



Evento: III Seminário Acadêmico da Graduação UNIJUÍ

O IMPACTO DO MARKETING DIGITAL PARA OS EXPOSITORES EM UMA FEIRA MULTISSETORIAL¹

Helene Vogt Rein², Larissa Fuhr Andriollo³, Luiza Busanelo Brites⁴, Suelen Caroline da Silva⁵, Daniéli Hartmann Antonello⁶

¹ Atividade desenvolvida na disciplina de Marketing Digital dos cursos de administração e publicidade e propaganda da UNIJUÍ.

² Estudante do curso de Administração;

³ Estudante do curso de Administração;

⁴ Estudante do curso de Administração

⁵ Estudante do curso de Administração

⁶ Professora dos cursos de Administração e Publicidade e Propaganda;

Introdução/Objetivos: Esse trabalho, desenvolvido na disciplina de Marketing Digital, une três conceitos fundamentais: jornada do consumidor, funil de vendas e marketing de conteúdo. Como afirmam Martha Gabriel e Rafael Kiso (2021, p.167), “A jornada do cliente agora é um caminho com várias portas de entrada, e é ele quem escolhe quando e como entrar”. Isso significa que o comportamento do consumidor atual não segue mais um fluxo linear, mas múltiplas possibilidades de interação que exigem das marcas estratégias integradas e personalizadas. Para os expositores de uma feira, o uso de conteúdos digitais, interativos e alinhados ao perfil do público não apenas gera tráfego, mas também fortalece a imagem da marca e prolonga sua relação com potenciais clientes. **Metodologia:** A proposta do trabalho tem como base os conteúdos trabalhados em sala de aula e insights baseados no funil de vendas. No topo do funil, o foco foi chamar a atenção dos expositores em potencial, evidenciando as oportunidades de participar de uma feira multissetorial e destacando como a exposição agrega valor e amplia a visibilidade do negócio. No meio do funil, o objetivo foi mostrar ao expositor como ele pode se preparar para obter melhores resultados durante a feira com dicas práticas para se destacar e construir relacionamentos sólidos com o público. No fundo do funil, o objetivo foi incentivar a ação do expositor, motivando-o a reservar seu estande, apresentando dados reais sobre a feira e tom de urgência, promovendo a conversão. **Resultados e Discussão:** Os conteúdos visuais elaborados para os expositores da feira foram planejados com base nos três conceitos fundamentais estudados e embora não tenham sido aplicados de forma prática no ambiente digital, é possível analisar os resultados esperados e discutir suas implicações a partir da lógica do planejamento. Cada etapa foi pensada para oferecer ao expositor pontos de contato relevantes, tornando a experiência menos linear e mais personalizada. **Conclusão:** Conclui-se, portanto, que a integração entre jornada do consumidor, funil de vendas e marketing de conteúdo é fundamental para que os expositores se destaquem nesse cenário competitivo. As práticas analisadas evidenciam que o sucesso não depende apenas da exposição na feira, mas da criação de experiências e presença digital que transformam sua participação em uma estratégia de fortalecimento e expansão de negócios, garantindo resultados que vão além do evento.

Palavras-chave: Marketing Digital. Funil de vendas. Jornada do consumidor. Feira. Expositores.