

**FACULDADE DOM ALBERTO**

**MARKETING DIGITAL**

**SAULO PEREIRA DA SILVA**

**ABORDAGEM ORGÂNICA EM MARKETING DIGITAL**

**CAMPO GRANDE**

**2020**

Declaro que sou autor(a)<sup>1</sup> deste Trabalho de Conclusão de Curso. Declaro também que o mesmo foi por mim elaborado e integralmente redigido, não tendo sido copiado ou extraído, seja parcial ou integralmente, de forma ilícita de nenhuma fonte além daquelas públicas consultadas e corretamente referenciadas ao longo do trabalho ou daqueles cujos dados resultaram de investigações empíricas por mim realizadas para fins de produção deste trabalho.

Assim, declaro, demonstrando minha plena consciência dos seus efeitos civis, penais e administrativos, e assumindo total responsabilidade caso se configure o crime de violação aos direitos autorais.

**RESUMO-** O presente trabalho expressa a forma orgânica – gratuita – de informar aos clientes ou futuros clientes, sobre os produtos criados pela persona Artesã Jaqueline da Silva Santos Pereira através de suas páginas e mídias de comunicação, Facebook WhatsApp Business, com nome Lacinhos Kids e nome da artesã com perfil Jaqueline Santos Pereira. Foi criado essa persona para que os clientes tivessem acesso digitalmente aos informativos de produtos existentes, promoções e venda através da internet. Com a abordagem digital grátis em grupos dessas mídias sociais e de comunicação obteve-se grande sucesso, onde uma das páginas já tem cinco mil amigos e seguidores. Através dessa abordagem orgânica a artesã consegue realizar vendas e envia para todo o território nacional brasileiro.

**PALAVRAS-CHAVE:** Marketing Digital. Abordagem Orgânica. Marketing Grátis.

## INTRODUÇÃO

Toda organização com fins lucrativos ou não precisa ser vista e lembrada por seus consumidores. Existem várias abordagens para realizar o comercial de uma organização dentre elas a gratuita (orgânica). Esse importante trabalho relata um estudo de caso onde foi proposto para a Artesã Jaqueline da Silva Santos Pereira a realização do marketing digital para seus produtos que são feitos a mão.

A artesã dispunha de pouco recurso financeiro ou quase nenhum, pois seu faturamento era pequeno. Dessa forma a abordagem orgânica se encaixou em seu paradigma atual.

As empresas de mídias digitais Facebook, WhatsApp Business oferecem a possibilidade de criação de páginas – gratuitas - e pagas. Oferecem também a possibilidade de criação de usuários gratuitos e isso contribui para pequenas empresas, profissionais liberais, autônomos e artesãos. Os questionamentos mais importantes dessa abordagem são:

- 1) - Como oferecer um marketing digital gratuito?
- 2) - Como filtrar o cliente final via marketing digital gratuito?
- 3) - Como realizar o atendimento e faturamento online de forma gratuita?

Dentre as possibilidades do marketing digital orgânico pode-se criar usuários e páginas nas mídias digitais. Além de criar essas personas, pode-se cadastrar em grupos de vendas do Facebook. Naturalmente que, esses grupos devem estar alinhados com os produtos da organização.

O objetivo geral é relatar o estudo de caso de marketing digital nas redes sociais gratuitamente. Os objetivos específicos é informar os procedimentos de como fazer em cada caso.

O presente trabalho informará os procedimentos para criar a persona, observar o público alvo, bem como direcionar o marketing orgânico.

Será utilizado nesse estudo de caso, a criação da persona Artesã Jaqueline da Silva Santos Pereira, os usuários na plataforma web [www.facebook.com](http://www.facebook.com) com nome Jaqueline Santos Pereira. Também será criada a página Lacinhos Kids no site

www.facebook.com. Para manter um contato direto com os clientes será utilizado o intercomunicador Messenger e o aplicativo de celular WhatsApp Business.

## 1 DESENVOLVIMENTO

Organizações com ou sem fim lucrativo necessitam de marketing para suas atividades na era da revolução digital em que vivemos. Essa grande revolução digital, que tem criado um leque de oferta de novos métodos para chegar, informar, relacionar, vender, aprender e servir os clientes, fala-nos um artigo desenvolvido para o Journal of Marketing, que agrega vários estudos desenvolvidos sobre o tema, entre 2000 e 2015 (Lamberton & Stephen, 2016).

Existe um livro da editora Clube de Autores com o título “Quem não é visto não é lembrado”, esse nome da capa reforça a ideia de que se o produto conseguir ser visto por seu cliente ou futuro cliente, sempre terá a chance de ser lembrado. Ao ser lembrado terá a oportunidade de ser adquirido. E essa reposta o marketing digital traz aos utilizadores dessa abordagem.

A artesã Jaqueline da Silva Santos Pereira, que residente em Campo Grande – MS, resolveu solicitar ao pós-graduando Saulo Pereira da Silva a criação e administração de perfis nas mídias sociais para vendas de seus produtos que são produzidos a mão. Ela fabrica laços para cabelo em material chamado gorgurão, personaliza e borda conjuntos infantis para recém-nascidos. A artesã dispunha de pouco ou quase nenhum recurso para isso, mas sentiu a necessidade de realizar o marketing de seu ateliê na internet.

O marketing digital emprega estratégias que dependem principalmente do uso de tecnologias como as redes sociais, enquanto o marketing tradicional depende da capacidade dos clientes de tocar ou interagir com os produtos e serviços para experimentá-los efetivamente (KOTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN, 2010).

O administrador verificou a necessidade da criação de usuário Jaqueline Santos Pereira no site [www.facebook.com](http://www.facebook.com) que pode ser visualizado em

<https://www.facebook.com/profile.php?id=100026241524106>, após isso criou algumas imagens para que as outras usuárias ou usuários interessados pudessem acessar e interagir através do sistema de mídia social.

Figura 1 – Imagem do perfil com nome Lacinhos Kids e telefone de contato.



Fonte: Usuário Jaqueline Santos Pereira, site Facebook 2020.

O administrador dessa persona criou uma imagem e instalou no perfil com o objetivo de quando um utilizador acessar esse perfil na rede social, facilmente identifique-a. Esse perfil tem como objetivo mostrar os produtos da artesã, bem como disponibilizar canais de comunicação para aquisição dos produtos. Após colocar a imagem de perfil, foram inseridas imagens dos produtos. A figura 2 retrata dois conjuntos contendo a logomarca Lacinhos Kids com o número do contato comercial da artesã.

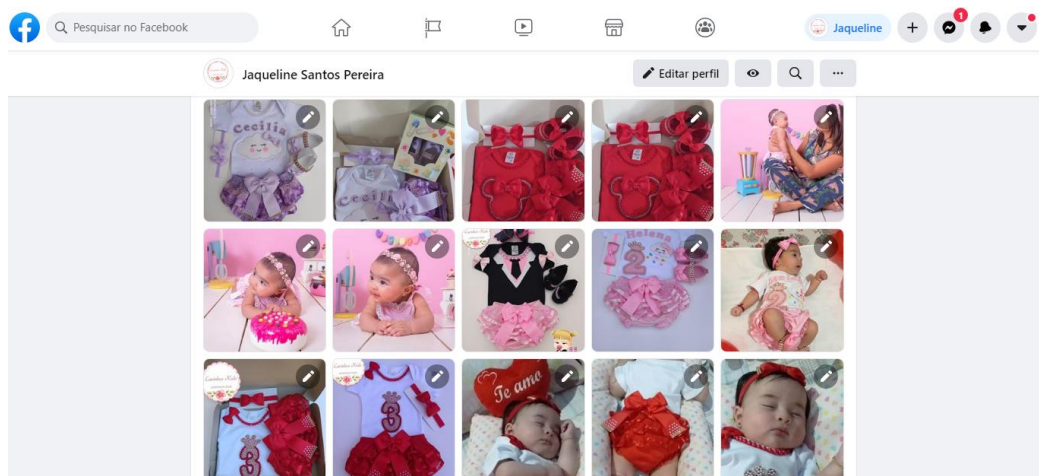
Figura 2 – Imagem do Story Facebook de dois conjuntos infantis e telefone de contato.



Fonte: Usuário Jaqueline Santos Pereira, site Facebook 2020.

A página do Facebook fornece a possibilidade de inserção de fotos para que o utilizador mostre aos seus clientes os itens que poderão ser adquiridos. A seguir, Figura 3, observasse várias fotos do perfil da artesã.

Figura 3 – Quinze Imagens do perfil da artesã Jaqueline Santos Pereira.



Fonte: Usuário Jaqueline Santos Pereira, site Facebook 2020.

Note na Figura 3 que existe um ícone com um número um em vermelho. Esse ícone faz parte da Figura 4, que representa o Messenger, que é um intercomunicador dos usuários do Facebook. É nesse item de comunicação que os utilizadores entram em contato com a artesã para tirar dúvidas e adquirir os produtos.

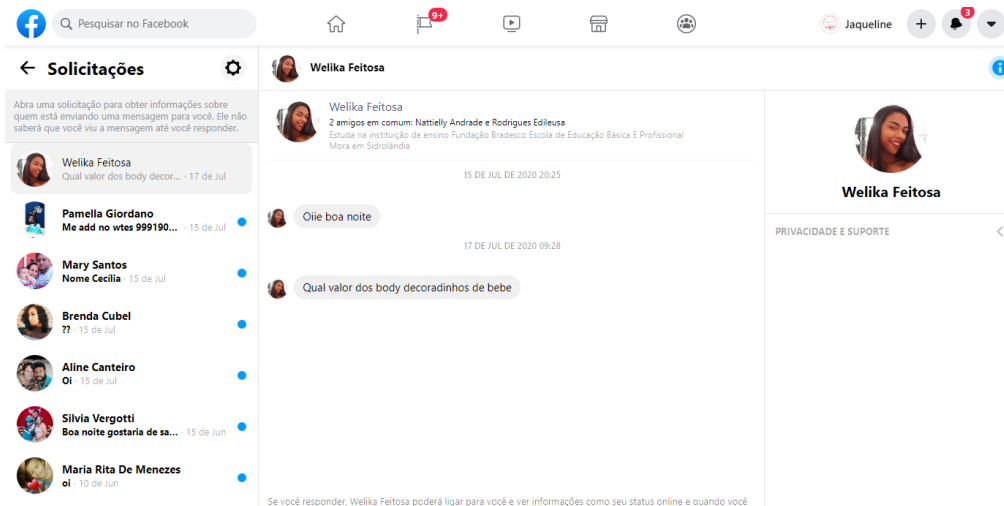
Figura 4 – Ícone do Messenger na página Facebook.



Fonte: Usuário Jaqueline Santos Pereira, site Facebook 2020.

Ao clicar no ícone o utilizador tem acesso às mensagens enviadas e recebidas na página. Na figura 5 observa-se a tela principal do comunicador Messenger do Facebook.

Figura 5 – Bate Papo Messenger na página Facebook utilizador como comunicador.



Fonte: Comunicador Messenger, Usuário Jaqueline Santos Pereira, site Facebook 2020.

A Figura 5 ilustra sete conversas realizadas através do comunicador Messenger do Facebook onde a artesã consegue conversar com seus clientes, ou futuros clientes. Ao lado esquerdo da tela há as pessoas que querem solicitar orçamento, ao centro há a conversa que pode ser respondida por texto, e ao lado direito o nome da pessoa que quer o orçamento. Na parte de baixo do centro há o campo onde a artesã pode enviar as respostas a sua cliente.

Uma mensagem de texto padrão foi criada para que, caso a artesã não possa atender via Messenger naquele momento. Essa mensagem é enviada pelo administrador da página. A mensagem informa para que a usuária envie WhatsApp para Jaqueline 67-99629-5222 e ela vai atender, passar os valores e agendar o pedido.

Quando o usuário do Facebook não consegue sucesso via comunicador do Facebook, essa mensagem informando para entrar em contato com a artesã e relatando que ela vai atender, passar valores e agendar o pedido remete a possibilidade de que a pessoa será bem atendida e terá uma garantia que seu pedido será realizado.



A informação de que a pessoa pode entrar contato com a artesã via WhatsApp Business mesmo ela estando no Messenger, se torna um filtro e, raramente, uma pessoa que está apenas “curiosa”, entrará em contato.

A primeira pergunta sobre como oferecer um marketing digital gratuito já foi respondida, com a mídia social Facebook. A segunda pergunta sobre como filtrar o cliente final também foi respondida com o envio de mensagem padronizada para utilizadores do Messenger.

A última pergunta sobre como realizar o atendimento e faturamento online de forma gratuita pode ser observada com os mecanismos que foram utilizados nesse estudo de caso. Quando a cliente entra em contato via WhatsApp Business a artesã agenda o pedido e envia por entregador ou por Correios.

Só que esses procedimentos começaram a ficar limitados, com alcances limitados, ou seja, apenas usuários que são amigos da artesã conseguiam visualizar seus produtos. Dá-se aí a busca por um marketing digital gratuito mais abrangente, foi então que o administrador resolveu criar uma página chamada Lacinhos Kids no Facebook que pode ser visualizada em <https://www.facebook.com/lacinhoskids.2019>.

A Figura 6 ilustra uma visualização de usuários do Facebook. Essa página gratuita, qualquer pessoa que utiliza a mídia social pode seguir e ao curtir terá a possibilidade de receber atualizações. A página contém alguns menus:

- 1) Página Inicial: contém informações relevantes sobre a página;
- 2) Loja: produtos com valores;
- 3) Publicações: todos os informativos que foram publicados;
- 4) Avaliações: o que as pessoas comentaram sobre a página;
- 5) Fotos: todas as imagens propagadas;
- 6) Comunidade: total de seguidores e curtidas;
- 7) Vídeos: itens de vídeos enviados e;
- 8) Sobre: informações comerciais;
- 9) Comunicador integrado a página.

Figura 6 – Página Lacinhos Kids Facebook .



Fonte: Usuário Jaqueline Santos Pereira página Lacinhos Kids, site Facebook 2020.

Embora a página estivesse alcançando novos seguidores, o administrador percebeu que necessitava alcançar mais seguidores e clientes. Então, ocorreu nova busca dentro do próprio Facebook, e os grupos de vendas gratuitos, dentro dessa plataforma, fazem parte a busca por novos clientes.

Atualmente, 11 de setembro de 2020, a artesã está em cento e setenta e cinco grupos de vendas do Facebook. Para vender através desses grupos o administrador identifica o gênero do grupo, ou seja, grupos que tenham vendas diversas ou estejam relacionados com vendas de artigos para crianças, mães gestantes, lactantes ou afim. Solicita acesso ao administrador do grupo e após estar inserido cria uma chamada de marketing digital.

A Figura 7 mostra apenas oito de todos os grupos em que a artesã está participando.

Figura 7 – Grupos me que a artesã participa no Facebook.



Fonte: Usuário Jaqueline Santos Pereira grupos, site Facebook 2020.

A Figura 8 retrata a publicação dentro do grupo Shopping Campo Grande (COMPRA & VENDAS), essa publicação informa os detalhes da venda.

Lindos Kits Mêsversário e bodys para Bebês”, o seguinte texto: “Lindos Kits Mêsversário e bodys para Bebês. Valores a partir de \$75,00. Mais informações chamar no Messenger. Lacinhos Kids Personalizados. Tudo para sua princesinha ficar ainda mais linda! Envie WhatsApp para Jaqueline! 67-99629-5222 Ela vai te atender, passar os valores e agendar seu pedido.

Figura 8 – Publicação Grupo Facebook.

**Editar publicação** ✕

Lindos Kits Mêsversário e bodys para Bebês.

---

R\$ 75

---

📍 Campo Grande ✕

Lindos Kits Mêsversário e bodys para Bebês. Valores a partir de \$75,00. Mais informações chamar no Messenger.

Lacinhos Kids Personalizados. Tudo para sua princesinha ficar ainda mais linda!  
Envie whatsapp para Jaqueline!  
67-99629-5222  
Ela vai te atender, passar os valores e agendar seu pedido.



Fonte: Usuário Jaqueline Santos Pereira grupo Shopping Campo Grande (COMPRA & VENDAS), site Facebook 2020.

Com essa abordagem gratuita, no caso desse grupo em específico que conta com dez mil e duzentos e setenta membros, a abordagem obteve mais sucesso. Pois membros que visualizam esse conteúdo e se encaixam no padrão de clientes dessa artesã, terão vontade de comprar. Sempre que um conteúdo desse é postado o comunicador Messenger começa a receber as perguntas de usuários sobre valores, essas perguntas são respondidas ali ou encaminhado para o filtro hipotético contra curiosos via WhatsApp Business.

Segundo o autor David Meeram Scott (2013), os pilares de um website são as especificidades técnicas, o design e os conteúdos. Porém, apesar da inegável importância dos dois primeiros elementos, o conteúdo é sem dúvida a chave para o sucesso da plataforma. Nesse caso a mídia social tem papel importante na construção do conteúdo da artesã na web.

É claro que esse filtro não tem mensuração real e isso causa uma divergência no controle dos usuários que realmente iriam comprar, mas conforme relatado na pesquisa foi a forma gratuita encontrada.

Outro detalhe importante são os comentários dos usuários da rede social. Os comentários dos consumidores têm valor pois oferecem um atestado da qualidade e da confiabilidade da empresa. Portanto, essa interação positiva tem muito potencial para agregar valor (KINGSNORTH, 2019).

Essas métricas quantificam a dinâmica chamada “boca a boca” que é gratuita e altamente eficaz. (FARRIS et al., 2007).

A Figura 9 mostra a cliente entrando em contato e solicitando um produto por WhatsApp Business.

Figura 9 – Mensagem recebida por WhatsApp Business.



Fonte: Usuário Jaqueline Santos Pereira, sistema comunicador WhatsApp Business.

Após agendar o pedido a artesã solicita ao entregador ou envia por Correios. Na Figura 9 a cliente baixa a foto direto do Facebook e envia por WhatsApp para

artesã solicitando aquele modelo específico, gerando assim mais um filtro gratuito de demanda.

## **2 CONCLUSÃO**

A pesquisa de campo apresentada mostrou uma abordagem gratuita de marketing digital utilizando ferramentas gratuitas da rede social Facebook, intercomunicador Messenger e comunicador WhatsApp Business.

Três questões foram feitas no início. A primeira se respondeu criando um perfil de usuário utilizando a rede social Facebook, a criação de uma página chamada Lacinhos Kids nessa rede social e publicações em grupos de vendas gratuitos.

A segunda resposta mostrou uma forma de filtrar os clientes que realmente querem o produto. O filtro que foi proposto mostrou-se eficaz, mas não foi possível mensurar com total certeza.

E a terceira utilizando o intercomunicador Messenger do Facebook e o comunicador WhatsApp Business.

A abordagem mostrou também que ao criar um usuário na rede social deve-se observar o nicho específico, ou o mais próximo possível das vendas online.

### 3 REFERÊNCIAS

TRINDADE, Luiz Valério de Paula. **Quem não é visto, não é lembrado**. Clube de Autores. Ed. São Paulo 2015. 123 p.

LAMBERTON, C., & STEPHEN, A. T. (2016). **A Thematic Exploration of Digital, Social Media, and Mobile Marketing Research Evolution from 2000 to 2015 and an Agenda for Future Research Inquiry**. *Journal of Marketing*, 80(November), 146–172.

SCOTT, D. M. (2013). **Social Media and Your Target Audience**. In *The New Rules of Marketing & PR – How to Use Social Media, Online Video, Mobile Applications, Blogs, News Releases, & Viral Marketing to Reach Buyers Directly*

KOTLER, P. **Administração de marketing**. 10. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

KINGSNORTH, S. **Digital marketing strategy: an integrated approach to online marketing**. London: Kogan Page Publishers, 2019.

FARRIS, Paul W; Bendle, Neil T; Pfeifer, Phillip E.; Rwigstein, David J. *Métricas de Marketing*. Wharton School Publishing. Porto Alegre: Bookman, 2007.

PEREIRA, Jaqueline Santos Pereira. **Usuário Jaqueline Santos Pereira Ateliê de Laços Infantil**. Campo Grande, BRASIL. Disponível em <<https://www.facebook.com/profile.php?id=100026241524106>>. Acesso em: 10 set. 2020, 16:16:17

PEREIRA, Jaqueline da Silva Santos. **[Comunicador WhatsApp Business]**. WhatsApp Business: [Mensagens de texto]. 11 nov. 2020. 15:30. 1 mensagem de WhatsApp Business.

PEREIRA, Jaqueline da Silva Santos. **[Comunicador Messenger]**. Facebook: [Mensagens de texto]. 10 nov. 2020. 12:30. 6 mensagens de Messenger.