

INVESTINDO EM MARKETING E DIFERENCIAÇÃO DE SERVIÇOS DIGITAIS ODS (8,9,12 e 17)

Diegho Dolcinotti (Universidade de Taubaté)
Prof. Ms. Paulo Henrique Costa Sodré (Universidade de Taubaté)

O cenário empresarial contemporâneo é marcado por intensa competitividade e por rápidas mudanças no comportamento do consumidor, o que impõe novos desafios às organizações. Nesse contexto, o marketing estratégico aliado à diferenciação de serviços torna-se elemento indispensável para a construção de vantagem competitiva sustentável. Este estudo tem como objetivo propor estratégias de captação de clientes e aumento da visibilidade no mercado, buscando contribuir para o fortalecimento da competitividade empresarial e a prevenção de prejuízos financeiros.

A metodologia adotada baseou-se em pesquisa bibliográfica, contemplando autores clássicos e contemporâneos do marketing, e em análise comparativa de práticas de posicionamento e divulgação utilizadas por pequenas e médias empresas. Para complementar, foi realizada uma simulação em empresa fictícia do setor de serviços, permitindo observar a aplicação prática dos conceitos levantados.

Os resultados obtidos indicam que a implementação de estratégias digitais, como a consolidação da presença online, o uso do marketing de conteúdo, o investimento em tráfego pago e a utilização estratégica das redes sociais, amplia significativamente a visibilidade das marcas. Além disso, a adoção de diferenciais de atendimento, personalização das interações e valorização da experiência do cliente mostram-se essenciais para a fidelização e retenção de consumidores, aspectos que fortalecem a reputação e a perenidade das empresas.

Conclui-se que o investimento em marketing estratégico e diferenciação de serviços digitais não apenas potencializa a competitividade organizacional, mas também favorece a criação de valor percebido pelo cliente, consolidando o posicionamento de mercado. Assim, tais práticas revelam-se decisivas para que empresas, especialmente de pequeno e médio porte, alcancem crescimento sustentável e se adaptem com eficiência às dinâmicas de mercados em constante transformação.

Palavras-chave: Marketing estratégico; Diferenciação de serviços; Competitividade; Fidelização.