

INSTAGRAM: UM ESTUDO NA UTILIZAÇÃO DA PLATAFORMA COMO PROPULSOR DE VENDAS NOS SEGMENTOS DE ÓTICAS NA CIDADE DE SANTA FÉ DO SUL- SP

Hellen Adriani Perussi Tessari PEREIRA*

Laura Martins ALVES**

Daniel de Oliveira SOLFA***

RESUMO

Introdução: Todo o avanço tecnológico infundiu profundas mudanças na maneira que empresas e clientes se relacionam, visto que o comércio eletrônico é algo extremamente utilizado por empresas e consumidores. O Instagram também possibilita que através das ferramentas disponibilizadas pelo aplicativo as empresas conheçam cada vez melhor o perfil, as necessidades, preferências e desejos de seu público consumidor. Outra ferramenta empregada no e-commerce é o inbound de marketing que ao contrário do marketing tradicional é a clientela que faz a busca pela empresa e pelos produtos e serviços que estas oferecem. **Objetivo:** Identificar como a ferramenta de filtro da plataforma Instagram contribui para as vendas no segmento de ótica no comércio de Santa Fé do Sul -SP. **Metodologia:** A metodologia empregada foi a revisão de literatura associada a um estudo exploratório com o emprego de dois questionários aplicados nas óticas e nos clientes. **Resultados:** Os filtros do Instagram não apenas atraem os clientes, mas também facilitam o processo de decisão de compra, tornando-se uma ferramenta indispensável na estratégia de marketing digital das óticas. Esses resultados reforçam a importância do Instagram como uma plataforma de vendas eficaz e sublinham a necessidade de investimentos contínuos em inovações digitais que atendam às expectativas dos consumidores modernos. **Conclusão:** Portanto, este estudo conclui que o inbound de marketing apresenta as ferramentas apropriadas para o prospecto e engajamento dos indivíduos na era digital, onde as marcas que obtêm espaço são as que tem a habilidade de atração da clientela certa para elas e da geração de valor para os mesmos. O Instagram é uma plataforma essencial para atrair e engajar consumidores, influenciando diretamente as decisões de compra. Os clientes demonstraram um alto nível de interação com conteúdos visuais, como filtros que permitem testar virtualmente os produtos, indicando que essa funcionalidade é um diferencial competitivo significativo.

Palavras-chave: redes sociais; instagram; inbound marketing; empreendedorismo.

* Discente do curso de administração do Centro Universitário de Santa Fé do Sul, SP - Unifunec. hellenperreira8@gmail.com

** Discente do curso de administração do Centro Universitário de Santa Fé do Sul, SP - Unifunec. alveslaura152@gmail.com

*** Docente do Centro Universitário de Santa Fé do Sul, SP - Unifunec. danielsolfa@hotmail.com