

## A EVOLUÇÃO DO MARKETING DIGITAL NAS EMPRESAS EM TEMPOS PANDÊMICOS

Lohainy Mayra Franqueto Queiroz, Mike Bortolozzo Drigo, Jessica Aluana Piquete, Luis Guilherme Zague Rodrigues, Clayton Aparecido Cardoso De Moraes.

### Resumo

O trabalho abordará a importância do Marketing Digital e fará uma avaliação dentro das organizações no cenário pandêmico, de acordo com a adaptação empresarial e o aceleração do processo de compra e venda. Será feita uma análise observando as principais contribuições e desafios organizacionais das pequenas e médias empresas, que foram impactadas com a alteração na decisão de compra dos consumidores. O aumento na busca das compras nos meios digitais auxiliou os colaboradores das organizações em geral durante a fase do lockdown, sendo assim, através desses recursos foi possível atingir os consumidores de forma assertiva. Com as mudanças de hábitos, as organizações tiveram como objetivo analisar o desenvolvimento das ferramentas digitais e introduzi-las no dia-a-dia, necessitando ajustar os meios de comunicação para se adaptar ao novo estilo de vida da população. Os pontos de vista dos assuntos abordados no artigo foram inseridos através da revisão bibliográfica, revisando discursos e posicionamentos de outros pesquisadores, assim proporcionando a construção de uma visão mais abrangente do estado atual do mercado. Será realizada uma pesquisa de campo, onde serão inclusas duas ferramentas para coleta de dados, o roteiro de entrevista e o questionário, que por meio dos aspectos qualitativos e quantitativos vão auxiliar na coleta de informações precisas e objetivas. A pesquisa será desenvolvida juntamente aos gestores e clientes. Foi concluído que as organizações que souberam utilizar a tecnologia e inovação ao seu favor, conseguiram superar as dificuldades da situação, já outras empresas despreparadas e sem alternativas de trabalho, tiveram que optar pelo encerramento de suas atividades diante das circunstâncias ocorridas.

**Palavras-chave:** Marketing digital, pandemia, tecnologia, inovação

### Referências Bibliográficas

- ADMINISTRAÇÃO, F. I. Após começo turbulento, empresas se adaptam ao home-office e planejam mantê-lo - TECNOSET. TECNOSET. Disponível em: . Acesso em: 15 mai. 2022.
- SALES, I. K. B.; MACÊDO, M. E. C. O Impacto da Pandemia da COVID-19 no Cenário das Micro e Pequenas Empresas. **Id on Line Rev.Mult. Psic.**, Outubro/2021, v.15, n.57, p. 215-229, 2010.
- SCHUELER, P. **O que é uma pandemia**. Disponível em: . Acesso em: 26 mai. 2022.
- TEMER, R.R. **COVID-19 e o comportamento de consumo da população acadêmica na microrregião de Ouro Preto**. Disponível em: . Acesso em: 23 abr. 2022.