

## A UTILIZAÇÃO DO MARKETING SENSORIAL NAS MÍDIAS DIGITAIS

Diego Ribeiro GUILHEN\*  
Renan Gustavo Vilalva DUARTE\*\*  
Lucio Lombardi TeixeiraNUNES\*\*\*

### RESUMO

**INTRODUÇÃO:** O marketing sensorial tem sido utilizado como estratégia que permite a diferenciação da experiência de compra, aproximando cliente e marca; é uma estratégia que permite atingir de forma mais profunda o consumidor, sua parte mais sensível. **OBJETIVO:** O objetivo do estudo é portanto, debater acerca do uso de estratégias de marketing sensorial nas mídias digitais, e de que forma isso pode ocorrer, Para tanto, os objetivos específicos se referem a discussão a respeito dos conceitos de marketing e sua evolução ao longo dos anos; as adaptações e mudanças do marketing referentes à inovação tecnológica e o uso do marketing sensorial nas mídias sociais. **METODOLOGIA:** Este artigo foi desenvolvido utilizando metodologia de pesquisa bibliográfica que consiste na consulta de material científico já publicado por diferentes autores, em diferentes fontes como livros, artigos científicos, teses, artigos em bases online, entre outros. **RESULTADO:** Considerando que as mídias digitais são uma das principais formas de alcançar os clientes atualmente, é importante pensar de que maneira o marketing sensorial pode ser utilizado neste contexto, visto que os clientes não podem sentir ou tocar o produto por este meio. **CONCLUSÃO:** De acordo com o que foi observado ao longo do trabalho, o marketing se trata de uma das ferramentas mais importantes para empresas que desejam investir não somente em aumento das vendas, mas na relação com seus clientes. Assim, o avanço tecnológico tem aumentado a possibilidade de as empresas utilizarem diferentes recursos para oferecerem aos clientes experiências de compras únicas.

**Palavras-chave:** Marketing. Estratégia de vendas. Comportamento. Mídias digitais.

---

\*diegoguilhen97@gmail.com

\*\*regvd33f@gmail.com

\*\*\*ltnunes@hotmail.com