

SISTEMA WGM: gerando marketing digital com o fornecimento de Internet

Julio Cesar Alves
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso do Sul (IFMS)
juliotorreforte@gmail.com

Robert Dos Santos Rodrigues
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso do Sul (IFMS)
robert.ling1@hotmail.com

Eixo Temático: Tecnologias e Sistemas de Informação

Desde o início das relações comerciais, o marketing tem sido uma ferramenta essencial para as empresas comerciais divulgarem seus produtos em busca de novos consumidores e novas oportunidades de negócio (FALCÃO, 2014). É pelo fato de existir a competição no mercado, que o marketing é tão importante para as empresas. Devido sua capacidade de melhorar comportamentos, estudar concorrentes e planejar ações, dentre outras, tornou-se uma ferramenta essencial para as empresas.

A Internet é o meio de comunicação mais utilizado para fins pessoais e profissionais, portanto, tendo em vista sua agilidade e rapidez, cada vez mais as pequenas e grandes empresas, utilizam a rede mundial de computadores para fazer com que seus produtos e serviços alcancem potenciais clientes (CINTRA, 2010).

A partir deste contexto e com o advento da tecnologia, impulsionadas pelo surgimento e a popularização da Internet uma nova modalidade de marketing surgiu buscando alcançar os consumidores que utilizam a rede mundial de computadores, conhecido como: O marketing digital.

O Marketing digital é diferente do marketing tradicional, pois visa divulgar a imagem de uma organização através da Internet, estabelecer contatos entre cliente e estabelecimento, tornando-a uma importante ferramenta de baixo custo e amplo poder de alcance (GUEDES, 2013).

O marketing digital ajuda a construir uma audiência qualificada para a marca, sendo seu investimento inferior se comparado com o modelo tradicional, além disso, proporciona a geração de resultados reais e mensuráveis, garante uma presença forte da empresa na internet e proporciona um relacionamento direto com o público ideal para o ramo de atividade

O presente trabalho sugere o desenvolvimento de uma nova ferramenta capaz de permitir que empresas explorem o fornecimento de Internet a seus clientes obtendo marketing

digital como retorno, buscando alavancar as vendas e expandir sua marca no mercado.

Vivemos na era da informação, as pessoas estão constantemente conectadas à internet e interligadas entre si, buscando cada vez mais conviver em rede, necessitando para tal, de opções que as possibilitem manter uma conexão constante com o mundo virtual de forma segura e barata (ONU, 2015).

De olho neste novo comportamento das pessoas, as empresas principalmente da área comercial, como lojas e estabelecimentos de interação social, a fim de agradar e fidelizar seus clientes fornecem acesso à Internet de maneira gratuita e ilimitada, sem nenhum mecanismo de controle ou que possibilite retorno direto às empresas.

O objetivo deste trabalho é desenvolver uma ferramenta de geração de marketing digital, que visa proporcionar ao usuário maior visibilidade e exposição de sua marca e/ou produtos, para tal, a ferramenta utilizará o fornecimento de Internet dos estabelecimentos para seus clientes.

Para alcançar os objetivos, a ferramenta terá funções como: condicionar a conexão da rede do estabelecimento à visualização de um material publicitário que poderá ser um vídeo de curta duração ou imagem que será exibida no dispositivo dos clientes por um curto período de tempo além de realizar o gerenciamento de conexões realizadas através de painel de controle.

Para garantir ao usuário maior visibilidade de sua marca e produto, os materiais publicitários do estabelecimento serão exibidos em outros locais que também possuam a ferramenta, em diferentes estabelecimentos e pontos da cidade ou região de atuação.

A médio prazo o sistema poderá ser expandido para outros setores como o público e o institucional, que fornecem acesso à internet a seus usuários, condicionando a realização da conexão a visualização de imagens informativas e explicativas.

Para o desenvolvimento deste trabalho, será utilizada a metodologia de *software* ágil que utiliza processos e ferramentas como: *Extreme Programming (XP)* e *Scrum*. O objetivo é permitir que o software se adapte à realidade encontrada, obtendo resultados constantes e permitindo *upgrades* e alterações sem prejuízo ao seu funcionamento.

Ao concluir este trabalho, espera-se obter além de uma ferramenta que atenda as demandas dos usuários, uma tecnologia que auxilie na geração de marketing digital de maneira ágil e eficiente.

REFERÊNCIAS

CARRILHO, Bibiane; VELLANI, M. A. Importância da Internet para o Setor Hoteleiro. *Acedido a*, v. 10, 2005.

CINTRA, Flavia Cristina. Marketing Digital: a era da tecnologia on-line. **INVESTIGAÇÃO**, v. 10, n. 1, 2010.

FALCÃO, Roberto Flores. **O marketing no Brasil: sua história e evolução**. 2014. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

GUEDES, Anibal Lopes; GUEDES, F. L.; HÖLBIG, C. A. Uso de técnicas de marketing digital no comércio electrónico. **Passo Fundo: Editora da UPF**, 2001.

IMPORTÂNCIA do Marketing Digital. Disponível em: <<https://resultadosdigitais.com.br/blog/importancia-do-marketing-digital/>>. Acesso em: 22 ago. 2017.

ONU. Organização das Nações Unidas. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/no-brasil-quase-60-das-pessoas-estao-conectadas-a-internet-afirma-novo-relatorio-da-onu/>>. Acesso em: 22 ago. 2017.