

REDES SOCIAIS COMO ESTRATÉGIA DE MARKETING DIGITAL: UM ESTUDO DE CASO NA UNIDADE DE COMUNICAÇÃO DIGITAL DA UNIJUÍ¹

Júlia De Almeida Schneider², Camila Marzari³, Celísia Liane Ziotti Bohn⁴.

¹ Trabalho de conclusão de curso do Curso Técnico em Administração do SENAC

² Aluna do Curso Técnico em Administração do SENAC.

³ Professor Orientador, SENAC/Ijuí

⁴ Professor Co-orientador, SENAC/ Ijuí

O mundo atual é desafiador e competitivo para as organizações, pois está em transformações constantes. É preciso saber usar as transformações como pontos favoráveis à organização. A era da globalização mudou o perfil dos clientes, a internet tem estado cada vez mais presente na vida das pessoas, passando a fazer parte do contexto social. Isso ocorre principalmente depois do surgimento das redes sociais. O marketing digital é um meio para alcançar espaço no mercado globalizado, uma vez que aposta na comunicação direta com o cliente, possibilitando o atendimento às necessidades e desejos dos clientes de forma mais segmentada. Tendo em vista a importância das redes sociais, este estudo buscou entender como a Unidade de Comunicação Digital da Coordenadoria de Marketing da Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul (UNIJUÍ) utiliza estas redes como estratégia de marketing digital. Os métodos utilizados para realização desse estudo foram: pesquisa bibliográfica, qualitativa, descritiva, exploratória, estudo de caso e entrevista semiestruturada. A entrevista, composta por 17 questões, foi realizada com os dois técnicos – administrativos, que são integrantes e responsáveis pelo funcionamento da Unidade. Através da análise dos dados coletados pode-se destacar que as redes sociais como estratégia de marketing digital oferecem vantagens para organização. Porém, para alcançar essas vantagens, as redes devem ser administradas por profissionais que tenham conhecimento sobre o uso das mesmas. Os dados da pesquisa mostraram que a Unidade realiza um planejamento das ações, de acordo com o público e com a rede que irá usar. Os públicos que os perfis da UNIJUÍ agregam, por serem extremamente amplos propiciam positivamente a segmentação das ações, aumentando a chance de bons resultados. Resultados estes, que podem ser mensurados através de ferramentas que a internet mesmo oferece. Além disso, percebe-se que as redes sociais são um meio propício para se criar um relacionamento com o cliente, já que através das redes a interação acontece de forma mais intensa por ser um meio prático e rápido de comunicação. As redes sociais aumentaram muito o uso da internet, tornando-a parte da vida da maioria das pessoas. É importante estar inserido neste meio que possibilita a organização se relacionar igualmente com seu cliente. Cabe a organização identificar se há necessidade do uso desta ferramenta, pois apesar da dimensão que a comunicação digital tem tomado, ainda existem nichos de mercados que não necessitam do apoio desta ferramenta. Com os resultados chega-se a conclusão que as redes sociais são uma forte ferramenta de relacionamento com os públicos, possibilitando acesso a importantes informações



SALÃO DO CONHECIMENTO

UNIJUÍ 2013
Ciência • Saúde • Esporte



Modalidade do trabalho: Relato de experiência

Evento: III Mostra de Iniciação Científica Júnior

disponibilizadas pelos usuários através destes meios de comunicação digital. As redes sociais apresentaram diversos benefícios à organização, mostrando ser uma ferramenta eficiente e indispensável de marketing digital, frente ao público atual.



Para uma VIDA de CONQUISTAS