

7º Simpósio FATEB 2025

INSCRIÇÕES ABERTAS!

TEMA: **CIÊNCIA ABERTA & ATUAÇÃO INTERPROFISSIONAL**

- ✓ **ABERTO A TODAS AS INSTITUIÇÕES**
- ✓ **PUBLICAÇÃO DOS ANAIS EM E-BOOK COM ISBN**

13 de Outubro

WWW.FATEB.BR

Fumdeb
Fundação Municipal de Ensino de Birigui

FATEB
FACULDADE DE CIÊNCIAS E TECNOLOGIAS DE BIRIGUI

**OBSERVATÓRIO
DE POLÍTICAS PÚBLICAS
FATEB**



A UTILIZAÇÃO DE ESTRATÉGIAS DE TRÁFEGO PAGO PARA AUMENTAR AS VENDAS: um estudo em uma micro empresa de Birigui-sp

Kaiki Gabriel De QUEIROZ
Faculdade de Ciências e Tecnologias de Birigui - FATEB
e-mail: kaikiw7@gmail.com

Cláudio Braz de FIGUEIREDO
Faculdade de Ciências e Tecnologias de Birigui – FATEB
e-mail: claudiogerente_16@hotmail.com

RESUMO

Esta pesquisa foi desenvolvida na disciplina “TCC” com os alunos da 3º Série do curso de Marketing, do ano de 2025 de uma instituição de ensino localizada no interior do estado de São Paulo. Tem por justificativa esclarecer a importância da utilização de estratégias de tráfego pago para comunicação e aumento de vendas de uma empresa. Objetivando mostrar os principais conceitos acerca do marketing digital, o marketing 4.0, o consumidor 4.0, as estratégias de comunicação digital, utilização do tráfego pago e os benefícios e desafios da utilização do tráfego pago. Culminando em uma investigação sobre: Quais os benefícios e desafios da utilização do tráfego pago para conquistar, fidelizar clientes e consequentemente aumentar as vendas? Como metodologia adotou-se uma abordagem qualitativa, desenvolvendo-se como uma pesquisa bibliográfica, tomando como base autores renomados no campo da temática abordada e pesquisa de campo através de estudo de caso em uma empresa. Assim, foi possível esclarecer que a utilização do tráfego pago proporciona um maior alcance do público alvo, maior facilidade de implementação pela empresa em decorrência dos custos reduzidos, bem como o aumento do número de vendas. Contrapondo, a concorrência acirrada entre as empresas, a dependência das plataformas e seus algoritmos e a fadiga de anúncios que resulta na redução da taxa de cliques. A culminância do artigo deu-se pela apresentação em sala de aula em formato de seminários.

Palavras-chave: Vendas; estratégia; marketing.