Marketing uma nova forma de crescimento tecnológico

**RESUMO**

Este artigo tem como principal objetivo apresentar os métodos e consequências a favor do marketing digital nas organizações, usando o tradicional marketing e as novas maneiras de tecnologia para as empresas, visando ter um maior conhecimento nos produtos físicos, digitais e marcas através da internet. Além disso, são destacados os princípios do marketing e a evolução para o marketing digital. A inovação nas empresas com a divulgação de seus produtos é algo que ira ter um custo razoável para o reconhecimento da empresa. Contudo ao final poderá perceber o relacionamento entre compra e venda de produtos e também entre organizações e clientes que foi criado pela adoção do marketing digital na empresa.

**Palavras Chave**: Marketing digital, Tecnologia, Princípios do marketing, Inovação.

 1 INTRODUÇÃO

Comenta-se, com frequência no mundo evoluído que estamos vivendo uma ferramenta essencial para as organizações. Essa ferramenta é o marketing, que está se aperfeiçoando cada vez mais e ficando muito poderoso e as empresas busca esse poder para ter melhores resultados.

As empresas estão utilizando o marketing para atrair os clientes, ou seja, criam produtos inovadores e diferenciados e fazem com que os consumidores tenham necessidade sobre aquele produto ou serviço, então os clientes criam um desejo de possuir e acabam satisfazendo suas vontades.

Os departamentos do marketing estão em busca de estratégias para desenvolverem uma excelente publicidade e propaganda para a empresa e para os produtos ou serviços que está oferece, buscam formas de atrair novos clientes e não deixarem nenhum cliente insatisfeito.

 Com o avanço tecnológico surgiu o marketing digital que através da internet as empresas viram que seus clientes estavam utilizando muito esse meio e passaram a adotar também. Então começaram a criar paginas e sites para a venda de seus produtos e conquistar novos clientes, e estão sempre em busca de novas maneiras de atrair cada vez mais internautas. A empresa que faz o marketing digital vai atingir excelentes resultados, pois a mesma vai está anunciando no meio onde está se expandindo muito e tem muitas pessoas conectadas e com isso vai sempre atraindo novos clientes. O trabalho que será apresentado ira repassar os principais objetivos do marketing, tradicional e digital junto com os 8Ps do marketing.

 Portanto, com essa evolução da internet as pessoas passaram a ser acomodadas e comprarem seus produtos pelo e-commerce sem precisar sair do conforto de suas casas, as empresas observaram que cada vez aumentava essa compra online e procuraram satisfazer os clientes entregando os produtos da maneira mais rápido possível e em ótimas qualidades, pois com isso o cliente vai gostar desse site e indicar para familiares e amigos.

2 Conceito de marketing

O marketing surgiu há muitos anos atrás, junto com as trocas e vendas das populações antigas. Os mesmo apresentavam as qualidades de seus produtos para os outros se interessassem e haver a troca de seus bens.

O marketing está crescendo cada vez mais e está ampliando suas características para um melhor desenvolvimento das empresas que seguem essas técnicas, o mesmo supre as necessidades dos consumidores e cria uma demanda para comprarem novos produtos.

 Segundo Kotler O marketing envolve a identificação e a satisfação das necessidades humanas e sociais. Para defini-lo de uma maneira bem simples, podemos dizer que ele “supre necessidades lucrativamente”. (KOTLER, p. 21)

A empresa que faz um bom marketing de seus produtos e serviços desperta nos clientes um desejo de possuir aquilo, muitas organizações são reconhecidas devido a sua publicidade e propaganda bem elaborada e os departamentos de marketing procuram criar estratégias para lançar uma boa propaganda e chamar a atenção dos indivíduos.

O marketing tem seus objetivos para poder atingir seus resultados, ou seja, o marketing tem que pesquisar quais são os produtos que os clientes necessitam e fazer com que haja o desejo no cliente sobre aquele produto através de boas publicidades para que ocorra a venda. Para a empresa ter um bom desempenho a mesma tem que buscar o que os clientes precisam e satisfazer as necessidades deles, tem que criar produtos que seja inovadores.

A empresa que inova tem um diferencial no mercado vai atrair muitos consumidores e estes só irão querer comprar dessa marca. Algumas empresas estão se inovando muito em suas estruturas, estão adotando salas de lazer, de descanso entre outras, para os funcionários se sentir motivados e livres para produzir mais, criando ideias inovadoras para seus produtos ou serviços.

O marketing tem que ter uma relação pós-venda com seus clientes, ligar em datas comemorativas, mandar mensagem, presentes, saber se o produto não esta com defeito, com isso os clientes vão se sentir bem, recebendo essa atenção da empresa e sempre irão comprar seus produtos desta organização.

As empresas observaram que os indivíduos estavam muito conectados em redes sociais e sites, então usaram esses meios tecnológicos em pessoas jurídicas. Com isso houve uma interação entre ambas as partes, clientes passaram a comprar online e houve surgimento de empresas que não tinha a organização estrutural, e sim uma loja online apenas com um deposito.

O marketing digital chama a atenção do cliente fazendo com que a marca ganhe de certa forma uma ‘’fama’’. Nesta evolução, o ser humano está ficando acomodado e com isso procuram na internet produtos bons e de preços acessíveis, tem uns internautas que compram ate de outros países, a empresa tem que ser responsável e entregar no prazo marcado e o produto vim em boas condições, pois se a empresa passar do dia marcado vai se prejudicar e criar uma má visão diante seus clientes.

Marketing digital são ações de comunicação que as empresas podem se utilizar por meio da internet e da telefonia celular e outros meios digitais para divulgar e comercializar seus produtos, conquistar novos clientes e melhorar a sua rede de relacionamentos. O marketing digital engloba a prática de promover produtos ou serviços através da utilização de canais de distribuição electrónicos para chegar aos consumidores rapidamente, de forma relevante, personalizada e com mais eficiência. (wikipedia)

 3 Ferramentas para atrair o cliente online.

O marketing digital utiliza estratégias para melhorar seu desempenho, essas estratégias fazem com que haja uma interação entre a empresa e o cliente. O maior objetivo que as empresas que usam o marketing digital e atrair os clientes eles tem que desenvolverem técnicas que chame a atenção do seu publico alvos. Segundo o autor Marques, vai mais além, atraindo novos clientes com técnicas avançadas e aumento da venda na internet. (Marques, 2014)

No marketing digital há anúncios que a empresa não vai ter custos, mas vai ter que arcar com alguns gastos em suas propagandas. A internet já é um meio que ajuda bastante as empresas principalmente nos anúncios, mas as empresas tem que chamar a atenção dos clientes para eles se interessarem e comprarem o produto.

 Para Zimmerman a otimização natural de mecanismo de busca, técnicas de marketing viral e campanhas de links. Também aborda métodos pago, tais como e-mail marketing, webinários (seminário via web) e marketing em dispositivos móveis (smartphones e tablets). Embora alguns dos métodos nesta parte exijam tempo, a maioria não requer grandes recursos financeiros.(ZIMMERMAN, 2014, p. 9)

Uma das formas que as empresas usam é atrair os clientes com os títulos criativos de seus produtos ou serviços, pois com o nome do produto diferente os consumidores vão ter curiosidade e vai querer adquirir esse produto.

Então há ferramentas bem poderosas que ajuda as empresas atrair esses clientes online. As empresas tem que anunciar suas marcas em sites onde os clientes online fazem mais pesquisas, criar aplicativos onde há a venda dos produtos, ensinando a maneira correta de usar, as qualidades do produto e outras, publicar em sites para os internautas compararem os preços e qualidade e etc, e outras atividades que chame a atenção.

 As organizações tem que estimular os contribuintes para criar ideias diferentes tanto para o produto como para os anúncios, esses funcionários tem que criar novidades para os clientes sentirem necessidade daquele produto.

3.1 Marketing digital em si.

O marketing digital é uma atividade de comercialização que é realizada online através da internet com o objetivo de venda de produtos físicos, digitais, marcas e serviços que chegam aos seus clientes de uma forma rápida e eficiente. Através de programas online como facebook, instagram, youtube e whatsapp são plataformas que gera negócios online.

Empresas que possuem ponto comercial fixo optam por site onde ira ter um melhor desempenho da empresa e destacar a marca no site de pesquisa gerando um conhecimento melhor para os clientes e tendo uma economia acessível.

O Marketing Digital como o próprio nome já diz, é o bom e velho marketing só que trabalhado por meio das ferramentas digitais. É o conjunto de ações estratégicas aplicadas nos meios digitais (internet e tecnologias móveis), para conquistar e fidelizar clientes, elevando a participação da empresa no mercado. (NOGUEIRA, 2014, ADMINISTRADORES)

4 8Ps do Marketing digital.

Como no marketing tradicional à os 4ps que são fundamentais para a organização atingir um determinado alvo que são divididos em produto, preço, praça e promoção. Já no marketing digital está definido pelos 8ps.

Preço: Refere-se como será cobrado os produtos.

Praça: Local onde está situado o ponto para adquirir o bem.

Produto: São as características do produto ou serviço.

Promoção Refere-se as formas de estratégia para obter uma quantidade maior de clientes.

1º P, de pesquisa: envolve a questão de a empresa buscar fatos sobre seu consumidor, como hábitos, preferências, etc;

2º P, de planejamento: nessa fase as informações levantadas com a pesquisa sobre o consumidor, são usadas para a elaboração de estratégias de marketing, como por

exemplo, a criação de websites;

3º P, de produção: envolve a execução das ações elaboradas no planejamento;

4º P, de publicação: envolve o conteúdo que será disponibilizado pela empresa para o consumidor no mercado;

5º P, de promoção: está relacionado à criação de campanhas, hotsites promocionais, entre outros;

6º P, de propagação: está relacionado ao trabalho envolvendo redes sociais, fóruns, blogs que possibilitam a propagação do conteúdo da empresa de consumidor para consumidor;

7º P, de personificação: envolve o relacionamento com o cliente, utilizando e-mail e redes sociais para fidelizar o mesmo e consequentemente divulgar as promoções da empresa;

8º P, de precisão: consiste na mensuração dos resultados obtidos através da utilização do marketing digital pela empresa.

CONCLUSÃO

Observando os aspectos apresentados, percebemos que o marketing digital é principalmente a chave para o crescimento de uma organização na década atual. Para a empresa se expandir vai ter que buscar estratégias para ter um excelente desempenho e ser reconhecida diante de seus clientes.

 Essas organizações atuais vão ter que desenvolver técnicas para atrair os clientes com produtos diferenciais com boas qualidades e preços acessíveis e ficar a frente de seus concorrentes.

Com a evolução do marketing, podemos perceber que o mesmo era feito antes apenas de forma funcional da empresa na relação de compra e venda de produtos, mas com a evolução passou a ser usado com a tecnologia e assim ser chamado de marketing digital através da internet e assim criando um melhor meio de relacionamento entre consumidor e empresa.

REFERÊNCIAS:

Kother, Philip, **Administração de Marketing**, 12 .d, São Paulo, Pearson.

Zimmerman, Jan**, Marketing Digital para Leigos**, 3 .d, RJ, Alta Books, 2014.

Marques, Vasco, **MRT Digital 360,** Actual editor, 2014.

Nogueira, Janaína, **Marketing Digital – conceito e definição**, 2014, <http://administradores.com.br/artigos/marketing/marketing-digital-conceito-e-definicao/76673/>. Acesso em: 08/04/2016

<https://pt.m.wikipedia.org/wiki/marketing_digital>. Acesso em: 07/04/2016

FONTE:

http:// itpac.br/arquivos/revista/72/1.pdf

Autores: Cleide Ane Barboza da Cruz, Lângesson Lopes da Silva