

ÁREA e SUB-ÁREA: ADMINISTRAÇÃO / ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS

A INFLUÊNCIA DO *DIGITAL INFLUENCER* NOS JOVENS

Renata Garcia Ridolphi¹; Vitória Moraes de Paula²; Raphael de Mello Veloso³

¹*Estudante do Curso Técnico em Administração do Instituto Federal Fluminense;*
e-mail: renataridolphi1@gmail.com

²*Estudante do Curso Técnico em Administração do Instituto Federal Fluminense;*

³*Professor do Instituto Federal Fluminense*

Resumo

O presente trabalho tem objeto de estudo a influência das figuras públicas, nas redes sociais, na decisão de compra do público jovem. O crescente número de adeptos das redes sociais torna esse ambiente bastante propício para a divulgação de marcas, produtos e/ou serviços. Nesse sentido, as empresas veem nos influenciadores digitais, como celebridades e blogueiras, uma oportunidade de conquistar novos clientes. Além disso, a grande maioria dos jovens tem contato diariamente com os perfis das figuras públicas nas redes sociais. A partir disso, vê-se a necessidade de estudar esse meio de comunicação e as personalidades que utilizam esse meio, mostrando como se influenciam e por isso o problema de pesquisa do trabalho baseia-se no seguinte questionamento: As figuras públicas, nas redes sociais, influenciam a decisão de compra do público jovem? A fim de responder a essa indagação, será feita uma pesquisa bibliográfica para compreender como acontece este processo de marketing aliado às redes sociais e qual é o papel do *digital influencer* nesse contexto. Posteriormente, será aplicado um questionário a alguns jovens, a fim de analisar o poder de influência das figuras públicas, nas redes sociais, sobre o público jovem. Com isso, espera-se identificar se as figuras públicas influenciam ou não na decisão de compra do público jovem e deduzir por que as empresas veem nessas figuras grande potencial de divulgação e aumento do consumo da marca, produto e/ou serviço.

Palavras-chave: figuras públicas; redes sociais; marketing.