

FACULDADE SANTO ANTÔNIO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

DISCIPLINA ESTÁGIO SUPERVISIONADO II

ESTUDO DE CASO

Lopes Locações AndAIMes Ferramentas Escoras

Elementos textuais obrigatórios no Estudo de Caso:

1. Introdução

- Descrição do fenômeno estudado

Marketing Digital é a promoção de produtos ou marcas por meio de mídias digitais. Ela é uma das principais maneiras que as empresas têm para se comunicar com o público de forma direta, personalizada e no momento certo.

Considerado o pai do Marketing Moderno, Philip Kotler foi um dos primeiros a falar sobre o futuro da comunicação. O professor fez uma análise da evolução do Marketing e definiu as diretrizes para o processo digital.

Dessa forma, o termo Marketing Digital surgiu nos anos 90 juntamente com a invenção da internet. A princípio, o canal de comunicação era direto: O produtor de conteúdo (empresas) produzia material para o público por meio de canais de comunicação.

Porém, as maneiras de fazer com que isso aconteça sofrem mudanças quase que diariamente. Por isso, atualmente é impossível falar de marketing e ignorar que a maior parte da população mundial está conectada à internet e faz compras online. É por isso que o Marketing Digital é a principal forma de fazer e conceituar marketing nos dias de hoje. O termo é usado para **resumir todos os seus esforços de marketing no ambiente online**.

- Objetivos da pesquisa

Não resta dúvida sobre a utilidade e o crescimento do Marketing Digital nos próximos anos, e muita gente já sabe disso

Os objetivos dessa pesquisa é como aproximar a empresa ao público alvo que costuma utilizar a internet e possui interesse no segmento no qual a empresa atua.

- Contexto onde a pesquisa foi aplicada

Lopes Locações Ferramentas Andaimos Escoras, é uma empresa de locação de ferramentas de construção civil situada em Caçapava-sp. A sete anos no mercado, seu objetivo é fornecer equipamentos e ferramentas para construção civil de eficiente e segura, com preço justo.

É uma empresa familiar, eu faço parte da família Lopes. Ingressei na empresa a seis anos. Durante esse período estamos atuando de forma intensa, sempre buscando o aprimoramento de nosso serviço.

A Lopes Locações tem o seu serviço de atendimento ao cliente como prioridade. Seja de forma online, seja de forma presencial. Nosso foco é entender as necessidades dos clientes, afim de melhor satisfazê-las.

O mercado de construção civil vem num crescimento exponencial nos últimos. A organização busca acompanhar esse crescimento.

Tendo como prioridade atender a demanda de obras, sejam de grande, médio e pequeno porte do município.

2. Trabalhos relacionados

- Descrever quais estudos são relacionados ao seu, mostrando uma visão crítica seus pontos fortes e fracos.

ANA LETÍCIA MONTANARI MARINS (Rio das Ostras 2016)

O IMPACTO DO *MARKETING* DIGITAL NA GESTÃO DA MARCA DE UMA MICROEMPRESA

O presente trabalho teve como objetivo demonstrar os impactos do *marketing* digital no *branding* de uma empresa do setor de serviços, por meio de um estudo de caso. Os principais pontos abordados foram *marketing*, marca, *branding*, *marketing* digital, internet e suas mídias sociais e *marketing* de serviços. Os principais autores citados foram: Kotler; Keller; Barbosa; McCarthy; Sheth; Waterschoot; Cosenza, Moré, Ribas e Lima. A pesquisa foi realizada na base de dados da empresa, levantando as opções de *marketing* utilizados em conjunto com uma entrevista semiestruturada com os sócios da empresa. Os dados digitais foram coletados e analisados, por meio de gráficos. Como resultados, verificou-se que os investimentos em *marketing* no *Facebook* tendem a ter um prazo de duração de efeito, ou seja, os indicadores aumentaram significativamente enquanto estava-se investindo e, quando o investimento foi finalizado, eles estagnaram ou diminuíram. A lista de *e-mails online* da empresa foi a que apresentou melhores indicadores, comparadas às outras listas criadas por meios *off-line*. Verificou-se, também, que quanto maior o número de atualizações exibidas no *LinkedIn*, maior a interação entre seus usuários. Por meio dos dados do *site*, o público-alvo digital da empresa foi identificado e este

público não é o mesmo que foi analisado pelo histórico de clientes físicos da empresa. Ainda por meio do *site*, verificou-se que parte dos visitantes atuais são pessoas que estão retornando ao *site* e este fator mostra que o investimento em *marketing* digital para o posicionamento da marca da empresa no mercado está obtendo resultados positivos.

3. Design do estudo de caso

- Questões de pesquisa

O conceito de Marketing Digital pode parecer muito claro, mas, ao mesmo tempo, é muito subjetivo. Como compreender um assunto tão abrangente? Qual ação da empresa na internet é Marketing Digital? Quais são as melhores estratégias? Como extrair o máximo de potencial dessas ações? Não resta dúvida sobre a utilidade e o crescimento do Marketing Digital nos próximos anos, e muita gente já sabe disso.

- Seleção dos participantes e casos estudados
- Procedimento de coleta de dados

O procedimento de coleta de dados foi realizado através de pesquisas realizadas em sites especializados em marketing digital.

- Procedimentos de análise de dados

Os dados coletados através de pesquisas foram analisados de acordo com a realidade da empresa. Na tentativa de adaptar para o seguimento de locação de ferramentas.

- Procedimento de validação
Após a escolha do objetivo de marketing ideal, o procedimento de validação foi feito através da criação de um anúncio do Facebook.

4. Resultados

- Descrição dos participantes e dos casos estudados
- Descrição do passo a passo da execução do estudo de caso

Na execução do presente trabalho, foi identificado o problema a respeito das vendas digitais da empresa. Foram feitas pesquisas no intuito de conhecer mais a respeito de Marketing Digital, com foco em anúncios online, que é um assunto muito amplo.

Foi criado um anúncio de venda de serviço no facebook, adequado com a necessidade da empresa.

Primeiro foi escolhido o Objetivo do anúncio, depois foi selecionado o público e foi feita a escolha de onde veicular o anúncio.

Foi definido o orçamento, foi feita a escolha do formato, por fim foi feito o pedido.

Após o anúncio ter sido vinculado, foi feito o rastreamento do desempenho, podendo mensurar seu alcance.

Após a pesquisa foram identificadas algumas alternativas de solução para o problema identificado.

- Análise e interpretação dos aspectos observados
- Avaliação a respeito da validade dos resultados

Os diferentes tipos de anúncios digitais são a alternativa mais comum a qual as empresas recorrem para fazer marketing pela web. Pelas plataformas mais utilizadas, é possível tornar uma marca visível, ampliar o alcance do Word Of Mouth – a popular boca a boca – é claro, captar mais clientes.

De acordo com o estudo do E-commerce Radar, 2017 foi o ano em que o comércio digital cresceu 12 %, faturando cerca de R\$ 47 bilhões, cifra confirmada pela pesquisa Webshoppers 2018. Para que fique claro o quanto essa taxa de crescimento é significativa, basta lembrar que a inflação, no ano passado, fechou em 2,95 %. Para 2018, a expectativa é de crescimento ainda maior.

Ampliar o alcance da marca é só um entre os diversos tipos de objetivos que seu negócio poderá atingir, investindo em anúncios. Nesse aspecto, considere por exemplo as modalidades de anúncios que podem ser criadas no gerenciador de anúncios do Facebook. Nele, é possível criar campanhas para a nutrição de leads, por meio de links que direcionam a landing pages ou de vendas diretas, com conteúdo promocional.

Entretanto, não deixe de planejar suas campanhas e avaliar resultados conforme métricas de negócio e não de vaidade. Curtidas, comentários e compartilhamentos refletem o interesse das pessoas, mas o foco deve ser sempre, a relevância para o resultado final, ou seja, as vendas.

A maior rede social do mundo tem gerado retorno pelas campanhas pag. Tal retorno, por sua vez, deixa claro que investir na plataforma Facebook ADS pode ser uma possibilidade para promover negócios de todos os tipos.

Embora esteja longe de apresentar os números do Google, o motor de busca do Facebook é também um importante aliado em estratégias de marketing digital. Na compilação Rock Content é destacado que a rede social responde por cerca de 2 bilhões de pesquisas diariamente. Considere, ainda, que em outra compilação da Rock Content é revelado que 73 % das empresas usam a plataforma Facebook ADS como primeira opção em conteúdo pago. Isso deve ser, em parte, pelo seu custo baixo e possibilidade de retorno sobre o investimento maior.

5. Conclusão e trabalhos futuros

- Breve descrição do seu trabalho

O presente trabalho realizado foi um estudo de caso feito em uma empresa de locação de ferramenta do município de Caçapava-SP. Empresa essa que tem uma pequena, mais considerável, defasagem no setor de vendas online.

Visto que o seu maior contato com os clientes era de maneira virtual, identificou-se um problema quanto a exposição online dos serviços prestados. Através de pesquisa da pesquisa realizada, foram obtidos dados que comprovam a importância de uma boa estratégia de Marketing Digital para uma organização. Dentre as alternativas de soluções encontradas, a que mais encaixou com o problema da empresa, foi a implantação de anúncios no facebook.

Os resultados obtidos com essa medida foram positivos. E alterou de forma significativa as vendas online.

- Um resumo das conclusões da pesquisa
- Relação com as evidências existentes

Trabalhar e estudar Marketing é um preparo diário e buscas constantes por conhecimento e atualizações. Mas também, é reconhecer a história dessa

importante parte da comunicação e usar os aprendizados como norte para sempre fazer melhor.

Muito trabalho que converte em mais vendas, mais negociações e o mais valioso nos dias de hoje: mais relacionamentos, sendo esses ainda mais duradouros. Isso fará com que seu comprador vista a camisa e fale sobre os benefícios do seu produto de forma espontânea e natural.

Observamos que é ampla a atuação do Marketing Digital. E é de suma importância a sua aplicação nas organizações, de modo a explorar e gerar novos mercados.

Independente do segmento, é de suma importância uma ou mais de uma, estratégia de Marketing Digital, visto que o seu alcance pode ser determinante para desempenho das empresas.

- Impactos e implicações que os resultados podem gerar

Em princípio, a visibilidade que sua marca receberá irá depender dos canais que a empresa disponibiliza para o acesso e a interação com o público, como sites, e-mails que esses meios ajudem na fidelização de clientes e na captação de novos *leads*.

Além disso, com o Marketing Digital é possível calcular e analisar a interação do público com a marca, como a quantidade de acessos, conversas nas redes sociais, menções na web, dentre outros pontos que auxiliarão sua empresa a identificar seus alcances.

Da mesma forma, nos meios digitais é possível calcular o Retorno sobre o Investimento (ROI). Assim, os investimentos serão melhor direcionados e o gastos desnecessários minimizados, pois manter uma presença digital é considerada uma alternativa de baixo custo em comparação com os meios tradicionais de publicidade.

Os impactos e implicações que o resultado desse estudo pode gerar são muito grandes. Visto que a atuação da empresa de maneira online pode determinar o seu desempenho em todos os aspectos.

6. Agradecimentos

Agradeço a Deus, por tudo e todas coisas.

Agradeço a Empresa Lopes Locações por todo o apoio e suporte.

Agradeço a todo grupo docente da Faculdade Santo Antônio.

Agradeço aos colegas de curso.

7. Referencias

<https://rockcontent.com/br/blog/marketing-digital/>

<https://agenciaorin.com.br/principais-objetivos-de-marketing-digital/>

<http://anuncie.folhape.com.br/blog/tipos-de-anuncios-digitais/>

<https://puracontent.com/conheca-a-historia-do-marketing-digital-e-sua-importancia/>

<https://sagittadigital.com.br/o-impacto-do-marketing-digital-na-visibilidade-da-marca-de-pequenas-empresas/#:~:text=Com%20o%20Marketing%20Digital%2C%2>

<https://pt-br.facebook.com/business/ads>