ESTRATÉGIAS DE MARKETING DIGITAL PARA ATRAIR CLIENTES: UM ESTUDO DE CASO EM UMA FARMÁCIA NO MUNICÍPIO DE ITAITUBA-PA

Erick Conceição Silva[1]; Maria Luisa Freiras Da Silva[2]; Ana Paula Maffezzolli[3]

RESUMO: **Tema**. A pesquisa refere-se a um Trabalho de Conclusão de Curso em andamento, dessa forma introduz ao marketing digital e a sua importância do marketing presente nas redes sociais, buscando inovação e uma conexão de relacionamento com o consumidor, trazendo como a influência através dessas ferramentas digitais trazem uma visão mais otimizada e engajada nos meios de comunicações, abrangendo a devida relevância do comportamento do marketing digital na sociedade contemporânea. **Justificativa:** O tema pressuposto justifica-se pela importância das estratégias de marketing para atrair clientes, buscando em um cenário competitivo na melhoria contínua e em sua comunicação externa nas redes sociais, onde empresa e cliente, mostrar que as ferramentas certas, faz uma organização não explora apenas de uma forma o marketing, assim aperfeiçoar as suas forças e melhorar as suas fraquezas dentro do ambiente digital. **Objetivo:** como objetivo geral, será analisar os desafios das estratégias de marketing digital na visibilidade e fortalecimento da marca em uma farmácia localizada no município de Itaituba/PA. Tem como objetivos específicos: Analisar qual o marketing digital a empresa utilizar e identificar os principais desafios enfrentados para atrair clientes, Analisar o impacto das ferramentas online no alcance de clientes e Identificar as principais ferramentas e canais de marketing digital são utilizados pela farmácia estudada no município de Itaituba. **Metodologia:** Será utilizado a pesquisa exploratória, bibliográfica e estudo de caso com abordagem qualitativa, para a coleta de dados, será aplicado questionário com gestor da empresa no segundo semestre de 2026. **Resultados esperados:** De acordo com a pesquisa que está em processo de andamento, espera-se responder como o marketing digital introduzido dentro de uma empresa gera resultados positivos através de uma entrevista semiestruturada com a

[1] Acadêmico do 7º período do Curso de Administração da Faculdade de Itaituba. E- mail: nunodelux@gmail.com
[2] Acadêmica do 7º período do Curso de Administração da Faculdade de Itaituba. E- mail: marialuisaitb1@gmail.com
[3] Orientadora: Ana Paula Maffezzolli. E-mail: anaitb@hotmail.com

equipe de marketing, obtendo resultados como as principais ferramentas de marketing digitais e como os consumidores se sentem influenciados. **Considerações Finais:** De acordo com o referencial teórico, conclui-se que o marketing digital é essencial para as empresas que desejam crescer e se destacar no mercado, principalmente por meios de estratégias digitais em que é possível aumentar a visibilidade da marca para alcançar um público de forma eficiente.

Palavras-chave: Estratégias de marketing. Redes sociais. Marketing digital.