



MARKETING DE INFLUÊNCIA: UM ESTUDO DE CASO SOBRE INFLUENCIADORES DIGITAIS ATUANTES NO SEGMENTO DE MODA E BELEZA

Lorena Magalhães Salomão¹; Monica da Silva Machado dos Santos².

¹Graduanda em Administração (UNIMAM), UNIMAM admlorenasalomao@gmail.com

²Mestra em Desenvolvimento Regional e Meio Ambiente (UNIMAM), UNIMAM, monika728@hotmail.com.

O mercado de Marketing de Influência cresce vertiginosamente a cada ano no Brasil. O que muitos chamavam de passatempo ou hobby, hoje se consolida como uma das profissões promissoras do mercado. A grande popularização de redes sociais e aparelhos Mobile transformou o ambiente online e impactou diretamente as empresas. Os consumidores atuais buscam ativamente informações sobre as marcas que consomem e essas informações são disseminadas através dos meios de comunicação, em sua grande maioria, Redes Sociais. Através dessas plataformas digitais o ambiente on-line se tornou um grande espaço para empreender. Nesse contexto surgem os influenciadores digitais, estes trouxeram uma nova forma de empreender através da criação de conteúdos da web por meio das redes sociais e dessa maneira estabelecem uma conexão pessoal com o público e influenciam potenciais clientes de uma empresa ou marca. Deste modo nota-se uma grande relevância do tema, além de apresentar essa estratégia de negócios para empreendedores que desejam ampliar a presença da sua marca no digital, não se limitando a divulgação do seu produto ou serviço apenas no perfil original do seu negócio visto que mercado online está em constante crescimento e a influência digital vêm se consolidando como uma profissão, impactando diretamente na decisão de compra dos atuais consumidores. Diante disto, este estudo tem como objetivo geral compreender as estratégias de Marketing Digital utilizadas por influenciadores para divulgação de produtos ou serviços através da rede social Instagram. Quanto aos pressupostos metodológicos a pesquisa está classificada como um estudo de caso, exploratório com abordagem qualitativa. Como instrumentos de coleta de dados será utilizado um questionário online disponibilizado a influenciadores digitais que aceitarem participar da pesquisa. Os resultados esperados com essa pesquisa são: demonstrar as estratégias de marketing digital utilizados por influenciadores, bem como detalhar como essas técnicas influenciam no comportamento de compra do consumidor, para que assim, possa-se compreender a importância desses profissionais no empreendedorismo digital. Por fim, tem-se o intuito de compreender o marketing de influência como uma nova profissão estratégica, capaz de alavancar negócios.

Palavras-chave: Influenciadores digitais. Marketing digital. Empreendedorismo.