

**PLANEJAMENTO E MARKETING DIGITAL NAS MÍDIAS SOCIAIS: ESTUDO DE CASO  
DA UTILIZAÇÃO DO BLOG COMO MÉTODO DE INBOUND MARKETING PELA  
CORPLAN PROPAGANDA.**

Pesquisador(es): POZZO, Ediomar; BALESTRIN, Vanessa

Curso: Publicidade e Propaganda

Área: Área das Humanidades

Resumo: O presente trabalho discorre de um estudo sobre o desenvolvimento de estratégias em uma empresa de marketing digital. Atualmente empresas investem em formas de interagir diretamente com seus clientes, não apenas expondo seu produto/serviço, mas também conversando sobre ele, criando uma relação mais próxima entre a empresa e o consumidor. O objetivo geral do trabalho é identificar se é possível reduzir custos em mídia com o Inbound marketing, atrair novos clientes e fidelizar os consumidores. Os objetivos específicos são compreender o histórico de comunicação da empresa pesquisada a fim de entender as estratégias já utilizadas em seu posicionamento nas mídias sociais; avaliar as práticas utilizadas pela empresa no meio digital, verificar através do Inbound marketing como conseguir atrair visitantes para a plataforma online (site/blog) e gerar leads orgânicas, avaliar através dos comentários dos profissionais pesquisados se as estratégias estão trazendo engajamento; sistematizar a literatura existente sobre o tema Inbound Marketing e identificar os fatores que caracterizam a qualidade da informação. A pesquisa é caracterizada como quali-quantitativa, através de uma abordagem bibliográfica e de estudo de caso, com aplicação de questionário estruturado, desta forma realizou-se uma entrevista com os assistentes de Comunicação e Marketing da Corplan Propaganda com perguntas voltadas a entender como a ferramenta pôde de fato auxiliar e se obteve o que foi planejado. Acredita-se que sim, diante dos dados avaliados na pesquisa que a ferramenta pode auxiliar e muito na questão de redução.

Palavras-chave: Marketing Digital; Estratégias; Inbound Marketing. Informação.

E-mails: ediomarsp@gmail.com, vanessa.balestrin@unoesc.edu.br