

**CENTRO UNIVERSITÁRIO UNIFACVEST
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO
NELSEANNE APARECIDA FLORÃO**

**A IMPORTÂNCIA DA UTILIZAÇÃO DO AMBIENTE DIGITAL PELAS
EMPRESAS: COMUNICAÇÃO E VENDA DE SEUS PRODUTOS E SERVIÇOS**

PIRAÍ DO SUL, PR

2023

NELSEANNE APARECIDA FLORÃO
**A IMPORTÂNCIA DA UTILIZAÇÃO DO AMBIENTE DIGITAL PELAS
EMPRESAS: COMUNICAÇÃO E VENDA DE SEUS PRODUTOS E SERVIÇOS**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao
Centro Universitário UNIFACVEST como
parte dos requisitos para a obtenção do grau de
Bacharelado em Administração.

Aluno: Nelseanne Aparecida Florão

Orientador: Ingrid Cristiane Inácio de Liz

Piraí do Sul, PR, / __/ANO. Nota _____

(data de aprovação)

Profª Ma. Ingrid Cristiane Inácio de Liz

Prof. Dr. José Correa Gonçalves

A IMPORTÂNCIA DA UTILIZAÇÃO DO AMBIENTE DIGITAL PELAS EMPRESAS: COMUNICAÇÃO E VENDA DE SEUS PRODUTOS E SERVIÇOS

Nelseanne Aparecida Florão¹

Ingrid Cristiane Inácio de Liz²

RESUMO

O marketing digital é uma estratégia que permite às empresas aproveitar as oportunidades do ambiente digital para comunicar-se e vender seus produtos/serviços. Com o avanço da tecnologia e o aumento do acesso à internet, o alcance e a influência do mundo digital se tornaram cada vez mais relevantes para as organizações.

Uma das principais vantagens do marketing digital é a possibilidade de segmentar e direcionar as campanhas de comunicação para públicos específicos, o que facilita a personalização das mensagens e aumenta as chances de conversão em vendas. Além disso, o ambiente digital oferece uma série de ferramentas e plataformas que permitem mensurar resultados e otimizar as estratégias de marketing.

O marketing digital também permite a interação direta com os clientes, seja por meio das redes sociais, blogs ou e-mails. Essa comunicação mais próxima potencializa para um relacionamento mais sólido e duradouro com o público, além de proporcionar um feedback mais rápido e eficiente.

Em resumo, o marketing digital oferece diversas oportunidades para as empresas se comunicarem e venderem seus produtos e serviços no ambiente digital. Com estratégias bem planejadas e adaptadas ao público-alvo, as empresas podem alcançar resultados significativos e se destacar no mercado.

Palavras-chave: Marketing. Cliente. Ambiente Digital.

ABSTRACT

Digital marketing is a strategy that allows companies to take advantage of opportunities in the digital environment to communicate and sell their products/services. With the advancement of technology and increased access to the internet, the reach and influence of the digital world have become increasingly relevant for organizations.

One of the main advantages of digital marketing is the possibility of segmenting and directing communication campaigns to specific audiences, which facilitates the personalization of messages and increases the chances of conversion into sales. Furthermore, the digital

¹Graduanda em Administração pela Unifacvest. nelseanneflorao@gmail.com.

² Graduada em Administração pela Unifacvest. Especialista em Tutoria em Educação à Distância pela Unifacvest. Mestre em Práticas Transculturais pela Unifacvest. Atua na Unifacvest/curso de Administração, Ciências Contábeis e Engenharia de Produção. prof.ingrid.liz@unifacvest.edu.br. <https://lattes.cnpq.br/2455207215266751>. <https://orcid.org/0009-0003-7984-7967>.

environment offers a series of tools and platforms that allow you to measure results and optimize marketing strategies.

Digital marketing also allows direct interaction with customers, whether through social networks, blogs or emails. This closer communication leads to a more solid and lasting relationship with the public, in addition to providing faster and more efficient feedback.

In short, digital marketing offers several opportunities for companies to communicate and sell their products and services in the digital environment. With well-planned strategies adapted to the target audience, companies can achieve significant results and stand out in the market.

Keywords: Marketing. Client. Digital Environment

1. INTRODUÇÃO

Com o surgimento e desenvolvimento do ambiente digital, as empresas têm a oportunidade de comunicar-se com seu público-alvo de maneira mais eficiente e alcançar um maior número de consumidores. O marketing digital se tornou uma estratégia indispensável para as empresas que desejam se destacar no mercado e impulsionar suas vendas. Neste contexto, surgem diferentes oportunidades que podem ser exploradas pelas empresas, desde a criação de canais de comunicação até a utilização de ferramentas específicas para a venda de produtos e serviços. Esta pesquisa tem como objetivo explorar como as empresas podem aproveitar essas oportunidades e quais são as melhores práticas do marketing digital.

O marketing digital tornou-se uma estratégia fundamental para as empresas, especialmente no mundo cada vez mais digitalizado em que vivemos. Com o avanço da tecnologia e o crescente uso da internet, as oportunidades para se comunicar com os consumidores e vender produtos e serviços têm se expandido significativamente.

O ambiente digital oferece diversas vantagens para as empresas, permitindo que elas atinjam um público maior e mais diversificado. Ao adotar o marketing digital, as empresas podem alcançar consumidores em diferentes partes do mundo, independentemente da localização geográfica. Além disso, a internet possibilita uma interação mais direta e personalizada com os consumidores, permitindo que as empresas obtenham um maior conhecimento sobre seus públicos-alvo e atendam às suas necessidades de forma mais eficiente.

Uma das principais estratégias do marketing digital é a utilização das mídias sociais.

As mídias sociais são sites na internet que permitem a criação e o compartilhamento de informações e conteúdos pelas pessoas e para as pessoas, nas quais o consumidor é ao mesmo tempo produtor e consumidor da informação. (TORRES, 2009, p.113).

As redes sociais têm se mostrado uma poderosa ferramenta para as empresas se conectarem com os consumidores e promoverem seus produtos e serviços. Ao criar uma presença nas mídias sociais, as empresas podem compartilhar conteúdo relevante e interessante, atrair seguidores e estabelecer um relacionamento mais próximo e duradouro com seu público-alvo.

Segundo Torres (2010), o marketing digital está cada dia se tornando respeitável tanto para os negócios como para as empresas, assim como os clientes estão mudando forma de comportamento e utilizando cada vez mais a internet como maneira de comunicação, buscando através da internet determinados produtos, marcas, serviços e também experiências de consumo com outros consumidores.

Além das mídias sociais, outras estratégias do marketing digital incluem o e-mail marketing, o marketing de conteúdo e o SEO (*Search Engine Optimization*), que visa melhorar o posicionamento de uma empresa nos resultados de busca dos mecanismos de busca, como o Google. Essas estratégias permitem que as empresas atraiam tráfego qualificado para seus sites, gerando mais oportunidades de vendas.

Kotler (2003, p. 3), define marketing como sendo “um processo administrativo e social pelo qual indivíduos e grupos obtêm o que necessitam e desejam, por meio da criação, oferta e troca de produtos e valor para os outros”.

No entanto, para aproveitar de fato as oportunidades do ambiente digital, as empresas precisam investir em uma estratégia de marketing digital sólida e bem planejada. É preciso entender o comportamento do consumidor online, identificar as melhores plataformas para se comunicar com o público-alvo e criar um conteúdo relevante e atrativo. Além disso, é necessário acompanhar os resultados das estratégias adotadas e fazer ajustes conforme necessário.

Custódio (2018), complementa que: “É por isso que o Marketing Digital, o conjunto de estratégias voltadas para a promoção de uma empresa na internet, tem se tornando cada vez mais essencial para negócios que desejam atrair clientes.”

Não há segredo, toda a informação é disponibilizada na internet, por isso, achar um jeito de explorar esse meio foi um grande fator para o marketing digital crescer tanto nesses últimos anos.

Conseqüentemente, o marketing digital oferece uma infinidade de oportunidades para as empresas se comunicarem e venderem seus produtos e serviços no ambiente digital. Ao adotar as estratégias certas, as empresas podem alcançar um público maior, estabelecer um

relacionamento mais próximo com os consumidores e aumentar suas vendas de forma eficiente. É essencial que as empresas estejam atentas às tendências e inovações do marketing digital para aproveitar ao máximo as oportunidades oferecidas por esse ambiente em constante evolução.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O Marketing faz uso de estratégias de comunicação para atrair o interesse do consumidor pelo produto ou serviço ofertado, tendo como objetivo valorizar os produtos ou serviços que satisfaçam os desejos e as necessidades desses consumidores gerando, assim, um relacionamento que proporcione ganho para ambas as partes.

O Marketing é uma das principais ferramentas utilizadas para influenciar no processo de mudança de comportamento do consumidor e nas negociações entre empresa e cliente que tem como objetivo satisfazer as necessidades de ambos. (COBRA, 2006). De acordo com o autor o Marketing é um instrumento importante para divulgar o(s) produto(s) e alcançar o público alvo da empresa, objetivando superar as expectativas do consumidor e estabelecer um relacionamento em longo prazo, e assim, prevalecer na competitividade do mercado.

Não há como negar que nos últimos anos mudou a forma como as empresas usam a Internet e, em especial, as redes sociais. As redes sociais são ótimos canais para que as empresas possam fazer Marketing de seus produtos e serviços.

As oportunidades que o ambiente digital oferece para as empresas se comunicarem com seu público-alvo são muitas. A chave para o sucesso está em escolher as estratégias e canais mais adequados ao seu negócio e público-alvo, além de manter-se atualizado com as tendências em constante evolução no mundo digital.

Segundo Silva (2011), uma rede social pode ser definida como um conjunto de relações interpessoais concretas que vinculam indivíduos a outros indivíduos, ou seja, rede social é o nome que se atribui a um conjunto de pessoas que estão ligadas entre si devido a interesses em comum.

As Mídias Sociais são plataformas como *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Linkedin*, *Whats APP* e outras que oferecem às empresas a chance de se conectar diretamente com seu público-alvo por meio de *posts*, anúncios segmentados e interações em tempo real.

O *E-mail* Marketing ainda é uma ferramenta poderosa para comunicação direta e personalizada. As empresas podem enviar boletins informativos, promoções e atualizações diretamente para a caixa de entrada de seus clientes.

O Marketing de Conteúdo é utilizado para a criação de conteúdo valioso, como blogs, vídeos, infográficos e podcasts, permite que as empresas compartilhem conhecimento e estabeleçam autoridade em seu setor. Além disso, ajuda na atração e retenção de clientes.

Os Anúncios *Online* são plataformas de publicidade *online*, como *Google Ads* e *FacebookAds*, permitem que as empresas alcancem seu público-alvo com anúncios altamente segmentados, maximizando o retorno sobre o investimento em publicidade.

Os *Chatbots* e Atendimento ao Cliente Online são a automação do atendimento ao cliente por meio de *chatbots* permite que as empresas forneçam respostas rápidas a perguntas frequentes e melhorem a experiência do cliente.

Os Aplicativos Móveis são aplicáveis no desenvolvimento de aplicativos e permite uma comunicação direta e personalizada com os clientes, além de oferecer recursos exclusivos e funcionalidades.

Colaborar com influenciadores em plataformas de mídia social pode aumentar a visibilidade da marca e alcançar um público mais amplo por meio de pessoas que têm influência sobre seus seguidores.

O uso de estratégias de SEO ajuda as empresas a melhorar sua visibilidade nos mecanismos de busca, direcionando o tráfego orgânico para seus sites e conteúdo.

A realização de webinars e eventos online permite que as empresas compartilhem conhecimento, interajam com seu público e gerem leads qualificados.

Através de canais digitais, as empresas podem coletar feedback de clientes em tempo real, o que ajuda na melhoria contínua de produtos e serviços.

A coleta de dados e a análise de comportamento online permitem que as empresas personalizem suas mensagens e ofertas, tornando a comunicação mais relevante para cada cliente. O ambiente digital oferece uma abundância de dados que podem ser analisados para compreender melhor o comportamento do público-alvo, medir o desempenho das campanhas e tomar decisões baseadas em dados.

Para empresas que vendem produtos, o comércio eletrônico oferece a oportunidade de alcançar um público global e facilitar transações online.

2.1 Quais são as melhores práticas para as empresas criarem uma presença online eficiente?

A consistência e a paciência são importantes ao criar uma presença online eficiente. O

sucesso digital muitas vezes leva tempo, e é importante ajustar suas estratégias à medida que você aprende o que funciona melhor para o seu negócio e seu público-alvo.

Definir claramente seus objetivos online, eles podem incluir aumentar as vendas, construir reconhecimento de marca, gerar leads, oferecer suporte ao cliente, entre outros. Seus objetivos orientarão sua estratégia digital.

Compreender quem é seu público-alvo, seu interesse, necessidade e comportamento online. Isso ajudará a direcionar suas mensagens e estratégias para atender às expectativas do público.

Ter um site bem projetado e responsivo é essencial. Certifique-se de que ele seja compatível com dispositivos móveis, pois cada vez mais as pessoas acessam a web por meio de *smartphones e tablets*.

Investir na criação de conteúdo relevante e valioso para seu público, isso pode incluir blogs, vídeos, infográficos, webinars, podcasts e muito mais. O conteúdo de qualidade atrai visitante e estabelece a autoridade da marca.

Otimizar o seu site e conteúdo para mecanismos de busca, como o *Google*, isso inclui a escolha de palavras-chave relevantes, otimização de meta descrições, títulos e construção de links de qualidade.

Estar presente nas redes sociais relevantes para seu público-alvo, publicar regularmente, interagir com seus seguidores, compartilhar conteúdo útil e utilizar anúncios segmentados para alcançar mais pessoas.

Construa uma lista de e-mails de qualidade e utilize o e-mail marketing para manter seu público informado sobre novidades, promoções e atualizações. Personalize mensagens sempre que possível.

Considerar parcerias com influenciadores relevantes para sua indústria ou nicho. Eles podem ajudar a promover sua marca de forma autêntica para seu público.

Utilizar ferramentas de análise para acompanhar o desempenho de suas estratégias online. Isso permite ajustar suas táticas com base em dados concretos.

Ofereça suporte ao cliente eficiente por meio de *chatbots*, mídias sociais e outras ferramentas online. Responder prontamente às dúvidas e preocupações do cliente é crucial.

Proteger a segurança dos dados do seu site e dos clientes. Isso inclui a implementação de medidas de segurança, como SSL e práticas de privacidade transparentes.

Ouvir o feedback dos clientes e utilizá-los para melhorar constantemente seus produtos, serviços e estratégias online.

Estar ciente das atividades online de seus concorrentes. Isso pode fornecer insights sobre o que está funcionando e o que pode ser aprimorado.

Estar atualizado com as tendências digitais em constante evolução. Novas plataformas e tecnologias surgem regularmente, e adotar as mais relevantes pode dar à sua empresa uma vantagem competitiva.

É importante adaptar suas estratégias à medida que o ambiente digital evolui e as necessidades do seu público mudam. Monitorar constantemente seus resultados e ajustar as suas táticas são essenciais para alcançar seus objetivos de negócios. Segundo Cobra (2006, p. 41):

O futuro do marketing passa pela virtualidade. O novo varejo eletrônico, a mídia cada dia mais globalizada e acessível na tela do computador, da televisão, na telinha do celular e até onde a imaginação alcançar. O marketing será sem limites. As mudanças tecnológicas e de comportamento de consumo passam a exigir desde já adoção de técnicas avançadas de pesquisa e projeção para novos e inusitados hábitos de consumo.

2.2 Quais são as ferramentas mais adequadas para as empresas venderem seus produtos e serviços no ambiente digital?

A escolha das ferramentas deve ser baseada nas necessidades específicas do seu negócio e nas preferências do público-alvo. É importante considerar a integração de várias ferramentas para criar uma estratégia coesa de vendas online e prestar atenção à segurança e à privacidade dos clientes ao lidar com transações financeiras online.

Loja Online (E-commerce), Plataformas de *Marketplaces*, Plataformas de Redes Sociais, Plataformas de Pagamento *Online*, Ferramentas de Marketing Digital, Gestão de Relacionamento com o Cliente (CRM), *Chatbots* e Atendimento ao Cliente Online, Plataformas de Análise de Dados, Sistemas de Automação de Marketing.

Esses elementos são componentes fundamentais para empresas que desejam ter uma presença online eficaz e bem-sucedida, seja para vender produtos, promover serviços ou interagir com clientes. Cada um desempenha um papel importante na construção e na gestão de uma presença digital de sucesso. Torres (2009, p.116), resume o poder de utilizar as mídias sociais da seguinte forma:

Resumindo: as mídias sociais têm enorme visibilidade, uma forte rede de comunicação baseada em relacionamentos, um conteúdo poderoso e em grande volume. Ou você participa e se envolve ou será envolvido. Não há escolha: a única coisa certa é que estão falando e vão continuar falando sobre sua empresa e seus produtos e serviços, queira você ou não.

2.3 Quais são os desafios enfrentados pelas empresas ao implementarem estratégias de marketing digital e como podem superá-los?

A implementação de estratégias de marketing digital pode ser extremamente benéfica para as empresas, mas também vem com seus próprios desafios. Aqui estão alguns dos desafios mais comuns enfrentados pelas empresas ao implementar estratégias de marketing digital.

A concorrência acirrada refere-se ao ambiente de negócios em que várias empresas competem intensamente pelo mesmo mercado, clientes ou recursos. Isso pode levar a uma pressão significativa sobre preços, inovação e estratégias de marketing, exigindo que as empresas se esforcem constantemente para se destacar.

As plataformas digitais, como redes sociais e mecanismos de busca, frequentemente atualizam seus algoritmos e funcionalidades. Essas mudanças podem afetar a visibilidade e o desempenho das empresas online, exigindo que elas se adaptem e ajustem suas estratégias de marketing.

Os custos de publicidade incluem despesas com anúncios pagos em plataformas online, como anúncios em mídia social, PPC (*Pay-Per-Click*) e outras formas de marketing digital. Gerenciar esses custos é essencial para manter um ROI (*Return on Investment*) positivo.

A produção de conteúdo de alta qualidade é fundamental para atrair e engajar o público online. Isso inclui texto, imagens, vídeos e outros formatos de conteúdo que sejam relevantes e valiosos para os usuários.

Desafios técnicos podem incluir problemas relacionados à infraestrutura, segurança cibernética, desenvolvimento de sites e aplicativos, integração de sistemas e outras questões tecnológicas que afetam as operações online de uma empresa.

Com a crescente preocupação com a privacidade dos dados dos usuários, as empresas precisam garantir que estejam em conformidade com regulamentos de proteção de dados e que tomem medidas adequadas para proteger as informações pessoais de seus clientes.

A gestão da reputação online envolve monitorar e gerenciar a imagem e a percepção da empresa na internet. Isso inclui lidar com críticas negativas, promover comentários positivos e manter uma presença online favorável.

Garantir que a equipe e os recursos estejam alinhados com os objetivos de marketing e negócios é essencial para o sucesso. Isso envolve a coordenação eficaz de pessoal, orçamento e tecnologia.

A medição e análise de dados são cruciais para avaliar o desempenho das estratégias de marketing digital. Isso inclui o uso de ferramentas analíticas para entender o tráfego do site, as conversões, o engajamento nas redes sociais e outros KPIs (*Key Performance Indicators*).

O ambiente digital está em constante evolução, com novas tendências e tecnologias surgindo regularmente. As empresas precisam estar atentas a essas mudanças e adaptar suas estratégias para permanecerem relevantes e competitivas.

Superar esses desafios requer planejamento estratégico, flexibilidade e uma mentalidade de aprendizado contínuo. É importante adaptar suas estratégias de marketing digital conforme a situação e as necessidades do seu negócio. Além disso, considerar a possibilidade de buscar orientação de profissionais ou agências de marketing digital experientes para enfrentar esses desafios com sucesso.

3. MATERIAL E MÉTODOS

A pesquisa foi realizada por meio de revisão bibliográfica, sites. Foram utilizadas fontes confiáveis, como artigos científicos, livros, para embasar teoricamente as respostas às questões de pesquisa.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Espera-se que esta pesquisa tenha identificado as principais oportunidades do marketing digital para as empresas se comunicarem e venderem seus produtos e serviços. Além disso, espera-se que sejam identificadas as melhores práticas para a criação de uma presença *online* eficiente e as ferramentas mais adequadas para a venda de produtos e serviços no ambiente digital. Também será possível compreender os desafios enfrentados pelas empresas ao implementarem estratégias de marketing digital e propor soluções para superá-los.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesta pesquisa, foram exploradas as estratégias e métodos que as empresas podem empregar para tirar proveito das oportunidades oferecidas pelo ambiente digital com o objetivo de se comunicar de maneira eficaz e vender seus produtos e serviços. Ao longo desta

análise, ficou claro que o marketing digital desempenha um papel fundamental no sucesso das empresas na era digital.

As empresas que adotam uma abordagem abrangente e bem planejada para o marketing digital têm maior probabilidade de alcançar resultados positivos. Isso inclui a criação de conteúdo relevante e de qualidade, a otimização de mecanismos de busca, o uso estratégico das mídias sociais e a integração de estratégias de vendas online. Além disso, a adaptação às mudanças rápidas no ambiente digital e a compreensão das preferências e comportamentos do público-alvo são fatores-chave para o sucesso.

Contudo, as empresas enfrentam desafios ao longo desse processo, como concorrência acirrada, custos de publicidade em constante aumento e a necessidade de manter a privacidade e a segurança dos dados dos clientes. No entanto, esses desafios podem ser superados com estratégia, inovação e acompanhamento constante das tendências digitais.

Em última análise, a pesquisa realizada ressalta a importância de que as empresas adotem uma mentalidade de aprendizado contínuo e estejam dispostas a se adaptar às mudanças no ambiente digital. A capacidade de se comunicar de maneira eficaz e vender produtos e serviços online não é apenas uma vantagem competitiva, mas também um requisito essencial para o sucesso nos mercados modernos.

Espero que as descobertas desta pesquisa forneçam insights valiosos para empresas que buscam melhorar sua presença digital e aproveitar ao máximo as oportunidades oferecidas pelo ambiente online. À medida que o ambiente digital continua a evoluir, é fundamental que as empresas estejam preparadas para se adaptar e inovar em sua busca pelo sucesso no mundo digital.

Por fim, é importante destacar que as oportunidades oferecidas pelo ambiente digital são vastas e em constante evolução. As empresas que souberem abraçar o ambiente digital de maneira estratégica e eficaz poderão aproveitar as inúmeras oportunidades para se comunicar e vender produtos e serviços de forma mais eficiente, alcançando um público mais amplo e atingindo seus objetivos de negócios.

REFERÊNCIAS

ALVES, Nadine. **O que é um Webinar e como organizar o seu?**. Disponível em: https://blog.sympla.com.br/blog-do-produtor/o-que-e-um-webinar/?amp=1&gclid=Cj0KCQjwmvSoBhDOARIsAK6aV7hvmQ8PSfwWOydlrNJoQtisYosxqroAdKAQVZJJ0dA_1WmN-djeeowaAnS-EALw_wcB. Acessado em: 25/09/2023.

COBRA, Marcos. **Administração de Marketing no Brasil**. 2. ed. São Paulo: Cobra, 2006.

CÚSTODIO, Mônica. **Por que investir em Marketing Digital: 5 motivos excelentes. 2018**. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/blog/por-que-investir-em-marketing-digital/>. Acesso em: 12/09/2023.

CROW. **O poder da personalização: ajustando estratégias de marketing ao seu modelo de negócio**. Disponível em: <https://blog.crowd.br.com/personalizacao-em-marketing/>. Acessado em 25/09/2023.

DINAMIZE. **O que é marketing de conteúdo e como começar sua estratégia**. Disponível em: https://www.dinamize.com.br/blog/marketing-de-conteudo/?keyword=&utm_term=&gad=1&gclid=Cj0KCQjwmvSoBhDOARIsAK6aV7gqcWS7xUehe8cvFqikpn4_f6XtSAKvJk4onynbU1cKYcos-dPDIAYaAsBOEALw_wcB: Acessado em 25/09/2023.

DINAMIZE. **O que é marketing de influência e como dar os primeiros passos**. Disponível em: https://www.dinamize.com.br/blog/marketing-de-influencia-primeiros-passos/?keyword=&utm_term=&gad=1&gclid=Cj0KCQjwmvSoBhDOARIsAK6aV7go2Dp1FrKUp_K3_y-BLGBDVeEV4mJhhI6tJrVORMQaThkpTStRnioaAqFnEALw_wcB. Acessado em 25/09/2023.

DISPARA AI. **O que é um chatbot para vendas e marketing? Entenda para que serve e como ele funciona**. Disponível em: https://dispara.ai/o-que-e-um-chatbot-para-vendas-e-marketing/?utm_term=&utm_campaign=%5BBSRF%5D+Search+-+DSA+-+Blogposts&utm_source=adwords&utm_medium=ppc&hsa_acc=7733886099&hsa_cam=20565132236&hsa_grp=162197596268&hsa_ad=674391794623&hsa_src=g&hsa_tgt=dsa-2207666926732&hsa_kw=&hsa_mt=&hsa_net=adwords&hsa_ver=3&gclid=Cj0KCQjwmvSoBhDOARIsAK6aV7hMtsIFO0TdpzgmVapNMhKAYEIL_VsbuJc2QYQrbISSCSpD0rD_cv0aAtwQEALw_wcB. Acessado em 25/09/2023.

ESTRELLA, Carlos. **As 15 Principais Tendências de e-Commerce que Você Deve Conhecer em 2023**. Disponível em HOSTINGER tutoriais: <https://www.hostinger.com.br/tutoriais/tendencias-de-ecommerce>. Acessado em 25/09/2023.

GABRIEL, Lucas. Rockcontent. **O que é Mobile Marketing e como utilizá-lo na sua estratégia**. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/mobile-marketing/#:~:text=tema%20neste%20artigo!-,O%20que%20%C3%A9%20Mobile%20Marketing%3F,tablets%20e%20outros%20aparelhos%20m%C3%B3veis>. Acessado em 25/09/2023.

KOTLER, Philip. **Marketing 3.0: As forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano**. Rio de Janeiro, 2010.

KOTLER, Philip.; ARMSTRONG, G. **Princípios de marketing**. 7. ed. Rio de Janeiro: Prentice-Hall do Brasil, 1998.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing**. 9. ed. São Paulo: Pretince Hall, 2003.

PATEL, Nell. **Marketing digital: o que é conceitos e vantagens**. NP DIGITAL. Disponível em

<https://neilpatel.com/br/como-fazer-marketing-digital-o-guia-passo-a-passo/#:~:text=Marketing%20Digital%20%C3%A9%20o%20conjunto,conectar%20com%20o%20p%C3%BAblico%20Dalvo>. Acessado em 25/09/2023.

RESULTADOS DIGITAIS, **O Portal de Marketing e Vendas da RD Station**. Disponível <https://resultadosdigitais.com.br/marketing/midias-sociais/#:~:text=M%C3%ADdias%20Sociais%20s%C3%A3o%20sites%20e,%2C%20Youtube%2C%20Instagram%20e%20WhatsApp>. Acesso em 25/09/2023.

SEGREDOS DO TRAFEGO. **Anúncios online: O que são? Benefícios e formas de utilização**. Disponível em <https://www.segreδοstrafego.com.br/anuncios-online/>. Acessado em 25/09/2023.

SEMRUSHBLOG. **O que é SEO?**. Disponível em: https://pt.semrush.com/blog/o-que-e-seo/?kw=&cmp=BR_POR_SRCH_DSA_Blog_PT&label=dsa_pagefeed&Network=g&Device=c&utm_content=641182636971&kwid=dsa-1930213684688&cmpid=19241772885&agpid=147326213991&BU=Core&extid=64625807622&adpos=&gclid=Cj0KCQjwmvSoBhDOARIsAK6aV7h_8ChBZPTfUzXrlQ1H-Sjnehdnb93otVzj4b85vL6TLNxLEXxQV90aAuQvEALw_wcB. Acessado em: 25/09/2023.

SILVA, Fabio Ribeirite. **As Redes Sociais Digitais Em Estratégias De Marketing: Um Estudo De Caso em uma Indústria De Alimentos**. Florianópolis, 2011.

TORRES, Cláudio. **A Bíblia do marketing digital**. 1ª edição. São Paulo: Novatec, 2009.

TORRES, Cláudio. **A Bíblia do Marketing Digital: Tudo que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar**. São Paulo. Editora Novatec. 2009.

TORRES, Cláudio. **Marketing na Internet para Pequenas Empresas**. 2010. Disponível em: < www.claudiotorres.com.br>. Acessado em: 04/10/2023.

TUTO. **A importância do feedback em tempo real**. Disponível em: <https://tutodigital.com.br/blog/a-importancia-do-feedback-em-tempo-real/#:~:text=O%20feedback%20em%20tempo%20real%20mant%C3%A9m%20os%20participantes%20mais%20engajados,de%20suas%20a%C3%A7%C3%B5es%20e%20decis%C3%B5es>. Acessado em: 25/09/2023.