



Instagram como ferramenta do marketing 4.0 - uma estratégia para alavancar e posicionar uma marca

Esthevão de Souza Silva¹, Tayson da Silva Barroso¹, Laís Novaes Pillar de Oliveira Castro²

(1) Aluno de Iniciação Científica – Curso de Administração; (2) Pesquisadora Orientadora - Laboratório de Gestão de Negócio – LABGEN/ISECENSA – Curso de Administração - Institutos Superiores de Ensino do CENSA – ISECENSA, Rua Salvador Correa, 139, Centro, Campos dos Goytacazes, RJ, Brasil

Uma importante ferramenta do Marketing para comunicação direta com o cliente, por meio de propaganda ou publicidade, é a rede social que mostram um alto poder de transmitir e persuadir o mercado consumidor. Com a evolução da tecnologia e o aumento da conectividade das pessoas, passar a existir o marketing 4.0, chamado também de marketing digital, que é centrado na interação entre marca e cliente por meio de estratégias de divulgação para promover um produto e/ou serviço. Ao adotarem essa nova abordagem do Marketing e com a utilização dos canais digitais as organizações podem mostrar uma identidade, posicionamento, de forma direta aos clientes, seguidores. Neste sentido, a pesquisa objetivou-se a avaliar a ferramenta Instagram como estratégia para posicionar e alavancar a marca de uma empresa por meio do uso das estratégias do Marketing 4.0. A fim de desenvolver um método para investigação da interação dos clientes e marca por meio da utilização do Instagram, foi proposto um Modelo de Dimensão para Posicionamento Estratégico de Marcas, com o objetivo de direcionar as ações necessárias para divulgar produtos e/ou serviços. Para validar o modelo proposto nesta metodologia foi aplicado as estratégias em caráter de estudo de caso a duas diferentes empresas localizadas na cidade de Campos dos Goytacazes, no período de setembro a novembro de 2019. Pode-se então concluir que o marketing digital nas mídias sociais proporciona um melhor diálogo e interação com o público alvo ou consumidores por meio das publicações que sejam do interesse dos clientes que acompanham aquele perfil, consequentemente resultando em retorno positivo em forma de vendas.

Palavras-chave: Marketing 4.0. Estratégia. Instagram.

Instituição de Fomento: ISECENSA.