

O uso do marketing digital pelas pequenas empresas em tempos de crise econômica

Kessyla Dalpério Areal Coutinho^{1*}; João Pedro Stambazzi Areal¹; Júlia Ferreira de Oliveira¹; Kayan Carlo Lima Pereira¹; Natalia Lepre Nascimento⁵

¹Estudante do IFF Campus Itaperuna; ²Docente do IFF Campus Itaperuna;
*kessyladalperio@gmail.com

Resumo

Este estudo tem como objetivo mostrar o quanto o *Marketing Digital* pode ajudar as pequenas empresas. Sob o ponto de vista econômico, este é um meio de conseguir com que essas empresas se destaquem. Propõe-se assim, mostrar o que as empresas de pequeno porte podem realizar, de fato, para o seu crescimento. Seguindo essa premissa, a mídia digital permite que as empresas utilizem os dados dos clientes, criando conteúdo de Marketing, direcionando e atuando para chamar atenção de um determinado público, visando atrair clientes em potencial para o negócio. Este trabalho é de natureza qualitativa, permitindo que os assuntos tratados sejam analisados criticamente. Os dados nele apresentados foram realizados de forma descritiva com informações precisas. A fundamentação teórica do estudo aborda um conceito do Marketing chamado: *os 4P's do Marketing* (Produto, Preço, Praça e Promoção). Ao final do estudo, pretende-se mostrar que o Marketing Digital é uma ferramenta de grande valia para as pequenas empresas que pretendem aprender a utilizar esse tipo de Marketing com o intuito de expandi-la dentro do negócio. De forma bem objetiva, já que se o cliente não vai até a loja, a loja irá até o cliente.

Palavras-Chave: Marketing. Empresas. Mídia.

Instituição de fomento: IFFluminense.