

## MARKETING DIGITAL COMO FERRAMENTA DE PERSUASÃO: ESTUDO DE CASO *E-COMMERCE* MAGAZINE LUIZA

Pesquisadoras: BALESTRIN, Vanessa Angélica  
DARIGO, Ester Bruna

Este presente trabalho tem por objetivo geral entender o Marketing Digital, ligado ao processo de compra *on-line*, o *e-commerce* e o relacionamento com os consumidores. Apresenta o estudo de caso do *e-commerce* Magazine Luiza, com o objetivo de identificar e analisar cada mídia utilizada e a influência destas no processo de compra *on-line*. Diante desse novo cenário comercial, o Comércio Eletrônico surgiu com a inovação nos processos de negócio em vários setores econômicos. Com o surgimento da internet e as mudanças no perfil de compra dos consumidores muitas empresas perceberam oportunidades de expandir seus negócios. Diante disto, os profissionais de marketing precisam adequar-se às teorias fundamentais do comércio real para atender às necessidades desse novo mercado. Pode-se analisar que a interação do Marketing Digital com o cliente deve ser estratégica e gerar relacionamento, fazendo com que o cliente se sinta único, demonstrando que o Magazine Luiza se importa com a comunicação individualizada e com a satisfação do consumidor.

Palavras-chave: Comunicação. *E-Commerce*. Marketing. Mídias sociais.

vanessa.balestrin@unoesc.edu.br

esterbruna\_@hotmail.com

