

UTILIZAÇÃO DO MARKETING DIGITAL PARA MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

PINHEIRO, Mateus da Silva¹;
SANTOS, Kauany Schultz dos ² ;
ABREU JÚNIOR, Valmei³

O mundo, no ano de 2020, sofreu com a inesperada pandemia do Coronavirus Disease 19 (Covid-19), onde a crise chegou em todo lugar e em pouco tempo. No Brasil, muitos trabalhadores acabaram sofrendo por conta dessa crise, tendo-se então complicações com a(s) fonte(s) de renda. Com isso, diversas pessoas acabaram indo pelo método de começar o seu próprio negócio para melhorar a fonte de renda, mas para muitos isso era novidade e não souberam lidar bem com tal situação, além das dificuldades causadas pelas mudanças que houveram devido ao distanciamento social, dentre elas, a preferência do comércio em fazer publicidades e negócios de forma remota. O objetivo deste projeto é de ajudar esses novos empreendedores ou até aqueles que estão tendo dificuldade antes mesmo da pandemia, pois ambos precisam de um auxílio para poder alavancar o seu novo negócio, além de conseguirem ter eficácia com o marketing digital. Para atingir esses objetivos serão realizadas pesquisas sobre a crise econômica, como por exemplo: os fatores que contribuíram para a crise e as dificuldades que surgiram para os comerciantes, bem como para o microempreendedor individual (MEI), Marketing e Marketing Digital. Diante disso, alguns empreendedores serão convidados para uma entrevista, onde serão efetuadas um conjunto de perguntas a respeito do que foi dito até agora, com o intuito de adquirir candidatos que se encaixam para a realização do projeto. Após esse processo, os candidatos que forem selecionados para a realização do projeto passarão por uma orientação teórica e interativa, com a presença de um especialista em marketing e empreendedorismo, com o foco de ensinar a administrar o próprio negócio e realizar uma publicidade eficaz na internet. Pretende-se então, ao final de todas essas etapas, realizar uma nova pesquisa somente com àqueles que participaram do projeto com o intuito de verificar o resultado final da experiência realizada, analisando se o projeto foi bem aceito e se foi capaz de proporcionar melhoras na administração do empreendimento e na utilização da internet com um meio de publicidade de seus serviços.

Palavras chave: Marketing, Redes sociais, MEI.



¹ Autor acadêmico do curso de Ciência da Computação do Centro Universitário Dinâmica das Cataratas – UDC

² Coautor acadêmico do curso de Ciência da Computação do Centro Universitário Dinâmica das Cataratas – UDC

³ Orientador Professor do curso de Ciência da Computação do Centro Universitário Dinâmica das Cataratas - UDC (valmei.abreu@udc.edu.br)