

USO DE FERRAMENTAS DE MARKETING DIGITAL COMO FATOR PROPULSIONADOR NAS VENDAS DE PRODUTOS ELETRÔNICOS

ALVES, Ariane Lucia ¹

Resumo: O marketing tem como princípio despertar os desejos e necessidades dos clientes de tal maneira que os produtos e/ou serviços se adaptem ao consumidor que estimulará as vendas a outras pessoas. Com o efeito da pandemia causada pelo COVID-19 novas maneiras e práticas de vendas tiveram que migrar dos sistemas tradicionais de compras e vendas para os meios digitais. O objetivo deste trabalho foi analisar como as ferramentas de marketing digital e o uso das redes sociais impulsionaram as vendas, através de estudo direcionados aos produtos eletrônicos no Brasil aos mercados corporativos de grande porte. A metodologia utilizada foi através de levantamentos bibliográficos, entrevistas com diretores de vendas dos setores de tecnologia e pesquisas junto às empresas do setor. O uso das ferramentas de marketing digital proporcionou aumento nas áreas de atuação e falta de produtos devida a alta demanda repentina. Evidenciou-se que as organizações que estavam estruturadas para *e-commerce* puderam rapidamente atender seus clientes de forma personalizada, rápida e confiável.

Palavras chaves: marketing digital; *e-commerce*; vendas; eletrônicos.

USE OF DIGITAL MARKETING TOOLS AS A DRIVING FACTOR IN THE SALES OF ELECTRONIC PRODUCTS

*Abstract: Marketing has as principle to awaken the desires and needs of the customers in such a way that the products and / or services adapt to the consumer that will stimulate sales to other people. With the effect of the pandemic caused by COVID-19, new ways and practices of sales had to migrate from traditional purchasing and sales systems to digital media. The objective of this work was to analyze how digital marketing tools and the use of social networks drove sales, through the study directed to electronic products in Brazil to large corporate markets. The methodology used was through bibliographic surveys, sales identifiers from the technology sectors and research with companies in the sector. The use of digital marketing tools provides an increase in the areas of operation and a lack of products due to high regretful demand. It became evident that associations that were structured for *e-commerce* were able to quickly serve their customers in a personalized, fast and reliable way.*

Keywords: digital marketing; e-commerce; sales; electronics

¹ Mestra em Governança e Sustentabilidade Corporativa – arianeguindani@gmail.com