



A EFETIVIDADE DAS ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS EM UMA REDE SOCIAL: UM ESTUDO DE CASO NO SEGMENTO DA CONFEITARIA

Rayane Guedes Batista dos Santos¹; João Luiz da Silva Casas²;

¹Graduanda em Administração (UNIMAM), UNIMAM, rayaneguedes_0311@hotmail.com; ²Mestre em Gestão de Políticas Públicas e Segurança Social (UFRB), UNIMAM, casas.joao@gmail.com.

O marketing é conhecido por estratégias que são estabelecidas a fim de, alcançar resultados dentro de uma empresa por meio de análises e hipóteses, visando não só a venda do produto e serviços bem como, a promoção do local. Com o passar dos anos o marketing passou por algumas modificações, dentre elas a sua evolução para o marketing digital, principalmente com o auxílio das mídias sociais. Nesse processo de transição uma das mudanças mais perceptíveis foi o crescimento da comunicação entre empresa e cliente, bem como os benefícios oferecidos dentro destas redes, o que ajudou no crescimento de diversas marcas que utilizam essas estratégias digitais como é o caso das empresas do segmento da confeitaria, que buscam com isso não só alcançar novos clientes, como também fidelizá-los. Diante disso, essa pesquisa tem como objetivo geral, analisar as ferramentas promocionais utilizadas pelos empreendedores do ramo da confeitaria para a conversão de leads no instagram. E com o intuito de complementar o alcance dos resultados da mesma, foram definidos os seguintes objetivos específicos: identificar quais as ferramentas utilizadas para a conversão dos leads; caracterizar o nível de leads que são capturados através das ferramentas utilizadas e averiguar o nível de conhecimento dos empreendedores em relação às ferramentas. Quanto aos pressupostos metodológicos a pesquisa classifica-se com um estudo de caso, descritivo, de abordagem qualitativa, com a análise textual discursiva como ferramenta analítica. Serão selecionadas como participantes empreendedoras do segmento da confeitaria que utilizam as ferramentas promocionais da rede social escolhida. O instrumento da coleta dos dados será uma entrevista semiestruturada. De acordo com o exposto acima, essa pesquisa tem como resultados esperados, detectar o alcance das ferramentas promocionais utilizadas pelas empreendedoras de maneira real, destacando a importância de cada uma delas para a empresa, entendendo também o nível de conhecimento de cada uma das empreendedoras com cada ferramenta, visando alcançar resultados positivos e satisfatórios e com isso, revelar a importância da aplicação dessas estratégias guiadas pelas mídias sociais nesses tipos de negócios durante os avanços tecnológicos nos dias atuais.

Palavras-chave: Marketing Digital. Ferramentas promocionais. Mídias Sociais. Comunicação. Confeitaria.