

Estratégias e ferramentas de promoção utilizadas em Marketing Digital

Lívia Ferreira Vidal

Docente do Centro Universitário Geraldo Di Biase – UGB/FERP
Mestre Profissional em Ensino em Ciências da Saúde e do Meio Ambiente pelo Centro
Universitário de Volta Redonda

Wellington Leôncio Costa

Docente do Centro Universitário Geraldo Di Biase – UGB/FERP
Mestre em Gestão e Estratégia em Negócios pela Universidade Federal Rural do Rio de
Janeiro
Diretor de Instituto do Centro Universitário Geraldo Di Biase

Dário Moreira Pinto Junior

Docente do Centro Universitário Geraldo Di Biase – UGB/FERP
Doutor em Engenharia de Materiais pela Faculdade de Engenharia Química de Lorena

Eduardo Gomes Meireles

Mestrando no programa de Mestrado em Desenvolvimento Regional pela Unitau em
Taubaté, estado de São Paulo

Sefisa Quixadá Bezerra????

RESUMO

O Marketing Digital é a aplicação de estratégias de venda, divulgação, promoção, monitoramento, relacionamento com clientes, e outras tantas opções, por meio da internet. Tem-se que entender usar e atualizar as técnicas do marketing tradicional na internet, pois o meio virtual possui algumas peculiaridades, entre elas a velocidade com que as informações chegam até as pessoas e a velocidade com que as empresas recebem as respostas. Técnicas como SEO e SEM, que serão abordados no decorrer desse artigo, passaram a gerar resultados significativos na internet, enquanto algumas estratégias do marketing tradicional se mostraram ineficazes. Logo, tem-se o objetivo de apresentar como funciona a propaganda digital, através de pesquisa bibliográfica, colaborando, assim, com a apresentação de novas possibilidades oferecidas por esse meio: o mundo virtual torna uma marca conhecida por um grande número de pessoas de forma mais rápida e abrangente, disponibilizando formas eficazes de atrair clientes. O objetivo deste trabalho é apresentar o marketing digital, algumas estratégias e ferramentas, e como cada uma pode influenciar na divulgação e venda do produto/serviço na internet. Será apresentado um estudo referencial das técnicas de SEO, vem do inglês *Search Engine Optimization* que quer dizer Otimização para Mecanismos de Busca e SEM, *Search Engine Marketing* e quer dizer Marketing para Ferramentas de Busca, explicando como estas ajudam na divulgação das lojas na internet.

Palavras-chave: marketing digital, clientes, marketing tradicional.