



## ANÁLISE DE MARKETING DIGITAL DE DUAS EMPRESAS DE MODA

**Autores:** Kaira GRESCHACHEN - Instituto Federal Catarinense Campus São Francisco do Sul  
Andreia Luciana da Rosa SCHARMACH - Instituto Federal Catarinense Campus São Francisco do Sul  
Severino MIRANDOLA JÚNIOR - Instituto Federal Catarinense Campus São Francisco do Sul  
Maico João TROMBELLI - Instituto Federal Catarinense Campus Araquari  
Adriano Silveira MASTELLA - Instituto Federal Catarinense Campus São Francisco do Sul

Avaliação na modalidade: Pesquisa

Área do conhecimento/Área Temática: Ciências Sociais Aplicadas

Nível: Médio

### Introdução

A presente pesquisa pretende analisar o marketing digital de duas empresas de moda jovem. Neste sentido, serão analisados os sites e as redes sociais que tais empresas utilizam. Esta pesquisa tem sua importância devido aos meios digitais (sites e redes sociais) serem considerados canais de marketing eficientes tanto para a divulgação quanto para a comercialização de produtos, sobretudo quando tratamos da indústria da moda, mais especificamente da moda focada para um público jovem. Outra relevância do tema acontece pelo fato de que os meios digitais são uma mídia relativamente nova, que ainda carece de estudos para compreendermos a sua importância e a sua eficiência na interação com o público consumidor. Além disso, a pesquisa servirá como referência para futuras empresas do setor analisarem a utilização do marketing digital e também para incentivar a pesquisa em outros setores empresariais.

Para Arnaud *et al*(2016), o marketing digital é importante e exige das empresas uma postura estratégica em relação ao mercado. As mídias sociais são um importante ponto de encontro entre as pessoas, além de uma poderosa ferramenta para conhecer os desejos dos consumidores e, conseqüentemente, possibilitar à empresa a ampliação de suas vendas e o aumento de sua lucratividade.

O marketing digital na área de moda no Brasil já apresentou estudos como o de Braga e Coelho (2018), que fazem uma análise dos 8 Ps de marketing digital em blogs de moda.

Dessa forma, o presente trabalho tem como objetivo analisar o marketing digital de duas empresas de moda jovem. E, de maneira específica, descrever como tais empresas utilizam seus sites e suas redes sociais.

### Material e Métodos

Trata-se de uma pesquisa qualitativa, na qual os métodos utilizados são o estudo de caso múltiplo, em duas empresas de moda jovem, através da análise dos seus sites e de suas redes sociais. Além disso, para analisar o conteúdo dos sites e das redes sociais, será utilizada a análise sociológica do discurso. Para Yin(1994), o estudo de caso não é mais do que uma de várias maneiras de fazer investigação nas ciências sociais. Em geral, os estudos de caso são a estratégia preferida quando questões são colocadas, quando o investigador tem pouco controle sobre os acontecimentos e quando o foco está nos fenômenos contemporâneos, considerando-se o contexto da vida real.

Conde (2009, p. 7) descreve a análise sociológica do discurso como um estilo de investigação social, distante de formalismos automáticos de aplicação universal, como um instrumento que pretende realizar a investigação social com o maior rigor possível, tendo um objetivo implícito em cada investigação concreta, para melhorar a compreensão dos fenômenos sociais, especialmente os relativos à inter-relação do mundo simbólico, do mundo ideológico e os processos de manutenção e de mudanças



de uma determinada ordem social, qual seja, a sociedade capitalista e de consumo que domina os países ocidentais. Esse estilo foi configurado a partir dos estudos seminais de Jesus Ibáñez, Alfonso Ortí e Angel de Lucas, núcleo de investigadores que está na origem de certa tradição espanhola na investigação social, e o que lhes interessa são os discursos grupais que possam ser expressos ao longo de uma dinâmica.

### Resultados e discussão

Inicialmente, será mostrado um quadro com os pontos positivos e negativos de cada uma das empresas analisadas:

Quadro 1- Pontos positivos e negativos das empresas analisadas

<b>Empresas</b>	<b>Just Approve</b>	<b>Baw</b>
<b>Pontos Positivos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Quando o cliente entra no site lhe é oferecido 10% de desconto na primeira compra, caso ele se cadastre na newsletter, que são informações referentes à marca, como promoções e novos lançamentos que chegam diariamente ao e-mail do cadastrado.</li><li>- A marca investe muito em fotos, o que possibilita que o cliente tenha uma boa noção de como a roupa fica no corpo.</li><li>- O site possui uma barra, de forma que as coleções lançadas podem ser visualizadas separadamente.</li><li>- As redes sociais da marca ficam disponíveis e visíveis facilmente no site.</li><li>- É possível contatar ajuda e enviar reclamações através do e-mail.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- O site possui um menu muito bem organizado, em que as roupas são separadas entre femininas e masculinas, e por peças inferiores e superiores.</li><li>- É possível contatar ajuda e enviar reclamações por um chat no wpp.</li><li>- O site deixa bem explícito e separado o que é produto do que é propaganda de produtos.</li><li>- O site possui uma barra onde é possível ler testemunho de clientes.</li><li>- O site possui uma barra onde ficam visíveis suas postagens mais curtidas do Instagram, as roupas aparecem com os preços, o que motiva quem entra a segui-los.</li><li>- Na hora da compra, o site permite que o comprador insira um cupom de desconto, que é um código disponibilizado nas redes sociais por influenciadores.</li></ul>
<b>Pontos</b>	- O site é um tanto quanto	Não foram detectados



<b>Negativos</b>	desorganizado na questão de expor seus produtos e propagandas, pois logo quando o cliente acessa várias fotos ficam passando na tela e isso causa um pouco de confusão na hora de procurar o produto desejado e distingui-lo de propagandas. - O site não divide as roupas por gênero.	pontos negativos no site, pois é muito bem organizado, permitindo que o cliente se situe com clareza ao acessá-lo.
------------------	---	--

Na sequência, será descrito um quadro no qual serão analisadas as celebridades utilizadas por cada uma das empresas e o significado (espaço semântico) que justifique o porquê da sua escolha.

Quadro 2 - Celebridades utilizadas pela empresa Baw

<b>Influenciadores - Empresa BAW</b>	<b>Quantidade de seguidores</b>	<b>De que forma influencia</b>
Larissa Manoela	23,4 milhões de seguidores	Atriz e cantora, que tem como seguidores jovens e adolescentes. Traz para a marca visibilidade diante de tal segmento.
Maisa Silva	25,5 milhões de seguidores	Atriz, cantora e apresentadora que tem como seguidores jovens e adolescentes. Traz para a marca visibilidade diante de tal segmento
Paola Antonini	2,6 milhões de seguidores	Modelo, portadora de necessidades especiais, que traz para a marca uma imagem de inclusão e de responsabilidade social.
Maju Trindade	5,5 milhões de seguidores	Influenciadora digital e youtuber que trata de assuntos ligados à moda e ao comportamento feminino. Importante para a marca, por influenciar na formação de opinião do público feminino jovem.
Renato Aragão	3 milhões de seguidores	Humorista e ator que tem por seguidores tanto o público jovem como o público de mais idade.



		Atribui à marca a ideia de que pessoas de todas as idades podem usar e se satisfazer com seus produtos.
--	--	---

Quadro 3 - Celebidades utilizadas pela empresa Just Approve

Influenciadores - Just Approve	Quantidade de seguidores	De que forma influencia
Caio Castro	17,5 milhões de seguidores	Ator, que tem por seguidores o público jovem, principalmente o feminino, apesar de também influenciar a moda masculina.
Vitão	1,3 milhões de seguidores	Cantor e músico, que se comunica com o público jovem identificado com o estilo <i>street wear</i> .
Léo Picon	3,5 milhões de seguidores	Empresário, ator e compositor. Atrai o público jovem que o tem como referência de moda.
Jade Picon	7,6 milhões de seguidores	Influenciadora de <i>life style</i> e moda, que atrai o público feminino por seu comportamento, mas também o masculino, por sua beleza.

### Conclusão

Com as análises do marketing digital das empresas, podemos identificar dois importantes fatores: a utilização de celebridades, que auxiliam a marca a gerar uma identidade com seu público-alvo e a importância da organização do site, sua integração com as demais redes sociais e a utilização de imagens para chamar a atenção dos consumidores.

Neste sentido, podemos avaliar que a empresa Just Approve apresenta alguns problemas em relação à organização do conteúdo em seu site, o que dificulta a compreensão daqueles que por ele navegam. Já a empresa Baw apresenta um site e redes sociais com *layout* mais amigável e completo em termos de informação.

### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARNAUD,L. MANGINI, E.R. BARROS,T.F. URDAN, A.T. A Rede Supermarket na Era do Marketing: um caso das mídias sociais. Piracicaba: Caderno Profissional de Administração.UNIMEP. v. 6. n° 2, 2016.



VII Edição  
**FEPEX**  
*Feira de Ensino, Pesquisa e Extensão*  
*Campus São Francisco do Sul*

BRAGA,G. C. COELHO,M.F. Marketing Digital: estratégias de blogueiras de moda. Marketing & Tourism Review. Belo Horizonte: NECIM TUR/UFMG. v. 3. n° 2, 2018.  
CONDE,F.G.A. Cuadernos Metodológicos: análisis sociológico del sistema de discursos. Madrid:Centro de Investigaciones Sociológicas, 2009.  
YIN, R. K. (1994). Pesquisa Estudo de Caso - Desenho e Métodos (2 ed.). Porto Alegre: Bookman.