



FACEBOOK COMO FERRAMENTA DE MARKETING NO SUPERMERCADO REAL

Pesquisador(es): OLIVEIRA, Evandro Luiz de; BAIERLE, Marília Tereza Berté

Curso: ADMINISTRAÇÃO

Área: Ciências Sociais

Resumo: O trabalho trata-se de uma pesquisa onde classifica-se como qualitativa e quantitativa, como base para interpretação dos dados, tratando-se de uma pesquisa descritiva. Tendo como principal objetivo verificar na bibliografia pressupostos do marketing de relacionamento, relacionar o uso do Facebook com o marketing de relacionamento e propor um modelo de implantação da ferramenta na empresa. A pesquisa evidencia como as mídias sociais estão cada vez mais acelerando o processo de compra dos consumidores, trazendo uma maior agilidade no processo de compra, fazendo com que a organização aproxime-se ainda mais do cliente, interagindo e criando vínculos de proximidade ainda maiores. Um fator que vem aumentando o interesse pelo marketing no Facebook é o fato que pequenos e médios empresários estão percebendo que é possível divulgar suas empresas a um custo relativamente baixo no Facebook. De acordo com os dados obtidos na pesquisa com os clientes, observa-se que praticamente todos os questionados concordam com a ideia de que a rede social Facebook é um facilitador no momento da escolha dos produtos e do estabelecimento onde fará suas compras mensais ou semanais. Diante disso é possível avaliar o retorno obtido nas ações de divulgação no Facebook, com isso, um bom planejamento estratégico nas diversas ações de marketing, fazem com que o seu desenvolvimento traga bons resultados no seu decorrer e assim alcançando os objetivos.

Palavras-chave: Facilitador. Marketing de relacionamento. Facebook.

E-mails: evandro.oliveira@unoesc.edu.br; mariliaberte128@hotmail.com