

A IMPORTÂNCIA DO MARKETING DE CONTEÚDO PARA PEQUENA E MÉDIA EMPRESA

Pesquisador(es): TODESCHINI, Lidiane Ster

BASSO, Carla de Almeida Martins

PAVAN, Daiane

Curso: Administração

Área: Marketing

Resumo: Este estudo apresenta uma pesquisa bibliográfica sobre o marketing de conteúdo, que tem se mostrado muito eficiente para atração e fidelização de clientes para com a empresa, e alinhado principalmente com o novo perfil dos consumidores na era digital. O autor buscou nos principais estudos prévios sobre marketing, desde o início de sua utilização na Revolução Industrial, e sua evolução que vai do marketing 1.0 até o marketing 4.0, entrando também no marketing digital e o relacionamento com os usuários, até chegar ao marketing de conteúdo, para que pudesse esclarecer e colaborar para a melhoria desta prática, que vem se tornando fundamental desde pequenas empresas até multinacionais nos dias atuais. Pois além de realizar a venda de produtos e/ou serviços, este consumidor está exigindo e valoriza as empresas que entregam também valores e sentimentos.

Palavras-chave: Marketing Digital. Marketing de conteúdo. Pequena e média empresa.

E-mails: lidi.todeschini@gmail.com; carla.basso@unoesc.edu.br; daiane.pavan@unoesc.edu.br

