

A EVOLUÇÃO DO ECOMMERCE DURANTE A PANDEMIA E A CONTRIBUIÇÃO DO MARKETING DIGITAL NO RAMO SUPERMERCADISTA NO ESTADO DE SÃO PAULO

Bianca Vitória Da Silva, Thaiane Daniela Soares Dos Santos,
Manoela Dos Santos Sanchez

Resumo

O e-commerce é uma forma viável de comércio, além de encontrar a comodidade de comprar sem sair de casa. Com o acesso à internet aumentando a cada dia, o e-commerce chegou conquistando clientes do mundo todo. O Marketing digital atrelado com o ecommerce vem eliminando barreiras geográficas e permitindo ao cliente se dispor de uma grande variedade de marcas e qualidades, e levando a informação cada vez mais longe. O objetivo deste trabalho é atuar na área de marketing digital, comércio eletrônico, comportamento do consumidor e tendências inovadoras que inserem o comércio digital em uma nova era. A metodologia utilizada no trabalho foi a pesquisa bibliográfica e a pesquisa qualitativa. Através da pesquisa qualitativa observou-se que a maioria dos entrevistados era do sexo feminino (71,8%), e na maioria das vezes ela é vista como consumidora, a mulher compra para toda a família. Os homens são a minoria como visto na pesquisa com (28,2%) Giglio (2005, p 103) afirma que: Adquirindo participação na produção e no orçamento doméstico, a mulher se viu na condição de poder modificar a decisão de compra da família. Os varejistas online precisam melhorar as informações para que sejam fornecidas com mais detalhes. A influência da autoeficácia e da utilidade aumenta à medida que o consumidor ganha experiência em compras online. As empresas devem ter em mente os insights relevantes dos e-clientes para cada decisão. Em virtude dos fatos mencionados conclui-se que durante a pandemia e o cenário em que vivenciamos, o E-commerce foi essencial para que as vendas pudessem alavancar e manter as empresas de pé, construindo uma nova era tecnológica, implementando novos meios de compra e comunicação, prezando pela segurança e praticidade dos clientes, que mesmo pós pandemia continuam comprando on-line, prezando pelo conforto e otimização do seu tempo. O marketing digital tem sido um aliado de extrema importância impulsionando as vendas e ampliando esse novo modelo de compra, o ecommerce durante a pandemia cresceu em 75% e vem crescendo dia após dia.

Palavras-chave: Desenvolvimento. Comportamento. E-commerce.

Referências Bibliográficas

- RIBEIRO, Luciano Andrade et al. **Análise do portal informativo globo. com:** hipertexto e construção do conhecimento na internet. 2002.
- RICHERS, Raimar. **Marketing:** uma visão brasileira. São Paulo: Elsevier Brasil, 2000.
- SERENO, Nayara Rodrigues. **Marketing digital e mídias sociais como novo canal de vendas na hotelaria.** 2015.
- VERGARA SC - **Projetos e relatórios de pesquisa em administração,** 2000.