

O MARKETING DIGITAL DE UMA EMPRESA TÊXTIL DO OESTE DE SANTA CATARINA

Débora Manorov¹, Sérgio Begnini², Inocência Dalbosco.³

1. Discente do curso de graduação em Administração, Unoesc, Chapecó, SC
2. Docente do curso de graduação em Administração, Unoesc, Chapecó, SC
3. Docente do curso de graduação em Administração, Unoesc, Chapecó, SC

Autor correspondente: Débora Manorov, deboramantorov54@gmail.com

Área: Ciências Sociais

Introdução: O marketing para a empresa do ramo de vestuário precisa estar em constante evolução, e acompanhando as mudanças para assim atender as exigências dos seus consumidores, sendo assim, o Marketing digital veio para inovar essa nova era, as ações que a empresa deve utilizar por meio da internet, para divulgar e comercializar seus produtos e conquistar mais clientes de forma fácil e rápida. **Objetivo:** O objetivo principal deste projeto consistiu em estruturar a divulgação e a comunicação das mídias sociais com vista a potencializar o engajamento. **Método:** O método aplicado teve como base a metodologia dos 8Ps de Conrado Adolpho (2011). Com o método será possível ter uma melhorias na divulgação e comunicação das redes sociais. No primeiro momento foi feito uma observação no setor de marketing, e levantamento de dados das redes sociais, posteriormente foi aplicado um questionário para clientes da empresa. **Resultados:** Espera-se que com este projeto seja possível ter mais divulgação, visualização, engajamento e comunicação nas redes sociais, com vista em potencializar ainda mais as redes sociais da empresa. **Conclusão:** Este projeto buscou elaborar uma estratégia para melhorar a comunicação e divulgação das mídias sociais da empresa, buscando uma melhor forma se comunicar e divulgar a linha de produtos da empresa, tendo mais engajamento nas redes sociais.

Palavras-chave: Marketing.; Marketing Digital.; Cliente.; Pequenas empresas..

