

MARKETING DIGITAL: UM NOVO PERFIL DE CONSUMIDORES

Aurelio Miguel Machado SIMONATO¹
GlaucimarcosFakineMARSOLI²

RESUMO

INTRODUÇÃO: A internet mudou o comportamento das pessoas e as compras online é uma tendência atual. Os avanços tecnológicos, a acessibilidade móvel, a inclusão digital e o crescimento da internet, fortaleceram essa modalidade de compra e as relações entre a empresa e consumidor também. **OBJETIVO:** Analisar o perfil do consumidor virtual e o crescimento expressivo do comércio eletrônico através de estudos e pesquisas já dispostas em livros e materiais na web. **METODOLOGIA:** Pesquisa bibliográfica descritiva, utilizando-se de livros, artigos, trabalhos de conclusão de curso, dissertações e consultas na internet. **RESULTADO:** Uma pesquisa recente do IAB Brasil, Interactive Advertising Bureau, comprovou que o marketing digital cresceu 14% em 2015 em relação ao ano anterior. Além disso, outro estudo feito pelo SEBRAE constatou que 75% desses consumidores possuem ao menos escolaridade de nível superior completa ou incompleta. Estes dados mostram que surge com o marketing digital a oportunidade de vender, mostrar os produtos à venda, impulsionar as empresas no mercado, bem como, permitir o acesso das pessoas a este universo, que exigentes, criteriosas e com acesso infinito às informações sobre qualquer produto ou serviço, quando satisfeitos com a experiência digital, tornam-se divulgadores da marca. **CONCLUSÃO:** O marketing digital mostra que é uma tendência forte qual segue aumentando de acordo com a facilitação de acesso às novas tecnologias, as quais estão modificando a forma de trabalhar das empresas, derrubando fronteiras físicas e culturais, e possibilitando a maior excelência em seus produtos e serviços.

Palavras-chave: E-commerce. Marketing digital. Consumidor.

¹aurelio.simonato@gmail.com

²glaucimarcos.fachini@hotmail.com