
REDES SOCIAIS COMO FERRAMENTA DE MARKETING

Eunice Nonato Ribeiro

Acadêmica do Curso de Administração

Patrícia de Oliveira Gonçalves

Acadêmica do Curso de Administração

Fernanda Campos Junqueira

Mestre em Ciências Sociais

RESUMO

Cada vez mais as redes sociais assumem diferentes funções e formas de divulgação de empresas, marcas e produtos. Sendo assim, o presente artigo tem por objetivo analisar os benefícios gerados pelas redes sociais nas organizações, bem como sua utilização como ferramenta de *marketing* para divulgação de suas marcas e produtos, verificando se as empresas observam algumas melhorias no que tange a sua visibilidade, ao aumento das vendas e aproximação entre organização e o consumidor. Para isso, foi desenvolvida uma pesquisa de orientação qualitativa junto a três empresas de diferentes ramos. De acordo com as entrevistas, ficou claro que as empresas cada vez mais estão utilizando as redes sociais como ferramenta de marketing a fim de divulgar sua marca, produtos, serviços e como uma forma de ganhar maior visibilidade, obtendo assim através delas, benefícios que agregam valor a sua organização.

Palavras-chave: Redes sociais; Empresas; Estratégia; *Marketing*.