



IF MAIS EMPREENDEDOR: APOIO E ACESSORAMENTO NA IMPLEMENTAÇÃO DE ESTRATÉGIAS DE MARKETING DIGITAL

JARDIM, A. C. S.¹; COSTA, L. R.²; NEVES, L. O. F.¹

¹Docente do IFNMG - Campus Teófilo Otoni; ²Técnico-Administrativo em Educação do IFNMG - Campus Teófilo Otoni.

Este resumo tem como objetivo apresentar os resultados parciais do Projeto de Extensão Apoio e Assessoria na Implementação de Estratégias de Marketing Digital, vinculado ao Programa IF Mais Empreendedor 2023, contemplado pelo Edital nº 36/2023. O Projeto visa oferecer apoio e orientação aos micro e pequenos empreendedores, microempreendedores individuais (MEI) e produtores locais na elaboração e direcionamento de ações estratégicas que permitam enfrentar os desafios atuais e se estruturarem para atuar em um novo mercado pós-pandemia. Seu desenvolvimento engloba as seguintes etapas: 1) seleção e capacitação dos bolsistas; 2) seleção e divulgação das empresas participantes; 3) diagnóstico empresarial; 4) levantamento de documentos e informações; 5) sugestões de melhoria e Plano de Ação; 6) monitoramento e implementação de melhorias; 7) elaboração do relatório final e prestação de contas. Esses procedimentos foram aplicados às 7 empresas participantes do Projeto, no entanto, em razão da limitação de espaço deste trabalho, apresenta-se os resultados de uma das empresas participantes na área de vestuário e acessórios voltada ao público infanto-juvenil, MEI e atuante no mercado de Teófilo Otoni há 14 meses. Para tanto, adota-se a abordagem qualitativa (Gressler, 2004) e descritiva (Gil, 2008) do objeto investigado, tendo nos documentos pertinentes ao seu registro o material de análise por meio do raciocínio teórico-indutivo. Executada as etapas 1 e 2 da metodologia do Projeto, a etapa 3 foi conduzida pelos discentes e acompanhada pela Coordenadora que, mediante aplicação de Questionário aos responsáveis pelo empreendimento, identificou ausência de posicionamento nas Redes Sociais e de produção de conteúdo, do seu acompanhamento por meio de métricas apropriadas provenientes da falta de conhecimento e prática da proprietária, bem como no domínio das ferramentas e tecnologias aplicáveis. Além disso, constatou-se a falta de um portfólio digital dos produtos comercializados e do uso adequado do *WhatsApp Business*. A fim de solucionar os problemas identificados, um Plano de Ação foi elaborado com a utilização da ferramenta 5W2H, resultando em um conjunto de ações estratégicas para implementação entre junho e outubro de 2023, a saber: treinamento dos responsáveis pela criação de conteúdo e gerenciamento das redes sociais, com definição de cronograma de postagem e acompanhamento de métricas KPIs; criação de catálogo dos produtos comercializados e configuração do *WhatsApp Business*. Embora tenha ocorrido imprevistos na criação do catálogo de produtos, o cronograma estabelecido seguiu de forma tempestiva, com reuniões regulares e treinamento no tempo apropriado. As estratégias foram essenciais para que a empresa se orientasse melhor em seus esforços de Marketing Digital, melhorando o desempenho nas Redes Sociais, com resultados promissores em termos de engajamento com consumidores e seguidores, bem como para garantir um retorno sobre o investimento (ROI) positivo. O acompanhamento dos *feedbacks* e resultados foram fundamentais para medir o desempenho e acompanhar o progresso; para orientar os ajustes e melhorias implementadas, e assim garantir uma presença consistente e autêntica em todas as Redes Sociais do empreendimento.

Palavras-chave: Empreendedorismo, Marketing Digital, IFNMG.

*E-mail do autor principal: ana. sa@ifnmg.edu.br