

## A INTERAÇÃO DO PÚBLICO COM A MARCA: ESTUDO DE CASO DA MELISSA NO INSTAGRAM

Orientador: FERREIRA, Arnaldo Telles

Pesquisadora: TONET, Priscila

Curso: Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda

Área do conhecimento: Área das Ciências das Humanidades

Com este trabalho, teve-se como objeto de pesquisa a investigação sobre a utilização do Instagram como ferramenta de interação entre o público e uma marca. Considerando que o Instagram não é tão explorado no mercado publicitário nacional, objetiva-se a verificação, por meio de um estudo de caso da empresa de calçados Melissa, se ele pode proporcionar uma forma de comunicação eficaz entre as empresas e seus seguidores. Considerando que as redes são formadas por dois elementos, os atores sociais e suas conexões, torna-se essencial um aprofundamento nesses conceitos para que se possa entender a forma de comunicação praticada nessa era pós-moderna. Para trazer mais sustentação à análise, também são abordados os conceitos de *marketing* de relacionamento e de *marketing* de conteúdo. Diante disso, realizou-se uma pesquisa com base nos estudos abordados, optando pela divisão dos dados em duas categorias, os atores e as conexões. Foram classificados como atores tanto as ações da Melissa quanto os indivíduos que interagem com a empresa, pois ambos têm a capacidade de gerar e de receber conteúdo. Já as conexões abrangem a análise qualitativa do *feedback* que a marca recebeu. Como resultado, pode-se perceber que a Melissa utiliza a ferramenta Instagram para gestão de sua marca, porém, quando aplicada aos conceitos de *marketing* de relacionamento, verifica-se que ela não o faz de forma eficaz, deixando de oferecer um *feedback* aos clientes quando solicitado. Mas, de modo geral, o Instagram pode ser considerado uma forma eficiente de manter uma relação entre marca e clientes quando uma empresa possui uma boa estratégia de divulgação.

Palavras-chave: Mídias sociais. Interação. *Marketing*.

priitonet@gmail.com

arnaldo.ferreira@unoesc.edu.br