

**MARKETING DE RELACIONAMENTO NAS MÍDIAS SOCIAIS: ESTUDO DE CASO DA  
UTILIZAÇÃO DO FACEBOOK PELA REDE DE COLÉGIOS MARISTAS**

Orientadores: SANTOS, Paulo Ricardo dos

Pesquisadores: KRAUSE, Paulo

Curso: Publicidade e Propaganda

Área: Área das Ciências das Humanidades

Resumo: No presente trabalho discorremos sobre estratégias de utilização da rede social Facebook como ferramenta de marketing de relacionamento, com uma análise das fanpages dos colégios que compõem a Rede de Colégios Maristas. Atualmente empresas investem em formas de interagir com seus clientes, não apenas expondo seu produto, mas também conversando sobre ele, criando uma relação entre a empresa e o consumidor. O objetivo geral do trabalho foi identificar, com base no Marketing de Relacionamento, como a Rede de Colégios Marista utiliza a rede social Facebook como ferramenta para engajamento de seu público. Os objetivos específicos foram compreender os conceitos de interatividade e relacionamentos com o cliente; classificar as postagens buscando entender de que forma elas expressam marketing de relacionamento; compreender o histórico de comunicação da Rede de Colégios Maristas a fim de entender o seu posicionamento nas mídias sociais e avaliar as práticas utilizadas pelos Colégios no meio digital. A pesquisa é caracterizada como bibliográfica e de estudo de caso, desta forma realizou-se uma entrevista com os assistentes de Comunicação e Marketing das 18 unidades que a compõe. Como resultado, acredita-se que o Facebook pode ser utilizado como suporte para divulgação de conteúdo. Esse surge como uma ferramenta de trabalho, podendo ser utilizada pela Rede de Colégios Maristas, para promover o marketing de relacionamento.

Palavras-chave: Marketing Digital. Marketing de Relacionamento. Facebook. Colégios Maristas.

E-mails: paulo.santos@unoesc.edu.br paulokrause@outlook.com