

**ESTRATÉGIAS DE *MARKETING* DIGITAL NA PANDEMIA: ESTUDO DE CASO
EM UMA LOJA DE SEGURANÇA E TECNOLOGIA NA CIDADE DE MONTE
CARMELO - MG**

Thays Imaculada Ferreira de Almeida¹

Simone Teles da Silva Costa²

Dênia Aparecida de Amorim³

Cleidiane Gomes de Souza Fernandes⁴

Mayara Abadia Delfino dos Anjos e Borges⁵

RESUMO

Introdução: A estratégia de *marketing* de uma empresa determina a forma como as decisões serão tomadas mesmo em momentos de crise. Nela estão inclusos os objetivos, as metas, as normas e os planos para alcançar a melhor gestão possível. Esse posicionamento faz com que a empresa consiga se adaptar às mudanças decorrentes da dinâmica competitiva além de direcioná-las às novas tendências mercadológicas. O *marketing* digital é uma alternativa importante para que as empresas alcancem clientes e resultados relevantes. Em um cenário de incertezas econômicas, ocasionado pela pandemia do Covid 19, as empresas precisaram responder rapidamente ao momento, adaptando o modelo de negócios para sobreviver à turbulência econômica. Logo, adesão e mudanças nas estratégias de *marketing* foram algumas soluções tomadas para sobreviver a esse período. **Objetivo:** O estudo objetivou evidenciar estratégias de *marketing* digital utilizadas por uma loja de segurança e tecnologia da cidade de Monte Carmelo-MG durante a pandemia de Covid 19. **Metodologia:** A metodologia utilizada foi o estudo bibliográfico e exploratório. Foi realizada a pesquisa de campo para obtenção de dados da empresa analisada. A interpretação dos dados foi realizada com abordagem qualitativa. **Considerações Finais:** A pandemia provocou impactos significativos na economia global, com a queda no volume de vendas e incertezas do mercado financeiro. As estratégias de *marketing* utilizadas nesse período foram o diferencial para a permanência de diversos empreendimentos durante a crise. Para enfrentar o novo cenário, a

¹ Bacharel em Administração pela UNIFUCAMP. E-mail: thaysalmeida@unifucamp.edu.br

² Mestre em Gestão Organizacional pela UFG-Catalão. E-mail: simoneteles@unifucamp.edu.br

³ Mestre em Administração Pública pela UFTM. E-mail: deniaamorim@hotmail.com

⁴ MBA em Controladoria de Empresas pela UNIP. E-mail: cleidiane19922009@gmail.com

⁵ Mestre em Tecnologias, Comunicação e Educação pela UFU. E-mail: mayaradelfino@hotmail.com

empresa pesquisada adotou várias estratégias de *marketing* digital para manter o relacionamento com seus clientes e impulsionar suas vendas. Entre as principais estão: a ampliação da comunicação com seus clientes por meio de investimentos em meios de comunicação (redes sociais, rádio), a criação de conteúdo virtual nas redes sociais e a adoção de e-mail institucional para fortalecimento do *marketing*.

Palavras-chave: *Marketing*. Pandemia. Estratégias.