



O MARKETING DIGITAL COMO ESTRATÉGIA DE CRESCIMENTO EMPRESARIAL

Ana Cecilia Chaves de Sousa (anacecchaves@gmail.com)

Raimundo Pedro Justino de Orlanda (pedro.orlanda@flucianofeijao.com.br)

Introdução – O marketing, entendido como o processo pelo qual as empresas criam valor para os clientes e constroem relacionamentos sólidos, visando capturar valor em troca (Bazanini e Zanuto, Revista Brasileira de Marketing, 59-84, 2010), se consolidou como uma importante ferramenta para o sucesso empresarial. Em um ambiente econômico globalizado e altamente competitivo, como as empresas podem utilizar o marketing digital para maximizar seu crescimento? Com a evolução do marketing, a abordagem transacional deu lugar a uma visão centrada no cliente, englobando pesquisa de mercado, desenvolvimento de produtos, precificação e distribuição (Mulyana; Rudiana; Taufiq, Polish Journal of Management Studies, 20:305-217, 2019). **Objetivo** – Analisar o papel estratégico do marketing digital no crescimento empresarial, destacando como essas abordagens promovem a criação de valor, fortalecem os laços com os clientes e posicionam as empresas de forma competitiva no mercado. **Métodos** – A pesquisa adotou uma abordagem qualitativa com caráter exploratório, pautada em revisão narrativa de literatura. Foram analisados artigos acadêmicos e estudos de caso que investigam a aplicação de estratégias de marketing digital e de relacionamento em empresas de diferentes setores. Buscou-se identificar os principais benefícios e desafios dessas estratégias para o crescimento sustentável dos negócios. **Resultados** – Empresas que utilizam estratégias de marketing baseadas na co-criação de valor, apoiadas pelo engajamento dos consumidores, obtêm uma vantagem competitiva significativa. A co-criação de valor, em que consumidores e empresas colaboram ativamente, resulta em maior lealdade e fortalecimento da marca (Bazanini e Zanuto, Revista Brasileira de Marketing, 59-84, 2010). Além disso, o marketing digital tem permitido uma segmentação mais precisa e uma comunicação direta com os consumidores, promovendo uma experiência personalizada que aumenta a retenção de clientes e as vendas. Entre os principais benefícios observados estão uma compreensão mais profunda do comportamento do consumidor, um fortalecimento da relação marca-consumidor, aumento da lealdade e um impacto positivo no retorno sobre o investimento (ROI). As empresas que investem na co-criação de valor e no marketing digital, portanto, destacam-se pela capacidade de inovar e se adaptar rapidamente às dinâmicas de mercado, fortalecendo sua posição competitiva (Mulyana; Rudiana; Taufiq, Polish Journal of Management Studies, 20:305-217, 2019). **Conclusões** – O marketing é fundamental para o sucesso das empresas, indo além da simples promoção de produtos. Ele impulsiona o crescimento organizacional, fortalece

o relacionamento com os clientes e promove a inovação. Empresas que investem estrategicamente em marketing digital ganham competitividade, fidelizam consumidores e alcançam sucesso em novos mercados, enquanto as que não adotam essas estratégias perdem oportunidades de crescimento e inovação.

Palavras-chave: Marketing, Empresas, Competitividade, Mercado, Inovação.