

INFLUENCIADORES DIGITAIS EM EMPRESAS DE VESTUÁRIO: UM ESTUDO EM SANTANA DO LIVRAMENTO/RS

DANIELA MURATORIO SANCHEZ

ANDRESSA HENNIG SILVA

GABRIELE DOYLE CEZAR

UNIPAMPA | UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA.

LARISSA GUSMÃO OLIVEIRA

UNIPAMPA | UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA.

Resumo

A estratégia de marketing de influência através de influenciadores digitais tem crescido ao longo dos anos, especialmente no período da pandemia. Neste sentido, a presente pesquisa teve como objetivo geral analisar o impacto da utilização da estratégia de influenciadores digitais nas empresas de vestuário de Santana do Livramento-RS. Foi realizada uma pesquisa de abordagem qualitativa, descritiva, a partir da pesquisa narrativa. O corpus de análise contemplou 10 empresas da cidade de Santana do Livramento/RS. Como principais resultados, foi possível perceber que a maioria das empresas começou a fazer uso dos serviços de influenciadores digitais após o início da pandemia do Covid-19, juntamente com o processo de digitalização das mesmas e utilização das redes sociais como ferramenta de venda e de se alcançar o consumidor. Essa pesquisa contribui, portanto, tanto para acadêmicos que investigam engajamento do consumidor e as estratégias de marketing digital nas empresas, quanto para profissionais de marketing que aplicam essas estratégias no dia a dia e para os administradores de empresas entenderem que para alavancar as vendas é necessário ingressar no mundo digital e utilizar o marketing digital e suas estratégias, fazendo uso de influenciadores. Viu-se que a interatividade é um dos atributos mais importantes a serem desenvolvidos pelas empresas que querem ganhar mais visibilidade nas redes sociais, e essa interatividade com o público se dá por meio dos influenciadores que mantêm conexão com seus seguidores.

Palavras Chave

Marketing Digital, Influenciadores, Vestuário.

Agradecimento a órgão de fomento

-