

## *O Futuro do Marketing Digital*

É impossível não notar a evolução que a tecnologia alcançou até hoje, cada dia mais ela vem se inovando e com isso os trabalhos também mudam, aparecem mais cargos para ser ocupados, aparecem maneiras novas de se trabalhar dentro de uma profissão antiga e as empresas se aproveitam da tecnologia para fazer suas propagandas e vender seus produtos.

Até aqui eu falei das coisas que já estamos acostumados, coisas que já são comuns no nosso cotidiano, mas existem países mais desenvolvidos que usam a tecnologia ao seu favor para vender seus produtos de diversas maneiras incomuns que facilitam no processo de compra e recebimento de seu produto.

## *Mudanças do Marketing na Atual Situação*

Marcas que interagem mais com seu público serão beneficiadas e empresas que não se adaptem ao ambiente online estarão condenadas a fechar suas portas. A crise atual que o mundo vive com a pandemia do COVID-19, além de analisar como será o futuro, está obrigando as pessoas a repensarem suas atitudes e gastos. Para se adaptar a esse novo cenário, as empresas começaram a repensar a forma como se comunicam.

## *O Marketing Estratégico Atualmente*

E nesse contexto que o Marketing e a Comunicação vêm ganhando novos desafios. O Marketing tem redirecionado os esforços para fortalecer ainda mais o fluxo de comunicação com a equipe. " Todos estão atualizados sobre os movimentos da companhia e do mercado por meio de fóruns com a liderança, além, é claro, das ações relacionadas aos pacientes e profissionais de saúde", ressalta o Gerente de Marketing da Sandoz, Renato Suzuki. Esta também foi a primeira preocupação da equipe comandada pela Gerente de Marketing e Comunicação na MV, Deise Regus Cavalcanti, que reestruturou toda a comunicação interna da empresa.

Para mais informações confira na página 7.

## *A importância do marketing digital para os comércios no século XXI*

O universo do marketing digital é um meio que todos os comerciantes já deveriam ter adotado, porem muitos acreditam que investir nisso é algo caro e desnecessário. Com todo esse cenário de incertezas causado pela pandemia do novo corona vírus, é de grande necessidade que todos os pequenos empresários tenham o conhecimento dessa ferramenta e entendam de uma vez por todas que uma boa estratégia de marketing digital pode levar seu comércio a níveis extraordinários de sucesso. O que mais marca o marketing digital é a interação com o público por meio das publicações nas mídias sociais. Para saber como o seu negócio deslanchar confira na página



## *Marketing Pessoal*

Mas dentro do marketing há uma modalidade que é utilizada para promover a carreira profissional, o nome dela é "Marketing pessoal".

Mas afinal o que é o Marketing pessoal e como ele pode promover a carreira profissional das pessoas?

Ficou curioso confira o resto da notícia na página 3.



## *A importância do marketing digital para os comércios no século XXI*

O universo do marketing digital é um meio que todos os comerciantes já deveriam ter adotado, porém muitos acreditam que investir nisso é algo caro e desnecessário.

Em meio esses pensamentos equivocados eles chegam ao ponto de que esse caminho para captação de novos clientes e fidelização é apenas para “grandes negócios”.

Com todo esse cenário de incertezas causado pela pandemia do novo corona vírus, é de grande necessidade que todos os pequenos empresários tenham o conhecimento dessa ferramenta e entendam de uma vez por todas que uma boa estratégia de marketing digital pode levar seu comércio a níveis extraordinários de sucesso.

O que mais marca o marketing digital é a interação com o público por meio das publicações nas mídias sociais (Facebook, Twitter, Instagram etc.). A interação de forma criativa com o público faz com que a sua empresa se tornar única e glorificada. A partir desse primeiro passo já é possível que um consumidor da sua marca te indique. Ele irá realizar isso através das marcações e compartilhamentos, elevando a visibilidade e conhecimento dos seus serviços.

Abaixo será listado as principais estratégias de marketing digital:

- Marketing de conteúdo.
- Envio de newsletter.
- Redes sociais.
- Landing page.
- Inbound marketing.
- Vídeos no YouTube.
- SEO.



## *Marketing Pessoal*

Quando ouvimos ou falamos sobre marketing, lembramos imediatamente de propaganda e comerciais de produtos. Mas dentro do marketing há uma modalidade que é utilizada para promover a carreira profissional, o nome dela é “ Marketing pessoal”.

Mas afinal o que é o Marketing pessoal e como ele pode promover a carreira profissional das pessoas?

Com base nas minhas pesquisas, cheguei à conclusão de que o Marketing pessoal é um conjunto de estratégias que buscam melhorar e fortalecer a imagem e a reputação de um profissional por meio promoção pessoal.

Ou seja, ele visa ajudar o profissional a conseguir utilizar suas habilidades e qualificações para se destacar no mercado de trabalho, e assim alavancar sua carreira e desenvolver uma marca pessoal.



Dicas de como fazer o seu marketing pessoal

- Tenha um objetivo
- Defina seu público-alvo e a sua marca
- Trabalhe a sua comunicação e a sua imagem
- Seja proativo
- Cuide de suas redes sociais
- Seja visto: faça networking
- Vá além do escopo do seu trabalho
- Mantenha-se atualizado

O mercado de trabalho é um meio muito competitivo, e saber como promover a sua imagem e se destacar dos demais companheiros é algo essencial.

O marketing pessoal faz exatamente isso, ajuda você a se tornar mais conhecido, a conquistar o primeiro emprego, alcançar cargos melhores na empresa e até mesmo ajuda na criação de sua marca.

Ele faz com que as pessoas percebam as suas qualidades e as diferenças que possui dos demais.

## *O futuro do marketing digital.*

É impossível não notar a evolução que a tecnologia alcançou até hoje, cada dia mais ela vem se inovando e com isso os trabalhos também mudam, aparecem mais cargos para ser ocupados, aparecem maneiras novas de se trabalhar dentro de uma profissão antiga e as empresas se aproveitam da tecnologia para fazer suas propagandas e vender seus produtos.

Antigamente era um pouco inimaginável que as propagandas saíam de revistas de mercados, jornais e outdoors, com o tempo surgiram as televisões onde começou a ser anunciados produtos de uma maneira diferente, usando a tecnologia áudio visual, e essa tecnologia foi se inovando cada vez mais, começaram a surgir mídias sociais, celulares, jogos gratuitos que se sustentava somente pelo dinheiro que anunciantes pagavam para poder fazer as suas propagandas, sem contar que uma propagando áudio visual mostrando o produto na pratica funcionando, atíça muito mais o consumidor a adquirir os produtos.



Até aqui eu falei das coisas que já estamos acostumados, coisas que já são comuns no nosso cotidiano, mas existem países mais desenvolvidos que usam a tecnologia ao seu favor para vender seus produtos de diversas maneiras incomuns que facilitam no processo de compra e recebimento de seu produto. Você já

---

# ADMNEWS

---

Ribeirão Pires, Terça-feira, 02 de dezembro de 2020

ADMINISTRATIO

imaginou comprar um produto que ele mesmo se vende através da sua necessidade?! Um exemplo que muitas pessoas usam é o exemplo da caneta que consiste em pedir para alguém assinar seu nome em um papel, certamente se for em um lugar aleatório e a pessoa estiver despreparada ela irá precisar de uma caneta, e você deve mostrar pra ela que você tem uma caneta, quando ela pedir a sua caneta você fala para ela comprar a sua caneta, isso é o marketing, você usa a necessidade da pessoa para vender o seu produto, e que tal uma máquina de lavar que você aperta um botão quando acaba o seu sabão em pó e ela automaticamente entra em contato diretamente com uma empresa que vende sabão para você comprar um sabão em pó sem precisar sair de casa, bom a amazona já faz isso em parceria com a empresa Tide, eles possuem um botão que se conecta a rede wi-fi e sempre que você aperta esse botão é efetuado uma compra para repor seu estoque de algum produto determinado, a empresa fazendo isso evita ter que competir com outras marcas que estão em prateleiras em um supermercado.

Outra empresa que é praticamente movida a tecnologia é a tesla, os carros da tesla são conhecidos por ser elétricos e super tecnológicos, eles possuem piloto automático e sistemas de segurança muito bem desenvolvidos evitando uma série de acidentes, porém o que mais impressiona é o serviço super prestativo que eles fornecem para o usuário, se o seu carro der algum problema é só acionar um botão de assistência que um técnico ira até você, com essas tecnologias que eles implementam no carro, esse produto acaba se auto vendendo, é um marketing que o produto acaba fazendo dele mesmo sem muitos esforços, e a tecnologia cada dia que passa vai ficando mais avançada, o marketing cada dia mais evolui, e está ficando mais fácil vender e adquirir produtos, empresas que investem na tecnologia super fatura pela inovação e a tendência é cada dia mais inovar a experiência de propagando e compra do consumidor, usando os seus dados recolhidos baseado nas suas pesquisas eles anunciam produtos que você certamente vai querer comprar, e provavelmente você vai acabar comprando.



# ADMNEWS

Ribeirão Pires, Terça-feira, 02 de dezembro de 2020

ADMINISTRATIO

## Passa Tempo

Q	N	E	T	W	O	R	K	I	N	G	W	E	R	T	Y	U	I	O	Z	P
I	H	G	O	P	O	R	T	U	N	I	D	A	D	E	S	F	D	S	O	A
J	V	E	N	T	U	R	E	C	A	P	I	T	A	L	K	L	Ç	Z	N	X
C	V	B	E	D	A	D	I	L	I	B	A	T	N	E	T	S	U	S	A	N
P	A	M	A	Q	L	E	A	D	W	E	R	T	Y	U	J	I	O	P	D	R
A	D	I	R	E	T	R	I	Z	E	S	A	E	S	D	U	F	G	H	E	E
R	M	A	R	K	U	P	H	J	K	L	Ç	X	Z	X	S	C	V	E	T	S
A	I	V	B	B	O	A	R	D	N	M	Q	P	W	S	T	K	E	A	O	I
M	N	S	I	N	D	I	C	A	D	O	R	E	S	E	I	C	D	D	L	L
E	I	H	B	O	R	G	A	N	I	Z	A	C	I	O	N	A	L	C	E	I
T	S	A	V	W	O	R	K	S	H	O	P	T	G	Ç	T	B	T	O	R	E
R	T	F	T	G	R	H	B	S	H	T	E	A	S	A	I	D	F	U	A	N
O	R	M	G	T	K	A	I	Z	E	N	I	T	O	P	M	E	A	N	N	C
P	A	Q	L	D	Q	W	E	R	T	Y	U	I	S	D	E	E	F	T	C	I
A	R	U	R	A	H	G	E	S	T	A	O	V	G	J	K	F	L	Ç	I	A
D	C	C	P	Ç	Z	X	C	V	B	Q	U	A	R	T	E	R	N	M	A	Q
E	U	N	I	C	O	R	N	I	O	A	Z	S	T	R	A	I	N	E	E	L

Ações

Expectativa

Lead

Sustentabilidade

Administrar

Feedback

Markup

Trainee

Administrar

Gestão

Networking

Unicórnio

Board

Headcount

Oportunidades

Venture capital

Cultura

Indicadores

Parâmetro

Workshop

Organizacional

Just in time

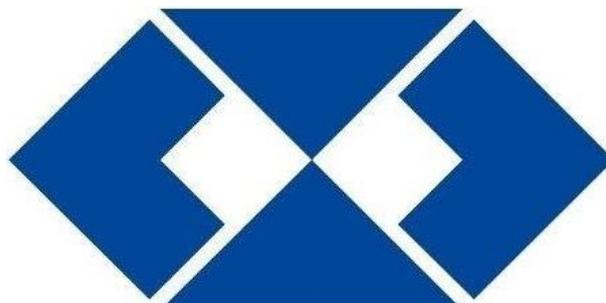
Quarter

Zona de tolerância

Diretrizes

Kaizen

Resiliência



## *Mudanças do Marketing na Atual Situação*

*Marcas que interagem mais com seu público serão beneficiadas e empresas que não se adaptem ao ambiente online estarão condenadas a fechar suas portas.*

A crise atual que o mundo vive com o programa COVID-19, além de analisar como será o futuro, está obrigando as pessoas a repensarem suas atitudes e gastos. O isolamento social afeta gravemente todas as áreas da economia e incentiva mudanças de hábitos, principalmente na forma de consumir produtos e serviços.

Para se adaptar a esse novo cenário, as empresas começaram a repensar a forma como se comunicam. Neste artigo, falaremos sobre as mudanças nas tendências de marketing digital trazidas pelo COVID-19 e o que podemos esperar do mercado no futuro.

### Novo comportamento do consumidor

A necessidade de ficar em casa, trabalhando ou não, para diminuir a propagação do vírus gera mudanças drásticas no comportamento das pessoas. O número de canais de TV por assinatura ou plataformas de streaming como Disney +, HBO Now e Netflix está aumentando. Estudo da Conviva, plataforma de monitoramento de streaming, destaca que a audiência desses serviços aumentou 20% desde o início da pandemia do coronavírus.

Além disso, o mercado de marketing digital também passa por uma demanda crescente devido ao crescimento dos serviços de consultoria e agências de comunicação. Embora muitos vejam o futuro do marketing com dúvidas, algumas empresas enxergam as oportunidades à medida que vão surgindo e acompanham as novas tendências digitais.

Mesmo as pequenas e médias empresas, que antes não tinham estratégia de marketing digital, começaram a buscar formas de implementar suas lojas virtuais e sistemas de entrega em domicílio.

Esse processo de transformação é uma forma de se adaptar a essa nova realidade de mercado. Portanto, é preciso encontrar novas formas de fazer negócios e fortalecer a presença digital da marca o mais rápido possível.

### **O que modificou?**

Algumas mudanças são temporárias, mas outras tornam-se permanentes, alterando hábitos de consumo e criando tendências no marketing digital.

O isolamento social significa que os consumidores passaram a ter mais tempo para navegar na Internet, seja para trabalho ou lazer. A necessidade de estar em casa obriga as pessoas a adquirirem produtos ou serviços online, além de buscarem novas formas de entretenimento e conhecimento.

Como resultado, as pesquisas aumentaram e cada vez mais pessoas procuram o mesmo produto ou serviço. Isso leva à necessidade de melhorar a otimização dos sites de negócios para que eles possam estar nas páginas de pesquisa em primeiro lugar.

Da mesma forma, mercados, como Amazon e Magazine Luiza, aumentaram drasticamente o tráfego para

Ribeirão Pires, Terça-feira, 02 de dezembro de 2020

ADMINISTRATIO

suas plataformas. Os produtos de higiene pessoal têm sido os que mais aumentaram as vendas nesta pandemia, principalmente os relacionados ao combate ao vírus, como o gel alcoólico. Outro setor que vem se aquecendo com a crise, com a restrição de pessoas para ir a lugares públicos ou mesmo viajar, tem sido o de alimentação, permitindo bares e restaurantes que ainda não estavam investindo no entrega, para se adaptar rapidamente.

Porém, nem todos os setores conseguem manter o fluxo e, com isso, buscam alternativas para conter a crise. O varejo está observando uma redução nas compras por impulso - seja por causa da quarentena ou mesmo por causa da insegurança econômica, cortando gastos com itens supérfluos e priorizando o que é necessário. Dessa forma, a compra por impulso caiu drasticamente, obrigando as empresas a pensarem em novas estratégias para chegar ao consumidor.

## **O que almejar?**

Marcas que tiverem mais interação com seu público-alvo terão vantagem, e negócios que não se adaptam ao ambiente online estarão fadados a fechar suas portas. O comércio eletrônico está cada vez mais rígido e o isolamento social levou esses consumidores reticentes a usar o ambiente online para fazer suas compras.

Empresas que não se configuram de acordo com essa nova realidade, buscam ferramentas que garantam segurança nas compras e estratégias criativas que vão atrair pessoas, não vão atender às novas expectativas dos consumidores.

Além disso, o cenário de recessão e o esforço coletivo para manter as coisas funcionando criam um movimento de valorização dos negócios, produtos e serviços locais, ajudando as pequenas e médias empresas a permanecerem abertas.

O pensamento do consumidor mudou e o planejamento corporativo deve seguir esse novo caminho, buscando novas tendências em marketing digital ditadas por novos comportamentos. A necessidade de ficar em casa leva as pessoas a ter uma nova visão das prioridades de gastar com itens menos necessários e a forma como compram seus produtos.

É importante estreitar seu relacionamento com o consumidor e estar onde ele está. Portanto, esteja online, fortaleça a comunicação, seja relevante e próximo do seu público-alvo.



## *O MARKETING ESTRATÉGICO ATUALMENTE*

Sem dúvidas A pandemia da COVID-19 é um dos maiores desafios sanitários em escala global desde a Gripe Espanhola, de 1918. Inclusive muitos consideram este momento como um divisor de águas para o século XXI.

Além das milhares de mortes ao redor do mundo, o impacto econômico causado pela pandemia é de proporções globais.

Dentre tantas transformações que estamos passando nos dias atuais, o “novo normal” sinaliza mudanças, como por exemplo, como as empresas se comunicam e se relacionam com seu público. E nesse contexto que o Marketing e a Comunicação vêm ganhando novos desafios.

Para conseguir sobreviver nesse momento. O Marketing tem redirecionado os esforços para fortalecer ainda mais o fluxo de comunicação com a esquipe.

“A transparência é essencial. Todos estão atualizados sobre os movimentos da companhia e do mercado por meio de fóruns com a liderança, além, é claro, das ações relacionadas aos pacientes e profissionais de saúde”, ressalta o Gerente de Marketing da Sandoz, Renato Suzuki.

Esta também foi a primeira preocupação da equipe comandada pela Gerente de Marketing e Comunicação na MV, Deise Regus Cavalcanti, que reestruturou toda a comunicação interna da empresa.

“Apesar das incertezas do momento, nós realizamos ações dentro da equipe para poder comunicar ao mercado qual seria nosso posicionamento”.

Além do fortalecimento na comunicação interna, outro impacto foi a necessidade de inovação e a aceleração do Marketing como um todo.

“Nunca tivemos que nos adaptar tão rápido em relação ao nosso dia a dia, ao estresse das inúmeras mudanças, em sermos ágeis e criativos em meio a tantas informações”, diz o Gerente de Marketing da Associação Brasileira da Indústria de Artigos e Equipamentos Médicos e Odontológicos (ABIMO), Rejane Dias.

A urgência por mudanças também foi sentida pela Gerente de Marketing e Marketing de Canais da Avaya para o Brasil, Caroline Silva.

“As necessidades dos nossos clientes mudaram e nós mudamos rapidamente para atendê-los, seja na comunicação, que passou a ser mais direta e focada em como ajudar através das nossas soluções, seja nas ações que precisaram passar por uma reinvenção para permitir que parte da experiência que antes era realizada pessoalmente, passasse a ser feita de forma **virtual**”.

Quem também teve que investir em renovação foi a Sodexo, que fez adaptações para que assim, atendessem as expectativas e necessidades dos seus clientes e consumidores finais.

“Trouxemos á tona novos modelos de negócios de negócios e novos serviços, de acordo com o novo normal no qual iremos viver e atuar”, Explica o Gerente de Planejamento Estratégico e Marketing da Sodexo On-site, Gabriel Paiva.

### *Oportunidades e Estratégias*

Atualmente, com a pandemia do COVID-19, a população passou a clamar por organizações com melhor posicionamento, e por isso, foi necessário o Marketing agir com rapidez.

“Esse tipo de comportamento, além de ser desafiador, pode apresentar uma enorme oportunidade para que o Marketing seja mais humano, construa produtos e serviços que tenham um propósito de existência e que selecionem problemas da sociedade”, afirma o gerente de Comunicação da Air Liquide Brasil e América Latina, Roger Spalding”.

A Associação Brasileira CIO Saúde (ABCIS) viu a atual crise como uma oportunidade para expandir atuação nos canais digitais.

“Além disso criamos o “ABCIS na Prática”, uma série de webinars que abordam temas cotidianos da TI dentro dos hospitais”, explica o Diretor de Marketing e Comunicação da ABCIS, Guilherme Batimarchi, que

Ribeirão Pires, Terça-feira, 02 de dezembro de 2020

ADMINISTRATIO

também exerce o cargo de Coordenador de Marketing na APOIO Ecolimp.

Na APOIO, Batimarchi afirma que por lá diferentes departamentos da empresa se envolveram para produzir novos materiais de treinamento para os colaboradores que estão na linha de frente nas unidades de saúde.

A COMPASS, agência de comunicação na área da saúde, optou por direcionar a divulgação de produtos e serviços que tenham mais relevância nestes tempos de pandemia.

“Uma ação cidadã que independe da empresa ofertante ser ou não ser cliente da nossa agência”, afirma o sócio diretor da empresa, Felipe Balestrin.

Já o Hospital Moriah, viu na pandemia a

oportunidade de falar sobre saúde com a população. “Uma crise sanitária necessariamente abre uma porta para que as pessoas queiram ouvir sobre a saúde, e se posicionar como uma fonte confiável de informações nos ajudou a aumentar o awareness”(consciência de marca do público relação á sua empresa, seus produtos ou serviços), explica a Gerente de Marketing do Hospital Moriah, Estela Munhoz.

Para a Fanem, em tempos de crise as oportunidades dependem da sua velocidade para preparar uma resposta estratégica ás diversidades que surgem nesse período.

“Rapidamente adaptamos nossa linha de produção para criar novos produtos que buscassem atender a urgente demanda dos profissionais de saúde por mais proteção no atendimento aos pacientes com COVID-19”, explica o Supervisor de CRM & Marketing da Fanem, Claudio Curvelo.

Com base na análise de mercado, a Sandoz Percebeu uma importante evolução na demanda do mercado dos produtos de saúde cardiovascular e sistema nervoso central. Esses estudos ajudaram a direcionar as ações para atender a demanda da população e da área de saúde.

“Como informação e conhecimento são pilares importantes, empoderamos ainda mais a nossa equipe, com ferramentas de análises detalhadas por segmento e por região, possibilitando uma atuação mais precisa, com uma abordagem consultiva e sucinta, oferecendo aos clientes que agregam aos seus negócios”, diz Suzuki.

Na Sodexo, a primeira oportunidade foi intensificar uma das grandes ações existentes na empresa, a de ouvir um cliente.

“Diante da situação, pudemos confiar a importância de compreender a real necessidade daqueles que atendemos, e fortalecer essa prática. Ter o cliente e o consumidor no centro faz parte da nossa estratégia de negócio”, afirma o Gerente da área.

A ABIMO lançou um informativo diário criado em virtude da pandemia do novo Coronavírus. OS cursos oferecidos pela Associação foram organizados no formato online, além de setorizar o atendimento e o envio de informações aos associados.



## *Referencias*

<https://www.google.com.br/amp/s/blog.grupostudio.com.br/comercio/por-que-o-marketing-digital-e-importante-para-o-comercio/amp/>

Por Grupo redação  
14 de maio de 2020

<https://www.pravaler.com.br/10-dicas-fundamentais-para-voce-fazer-seu-marketing-pessoal/>

Por Pravaler  
13 de julho de 2016

<https://www.sbcoaching.com.br/blog/marketing-pessoal-dicas>

Por SBCoaching  
12 de setembro de 2018

<https://www.ibccoaching.com.br/portal/comportamento/qual-conceito-marketing-pessoal/>

Por Equipe IBC  
8 de março de 2018

<https://digitalks.com.br/artigos/o-que-esperar-do-futuro-do-marketing-digital/>

Por Gustavo Macedo  
19 de março de 2018

<https://www.proxima.com.br/home/proxima/how-to/2020/06/25/mudancas-nas-tendencias-de-marketing-digital-com-a-covid-19.html#:~:text=As%20marcas%20que%20tiverem%20maior,fadados%20a%20fechar%20as%20portas.&text=A%20atual%20crise%20que%20o,analisarem%20como%20ser%C3%A1%20o%20futuro>

Por Roberto Rocha  
25 de junho de 2020

<https://grupomidia.com/hcm/o-marketing-estrategico-frente-ao-novo-normal/>

Por Carla de Paula  
13 de julho de 2020

## *Autores*

Geovana Vitória Andrade do Prado  
Luís Fernando Rodrigues da Silva  
Sabrina Vitória Albuquerque dos Santos  
Rennan Luiggi dos Santos Silvestre  
Vinicius de Alcantara Silva

## *Orientadora*

Professora Izoeth Marcelino

