensurar este tipo de interação é algo bastante complexo, já que as dinâmicas das redes sociais são diversas e nem sempre totalmente visíveis sob a fria ótica dos números. É preciso pensar em novas maneiras para dinamizar e mensurar esta relação. A boa notícia é que essa revolução está apenas no começo e certamente a prática levará a processos mais “seguros” conforme o tempo for passando.



MODALIDADE
DE BOLSA

Sem bolsa