



---

## MARKETING DIGITAL – ANÁLISE E PLANO DE AÇÃO PARA UMA FARMÁCIA LOCALIZADA EM MINAS GERAIS

Vinícius de Sousa Silva<sup>1</sup> ([vinicimsousa78@gmail.com](mailto:vinicimsousa78@gmail.com))

Mayara Abadia Delfino dos Anjos e Borges<sup>2</sup>

### RESUMO:

**Introdução:** O marketing digital do novo milênio tem uma diferença entre o marketing tradicional de tal modo que as empresas no século XX só faziam a sua publicidade em divulgações de rádio, televisão e panfletos e não saberia como essa divulgação era bem apresentada aos seus consumidores finais, já no século XXI com as inovações tecnológicas o marketing digital passou a ter um melhor desempenho com o sua publicidade sabendo aonde divulgar e quem vai visualizar, mas a principal ferramenta que as empresas utilizam é a internet ou em aplicativos de celular. Este artigo visou analisar como o marketing digital influencia na aquisição e manutenção de clientes. **Objetivo:** Para atingir esse objetivo geral procuramos perceber como foi a evolução do marketing digital e o marketing no comércio eletrônico, além disso, foi feita uma observação em uma farmácia, para verificar se a bibliografia estava sendo aplicada e caso não estivesse sendo, será feito um plano de ação. **Metodologia:** A metodologia utilizada foi à pesquisa exploratória, de caráter bibliográfico, consultando revistas acadêmicas, sites da internet, livros e artigos que abordam sobre o assunto. Foram abordados autores. Além disso, foi feita uma pesquisa exploratória e de observação, de forma que fosse criado um plano de ação. Este artigo demonstra como o marketing digital influencia na aquisição de produtos por meio de um bom marketing e como esse marketing pode influencia a outras pessoas. **Resultados:** Os resultados obtidos confirmaram que as ferramentas mais utilizadas por pequenas empresas para a sua divulgação de seus produtos na internet, e como ocorreu a evolução do marketing nos últimos anos no Brasil. Os principais instrumentos que as empresas utilizam para agregarem

---

<sup>1</sup> Graduando do Curso de Bacharelado em Administração da Fundação Carmelitana Mário Palmério – FUCAMP.

<sup>2</sup> Orientadora – Profa. Ma. do Curso de Bacharelado em Administração da Fundação Carmelitana Mário Palmério – FUCAMP.



valor aos seus produtos e serviços seriam a pesquisa de satisfação ao cliente e sites de pesquisas para cada tipo de busca de seu consumidor. O avanço das tecnologias digitais criou um novo nicho para o marketing, com outras formas de comercialização de produtos ou serviço, pois as pessoas que usam as redes sociais tendem a ter novas necessidades e acesso a outras formas de marketing que facilitam o contato com produtos e serviços de grandes e pequenas empresas, no qual o usuário recebe publicidade de acordo com a sua pesquisa ou por meio das redes sociais. **Considerações finais:** Com esta pesquisa foi possível perceber a grande importância do marketing digital dentro de uma empresa e como ele pode contribuir para o crescimento. O marketing nas redes sociais pode ajudar as empresas a conquistarem os seus clientes, e qual a melhor forma de se relacionar com cliente. E com as evoluções do marketing surgiram a necessidade de melhoramento do produto para o cliente cada vez mais consumista e exigente, denominando a melhor forma de divulgação. E nos últimos anos o *e-commerce* no Brasil tem crescido muito em relação aos dispositivos móveis.

**PALAVRAS-CHAVE:** Marketing digital. Redes sociais. Tecnologias.