

## MÍDIAS SOCIAIS NO MERCADO DE SEGUROS: UM ESTUDO DE CASO

Pesquisador(es): BELATTO, Gabriel

BASSO, Carla de Almeida Martins

Curso: Administração

Área: Marketing

Resumo: O presente artigo aborda uma empresa de seguros com objetivo de analisar a utilização de ferramentas de marketing digital e propor melhorias no uso das mídias sociais, alavancando a imagem da empresa e auxiliando na venda do seu portfólio. Para atender o objetivo foram utilizadas ferramentas estratégicas de gestão e ferramentas de marketing tradicional e digital, como a gestão dos canais de comunicação da empresa, análise do cenário atual de divulgação e onde e o que pode ser melhorado. A pesquisa trata especificamente como as técnicas de administração e marketing podem ser aplicadas na melhoria direta da marca da empresa e como pode ajudar na aproximação dos clientes alvo. A pesquisa foi exploratória, quantitativa e qualitativa por análise documental de dados da empresa, localizada na cidade de Chapecó. Satisfatoriamente os resultados analisados foram de extrema importância para a repaginação do site da empresa estudada, apontar a necessidade da análise de dados referentes a meios digitais como ferramenta de posicionamento estratégico. Além de incluir uma página de criação de conteúdo e newsletter, abrangendo um público maior, com opções de compartilhamento para redes sociais. O estudo e as práticas adotadas, permitiram uma maior visibilidade e alavancando presença da empresa nos buscadores online de maneira orgânica, diminuindo consideravelmente os custos com divulgação.

Palavras-chave: Marketing. Mídias digitais. Seguros.

E-mails: belatto100@gmail.com; carla.basso@unoesc.edu.br

