



KPIS COMO CATALISADORES DO CRESCIMENTO EMPRESARIAL: OTIMIZANDO ESTRATÉGIAS DE MARKETING NO SEGMENTO DE MODA

Iuri Costa Portela (iury.costa14portela@gmail.com)

Ellen Victor da Silva (ellenvdasilva@hotmail.com)

Maria Rayssa Gomes Menezes (raissacoreau@gmail.com)

Kelly Moreira da Silva Costa (kelsilva.3536@gmail.com)

Jesus Sousa Gomes (sousa.jesus2005@gmail.com)

Rogeane Morais Rodrigues (rogeane.morais@flucianofejiao.com.br)

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

Introdução - O mercado da moda, caracterizado por sua rápida evolução e alta competitividade, exige das empresas estratégias de marketing que não apenas acompanhem tendências, mas que também sejam mensuráveis e ajustáveis. Nesse cenário, os KPIs (Indicadores-Chave de Desempenho) são ferramentas essenciais para monitorar o desempenho das campanhas e otimizar o retorno sobre o investimento (ROI). Os KPIs se concentram na melhoria estratégica e operacional, permitindo a análise para tomar decisões e ajudando a focar no que realmente importa (GHAHREMANI-NAHR *et al.*, Revista internacional de inovação em elementos de marketing, v:1 - 4, 2021.) **Objetivo** - Investigar, por meio de uma revisão narrativa da literatura, o papel dos KPIs na otimização das campanhas de marketing e na promoção do crescimento de empresas do setor de moda, com foco em eficiência e resultados mensuráveis. **Métodos** - Foram realizadas pesquisas de caráter bibliográfico, com embasamento teórico a partir de fontes como artigos científicos, sendo uma revisão narrativa de literatura desenvolvida uma abordagem qualitativa. **Resultados** - A revisão evidenciou que as empresas de moda que utilizam KPIs de forma estratégica conseguem otimizar suas campanhas de marketing, alcançando melhores resultados. É essencial que as empresas compreendam o funcionamento e os resultados gerados pelas ferramentas, e assim, possam tomar decisões embasadas (Sousa, Revista Fatec Sebrae em debate-gestão, tecnologias e negócios, 11:20 - 214, 2024). Ou seja, empresas que monitoram a taxa de conversão e o engajamento nas redes sociais e em seus sites conseguem ajustar suas campanhas com mais precisão, resultando em melhorias significativas no desempenho das suas estratégias de marketing. Além disso, o uso de KPIs ajuda as empresas a identificar as preferências dos consumidores, permitindo uma personalização mais eficaz das campanhas para captação ou para manter um cliente fiel ao seu produto, mas também a uma resposta mais ágil às mudanças nas tendências de moda. **Conclusões** - Os KPIs são ferramentas essenciais para otimizar estratégias de marketing digital no segmento de moda, permitindo uma gestão mais eficiente e baseada em dados. Empresas que adotam uma abordagem orientada por KPIs conseguem não apenas melhorar seu desempenho de marketing, mas também se adaptar mais rapidamente às demandas do mercado, impulsionando o crescimento sustentável. Estudos futuros podem explorar como os KPIs podem ser aplicados em nichos específicos dentro do setor de moda.

Palavras-chave: KPIs, Moda, Crescimento Empresarial, Estratégias de Marketing, ROI