

12 a 16
de setembro
de 2016

siepe 2016

CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO

ISSN 2237-6593

MARKETING DIGITAL E COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR: ESTUDO E APLICAÇÃO DOS PERFIS DIGIGRÁFICOS DA DM9DDB EM CONCÓRDIA/SC

Orientadores: SANTOS, Paulo Ricardo dos

Pesquisadores: LINO, Ted William

Curso: Publicidade e Propaganda

Área: Área das Ciências das Humanidades

Resumo: Em 2013 a agência brasileira de propaganda DM9DDB desenvolveu cinco novas categorias para compreender como os indivíduos agem e o que os motiva para tal, sendo elas: os Imersos, os Ferramentados, os Fascinados, os Emparelhados e os Evoluídos. Em posse deste estudo, a pesquisa intitulada “Marketing Digital e Comportamento do Consumidor: Estudo dos Perfis Digigráficos da DM9DDB em Concórdia/SC” se propôs a compreender o comportamento digital de 380 jovens de 14 a 17 anos da Escola Estadual de Educação Básica Professor Olavo Cecco Rigon. Através de um paralelo entre os perfis e o público pesquisado, o objetivo foi revelar os Perfis Digigráficos dos alunos e compreender o seu comportamento digital e de consumo. Com os resultados pudemos notar uma reconfiguração quanto à relevância de fontes de informação sobre determinados produtos: segundo a pesquisa, o público pesquisado oferece maior relevância às publicações em blogs, sites de notícias e e-commerces, do que à publicidade. **Palavras-chave:** Perfis Digigráficos. Comportamento do Consumidor. Marketing Digital. **E-mails:** paulo.santos@unoesc.edu.br ted.william@hotmail.com