

## **MARKETING DIGITAL E O PROCESSO DE VENDAS NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE VESTUÁRIO FEMININO DE SANTO ANTÔNIO DE JESUS – BA**

Naila Mirelle dos Reis Oliveira<sup>1</sup>; Mônica da Silva Machado dos Santos<sup>2</sup>; João Luiz da Silva Casas<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Graduanda em Administração (FAMAM), FAMAM, [mirellereisoliveira@gmail.com](mailto:mirellereisoliveira@gmail.com);  
<sup>2</sup>Mestra em Desenvolvimento Regional e Meio Ambiente (FAMAM), FAMAM, [monika728@hotmail.com](mailto:monika728@hotmail.com); <sup>3</sup>Mestre em Políticas Públicas e (UFRB), FAMAM/UEFS, [casas.joao@gmail.com](mailto:casas.joao@gmail.com)

Com o avanço tecnológico dos países em desenvolvimento, o marketing digital atrelado ao uso das mídias ou redes sociais avança com a finalidade de facilitar negociações de compra e venda e ofertas online aos seus usuários, que podem adquirir serviços e produtos de qualquer lugar, com apenas um toque no seu smartphone. Portanto, o principal objetivo desse estudo é analisar as técnicas de marketing digital aplicadas em micro e pequenas empresas de vestuário feminino em Santo Antônio de Jesus-BA, sendo também objetivado de forma específica identificar tais técnicas, quando utilizadas pelas empresas; caracterizar as estratégias de marketing digital aplicadas no auxílio do processo de vendas, compreender a perspectiva do empreendedor sobre o uso de tais estratégias; verificar os resultados de vendas em decorrência das estratégias de marketing digital utilizadas, e, por fim, averiguar se e quais mudanças ocorreram sob a perspectiva dos participantes. Para tanto, será realizada uma pesquisa de campo, de caráter descritivo e de natureza qualitativa, uma vez que propõe-se a levantar dados primários que permitam uma visão e compreensão melhores do marketing digital e o processo de vendas nas lojas de vestuário feminino que utilizam mídias sociais, na cidade de Santo Antônio de Jesus, Bahia, cujo público-alvo serão, assim, os proprietários dessas empresas, sendo esses os respondentes do questionário semiestruturado, em formato eletrônico, utilizado para levantamento dos dados que irão compor o presente estudo de caso. Por fim, espera-se que os dados obtidos nesta pesquisa possam colaborar com a sociedade científica, oferecendo informações sobre Marketing Digital e o processo de vendas nesse ramo, auxiliando os atuais empreendedores e empreendedores em potencial no plano de negócios, sendo os resultados desse trabalho um convite à percepção das possibilidades do marketing digital para o êxito empresarial.

**Palavras-chave:** Marketing digital. Mídias sociais. Vestuário Feminino. Empreendedorismo.