

MARKETING NO SÉCULO XXI

Mateus Alves da SILVA*

Marcia Andrea de Melo BIO**

RESUMO

INTRODUÇÃO: Na atual era digital o mercado tem se modificado, fazendo com que as empresas destinassem suas estratégias de marketing para o meio virtual, surgindo o chamado marketing virtual. **OBJETIVO:** Este trabalho tem como objetivo realizar revisão bibliográfica sobre o marketing no século XXI. **METODOLOGIA:** Para tal, foi realizada uma busca por artigos nos bancos de dados "SciELO" e "Google acadêmico" com os descritores: "marketing no século XXI". Os critérios para inclusão foram artigos publicados em português e inglês compreendidos entre o período de 2015 a 2019. **RESULTADO:** Os resultados destacam a importância da internet na evolução do marketing, a participação das redes sociais e sites de busca. Foi possível concluir que na atual era digital o mercado tem se modificado, de forma que as empresas precisam se adequar para sobreviver no mercado, já que o acesso a internet facilitou a concorrência. **CONCLUSÃO:** Diante disso, estratégias de marketing digital são necessárias para que a empresa se estabeleça no mercado. O marketing no século XXI deve ter como foco o cliente e suas necessidades. A facilidade com que as pessoas tem de pesquisar e comprar produtos em qualquer lugar do país fez com que o fluxo de marketing se invertesse, se antes a empresa tentava atrair o consumidor, hoje é o consumidor que busca a empresa e o produto desejado, isso é possível devido a eficiência dos buscadores atuais, sendo o Google o mais usado no mundo. A pesquisa também destacou o uso da estratégia de marketing de oferecer um produto grátis como forma de conseguir novos consumidores. Diante de tais constatações, a empresa que deseja consolidar-se no mercado deve marcar presença on line, pois se sabe que diante de tantas ofertas no internet, transmitir confiança e respeito para o consumidor é de extrema importância.

Palavras-chave: Marketing. Resultados. Mercado. Empresa.

* MATEUSAO_FUT09@HOTMAIL.COM

** adm.marciamelo@gmail.com