

LEBLON PENÍNSULA: a utilização de estratégias de marketing digital como forma de atração e fidelização de consumidores¹

Paloma Marão Felix Trinta²

Raul Loiola Coêlho Dias³

RESUMO

A *gourmetização* do consumo é percebida em destaque no segmento de Bares e Restaurante e tal fenômeno foi acompanhado pelo processo da criação de um Cluster de bares e restaurantes na área da Península, em São Luís-MA. Com isso, este estudo buscou compreender: como as estratégias de marketing digital influenciam a atração e fidelização dos consumidores nos bares e restaurantes da Península? Trata-se de uma pesquisa aplicada que é classificada como estudo de caso, cujo caráter é descritivo, de abordagem qualitativa, que faz uso da pesquisa bibliográfica e documental para compreender e avaliar as estratégias de cada estabelecimento em estudo. Foram analisadas as postagens do Instagram de 16 estabelecidos da região em questão. Como resultado, observou-se que todos os bares e restaurantes da Península adotam as estratégias de postagens no *feed* e postagens nos *stories* do Instagram para garantir ao cliente experiência, qualidade, status e significado. Os bares e restaurantes que estão localizados no interior da Península, contudo, utilizam as mídias sociais como meio para estimular o consumo por fatores fisiológicos e pela socialização dos consumidores. Os bares na região litorânea da Península, por sua vez, adotam as estratégias de marketing digital para fomentar o consumo por Status e são mais propensos a incentivar o marketing de influência para garantir a atração e retenção de consumidores. Conclui-se, assim, que as estratégias de marketing digital são amplamente utilizadas pelos bares e restaurantes em questão e que o objetivo central destas estratégias é induzir o consumo em “bando” dos consumidores.

Palavras-chave: Estratégias de Marketing Digital. Consumo por Status. Experiência. Qualidade. Captação e Fidelização de Clientes.

¹ Artigo proveniente de Trabalho de Conclusão do curso de Administração do Centro Universitário UNDB.

² Discente de Administração no Centro Universitário UNDB, palomatrinta_30@hotmail.com.

³ Orientador, Mestre em Gestão Empresarial, docente no Centro Universitário UNDB, raul.dias@undb.edu.br.

⁴ Apresentação do trabalho disponível em <https://youtu.be/Wb4oWrdEMXc>