



IRAN RODRIGUES SILVEIRA FILHO

**ASSESSORIA DE MARKETING DIGITAL E O FUTURO DA
PUBLICIDADE ONLINE**

LAVRAS – MG

2023

IRAN RODRIGUES SILVEIRA FILHO

**ASSESSORIA DE MARKETING DIGITAL E O FUTURO DA
PUBLICIDADE ONLINE**

Relatório de estágio supervisionado apresentado à Universidade Federal de Lavras, como parte das exigências do Curso de Administração, para obtenção do título de Bacharel.

Prof.º Daniel Carvalho de Rezende
Orientador

LAVRAS - MG

2023

IRAN RODRIGUES SILVEIRA FILHO

**ASSESSORIA DE MARKETING DIGITAL E O FUTURO DA
PUBLICIDADE ONLINE**

Relatório de estágio supervisionado apresentado à Universidade Federal de Lavras, como parte das exigências do Curso de Administração, para obtenção do título de Bacharel.

APROVADO em 14 de Dezembro de 2023.

Dr. Daniel Carvalho de Rezende UFLA

Dr. Joel Yutaka Sugano UFLA

Prof.º Daniel Carvalho de Rezende

Orientador

LAVRAS - MG

2023

RESUMO

O estágio supervisionado em Administração é essencial para combinar teoria e prática, particularmente no setor em crescimento do marketing digital. A experiência em uma empresa inovadora de marketing digital permite aos estudantes aplicar conhecimentos teóricos em um contexto prático, desenvolvendo habilidades relevantes para o mercado. Este relatório destaca a importância do estágio na formação acadêmica e profissional, preparando estudantes para os desafios do dinâmico setor de publicidade online. A empresa Feeling Marketing Digital é destacada por sua trajetória de sucesso e abordagem inovadora no setor de marketing digital, adaptando-se continuamente às mudanças do mercado. Sua missão é capacitar empresas para maximizar seu potencial no mercado digital, oferecendo soluções personalizadas e orientadas por dados para aumentar a visibilidade e o engajamento online. Com valores centrados na inovação, orientação para o cliente, integridade, excelência e trabalho em equipe, a empresa aspira a ser líder no setor, estabelecendo-se como parceiro indispensável para o sucesso online de seus clientes. Durante o estágio na Feeling Marketing Digital, foram desenvolvidas atividades em várias áreas fundamentais da gestão de marketing digital, integrando teoria acadêmica com prática de mercado, desde a gestão empresarial até estratégias de marketing e vendas. A experiência incluiu a execução de tarefas como gestão de tráfego, copywriting, análise de dados, SEO, planejamento estratégico, pesquisa de mercado e desenvolvimento de relacionamentos com clientes, fornecendo uma visão abrangente dos processos técnicos em uma empresa de marketing digital. O estágio na Feeling Marketing Digital foi uma etapa crucial na minha formação profissional, permitindo aplicar e expandir os conhecimentos do curso de Administração em um ambiente prático e dinâmico de marketing digital. A experiência proporcionou um entendimento profundo do funcionamento interno de uma empresa de marketing digital e foi fundamental para o desenvolvimento de habilidades práticas e para definir minha direção profissional no campo da administração e marketing digital.

Palavras-chave: Assessoria. Marketing Digital. Publicidade Online.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	5
2 DESCRIÇÃO GERAL DO LOCAL DE ESTÁGIO	6
2.1. HISTÓRICO DA EMPRESA.....	6
2.2. CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA	7
2.3. MISSÃO, VISÃO E VALORES	8
3 DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS.....	10
4 DESCRIÇÃO DOS PROCESSOS TÉCNICOS	14
4.1. Gestão da empresa como um todo.....	14
4.2. Marketing	15
4.3. Vendas	15
4.4. Vendas Online	16
4.5. Gestão de Tráfego (fazer anúncios e campanhas publicitárias)	17
4.6. Copywriting.....	18
4.7. Análise de Dados e métricas.....	20
4.8. Implementação de ferramentas de gestão.....	21
4.9. Planejamento estratégico	22
4.10. Planejamento de marketing	23
4.11. Pesquisa de Mercado	24
4.12. Designer gráfico e desenvolvimento web.....	24
4.13. Produção de conteúdo.....	25
4.14. Otimização dos mecanismos de busca (SEO)	26
4.15. Prospecção de Clientes	26
4.16. Implementação de CRM.....	27
4.17. Email Marketing	28
4.18. Contato com cliente (alinhamento de expectativa, atendimento, acompanhamento e cobrança)	28
4.19. Definição e elaboração de processos	30
5 SUGESTÕES AOS PROBLEMAS IDENTIFICADOS.....	31
6 CONCLUSÃO.....	33
REFERÊNCIAS	34
ANEXOS.....	31

1 INTRODUÇÃO

O estágio supervisionado emerge como uma etapa fundamental na formação acadêmica, especialmente no curso de Administração, por proporcionar uma imersão prática que complementa a teoria aprendida em sala de aula. Este relatório foca no estágio realizado em uma empresa de assessoria de marketing digital, um setor de crescente importância no cenário mundial. O marketing digital, em seu espectro global, tem revolucionado a forma como as empresas se comunicam com seus públicos, impulsionado principalmente pela expansão da internet e das tecnologias digitais. Este fenômeno é também notável no Brasil, onde o setor tem experimentado um crescimento robusto, refletindo as tendências globais e adaptando-se às peculiaridades locais.

Ao nível regional, a empresa em questão destaca-se por sua abordagem inovadora e adaptativa, alinhando estratégias de marketing digital às necessidades específicas do mercado local. Neste contexto, o papel do administrador, como um profissional versátil e estratégico, torna-se essencial. A formação em Administração oferece um leque amplo de conhecimentos que são fundamentais para o entendimento e a eficaz atuação no setor de marketing digital, especialmente considerando o futuro da publicidade online, marcado por constantes inovações e mudanças de paradigmas.

A realização do estágio supervisionado, regulamentada no Brasil pela Lei nº 11.788, de 2008, proporciona ao estudante de Administração a oportunidade de aplicar e aprofundar conhecimentos teóricos em um ambiente de trabalho real, desenvolvendo habilidades práticas e compreensão do mercado. No caso da assessoria de marketing digital, o estágio permite uma compreensão aprofundada das dinâmicas de publicidade online, desde o planejamento estratégico até a execução e análise de campanhas digitais, preparando o futuro administrador para os desafios e oportunidades que emergem neste setor em rápida evolução (BRASIL, 2008).

Portanto, este relatório de estágio não apenas documenta uma experiência prática valiosa, mas também reflete sobre a importância do estágio supervisionado como um marco no desenvolvimento profissional e acadêmico do estudante de Administração, especialmente em um setor tão dinâmico e fundamental para o cenário empresarial contemporâneo como é o marketing digital.

2 DESCRIÇÃO GERAL DO LOCAL DE ESTÁGIO

Nesse tópico, será apresentado uma análise detalhada da empresa Feeling Marketing Digital, o cenário do estágio supervisionado realizado no curso de Administração. Este segmento do relatório proporcionará uma visão holística da organização, começando com o histórico da empresa. Esta parte enfocará a jornada da Feeling Marketing Digital desde a sua fundação, explorando os marcos significativos em sua evolução e como ela se estabeleceu como um player influente no dinâmico campo do marketing digital. A narrativa histórica destacará as estratégias adotadas pela empresa para se adaptar às mudanças do mercado e como essas estratégias moldaram sua trajetória.

Prosseguindo, a caracterização da empresa fornecerá um panorama de sua estrutura atual, incluindo o tamanho da organização, os serviços oferecidos e seus mercados alvo. Esta seção também destacará como a Feeling Marketing Digital se posiciona no mercado, abordando aspectos como seu portfólio de clientes, principais competências e abordagens inovadoras adotadas para se manter à frente em um setor competitivo. Este exame detalhado ajudará a entender o contexto operacional no qual o estágio foi realizado, oferecendo insights sobre os desafios e oportunidades enfrentados por uma empresa de marketing digital na atualidade.

Sendo assim, o foco se voltará para a missão, visão e valores da Feeling Marketing Digital. Esta parte refletirá sobre os princípios orientadores que moldam a cultura organizacional da empresa e influenciam suas decisões estratégicas e operacionais. A missão descreverá o propósito central da empresa, enquanto a visão destacará suas aspirações de longo prazo. Os valores, por sua vez, ilustrarão os padrões éticos e as crenças fundamentais que direcionam as ações e comportamentos dentro da organização. Compreender esses elementos é crucial para apreciar como a empresa alinha suas operações com seus objetivos estratégicos, além de fornecer um contexto valioso para a experiência do estágio supervisionado.

2.1. HISTÓRICO DA EMPRESA

A empresa Feeling Marketing Digital, com seu estabelecimento no competitivo mercado de vendas online, ostenta uma trajetória notável de mais de três anos. Desde o seu início, a organização se posicionou com um objetivo claro e ambicioso: auxiliar empresas a multiplicarem seus faturamentos. Esta missão se tornou o cerne de suas operações e estratégias, definindo o caminho que a Feeling Marketing Digital seguiria ao longo dos anos.

Desde a sua concepção, a Feeling Marketing Digital identificou uma lacuna significativa no mercado: muitas empresas lutavam para adaptar suas estratégias de vendas ao mundo digital em rápida evolução. Reconhecendo essa necessidade, a empresa se lançou com a visão de ser não apenas um prestador de serviços de marketing digital, mas um parceiro estratégico para seus clientes. A ideia era ir além do marketing convencional, fornecendo soluções que integrassem tecnologia de ponta, análise de dados e estratégias de marketing inovadoras, tudo alinhado com o objetivo de impulsionar o crescimento de receita.

Ao longo dos anos, a Feeling Marketing Digital tem se destacado por sua capacidade de se adaptar rapidamente às mudanças no mercado de marketing digital. Isso inclui a adoção de novas tecnologias, a atualização contínua de suas estratégias para alinhar-se com as tendências emergentes e a personalização de seus serviços para atender às necessidades específicas de cada cliente. Sua abordagem centrada no cliente e orientada a resultados permitiu que a empresa construísse uma base sólida e respeitável no mercado, refletindo-se no sucesso contínuo e no crescimento dos negócios de seus clientes. A jornada da Feeling Marketing Digital é um testemunho de sua visão pioneira e de seu comprometimento em impulsionar o sucesso no universo digital.

2.2. CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

A caracterização da empresa Feeling Marketing Digital revela uma organização profundamente enraizada no dinâmico e inovador setor de marketing digital. Situada no coração de um mercado em constante evolução, a empresa se destaca por sua abordagem especializada e personalizada em estratégias de vendas online. Com uma equipe de profissionais altamente qualificados, a Feeling Marketing Digital é reconhecida por sua capacidade de oferecer soluções de marketing digital que não só atendem, mas frequentemente superam as expectativas de seus clientes.

O portfólio de serviços da empresa é vasto e abrangente, incluindo desde o marketing de conteúdo, gestão de mídias sociais, SEO (*Search Engine Optimization*), até campanhas de publicidade online. Essa diversidade de serviços permite à Feeling Marketing Digital atender a uma ampla gama de necessidades de negócios, tornando-a um parceiro valioso para empresas de diferentes tamanhos e setores. Seu compromisso em fornecer estratégias personalizadas significa que cada projeto é cuidadosamente adaptado para alinhar-se com os objetivos específicos do cliente, garantindo resultados mais eficazes e impactantes.

Além disso, a empresa se orgulha de seu uso de tecnologia e análise de dados de ponta. Essa orientação tecnológica permite à Feeling Marketing Digital não apenas acompanhar as tendências atuais, mas também antecipar mudanças futuras no mercado, posicionando-a sempre à frente da concorrência. Esta abordagem inovadora é evidente em suas estratégias de campanha, que utilizam dados para informar decisões, otimizar o desempenho e maximizar o retorno sobre o investimento para seus clientes.

Internamente, a Feeling Marketing Digital cultiva uma cultura de trabalho que valoriza a criatividade, o trabalho em equipe e a aprendizagem contínua. Esta cultura não só atrai talentos de alto calibre, mas também fomenta um ambiente onde ideias inovadoras podem florescer, contribuindo para o sucesso contínuo da empresa e de seus clientes. Em resumo, a Feeling Marketing Digital se estabelece não apenas como um prestador de serviços de marketing digital, mas como um verdadeiro parceiro estratégico para empresas que procuram prosperar no mundo digital.

2.3. MISSÃO, VISÃO E VALORES

A missão, visão e valores da Feeling Marketing Digital são elementos fundamentais que definem a identidade e o direcionamento estratégico da empresa, refletindo seu comprometimento com a excelência no campo do marketing digital.

A missão da Feeling Marketing Digital é empoderar empresas de todos os tamanhos para alcançarem seu máximo potencial no mercado digital. Isso é realizado através do fornecimento de soluções de marketing digital inovadoras e personalizadas, que visam não apenas aumentar a visibilidade e o engajamento online, mas também impulsionar o crescimento sustentável dos negócios. A empresa se dedica a transformar a presença digital de seus clientes, utilizando estratégias que são ao mesmo tempo criativas e orientadas por dados, garantindo resultados tangíveis e mensuráveis.

A visão da Feeling Marketing Digital é ser reconhecida como líder e referência no setor de marketing digital. A empresa aspira a ser a primeira escolha para negócios que buscam inovar e se destacar no ambiente digital, estabelecendo-se como um parceiro indispensável para o sucesso online. Esta visão é sustentada pela contínua busca por inovação, excelência no serviço e uma profunda compreensão das tendências emergentes do mercado, posicionando a empresa na vanguarda das transformações do marketing digital.

Os valores da Feeling Marketing Digital são a base sobre a qual a cultura corporativa e as práticas de negócios são construídas. Estes incluem: Inovação: Compromisso contínuo com

a inovação, tanto em termos de tecnologia quanto de estratégias de marketing, para fornecer soluções avançadas e eficazes. Orientação para o Cliente: Foco na criação de valor para os clientes, entendendo suas necessidades específicas e fornecendo serviços personalizados que atendam e superem suas expectativas. Integridade: Manter altos padrões éticos em todas as operações, garantindo transparência, honestidade e responsabilidade. Excelência: Busca constante pela excelência, assegurando que cada projeto seja executado com a máxima qualidade e eficiência. Trabalho em Equipe: Valorizar e fomentar um ambiente de trabalho colaborativo, onde a diversidade de ideias e a sinergia entre as equipes contribuem para o sucesso coletivo.

Estes três pilares missão, visão e valores não apenas orientam a Feeling Marketing Digital em suas operações diárias, mas também moldam a maneira como ela se relaciona com clientes, colaboradores e o mercado em geral, estabelecendo um padrão de excelência e inovação no setor de marketing digital.

3 DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS

O estágio na empresa Feeling Marketing Digital foi realizado entre os dias vinte e um de setembro de 2023 à dez de dezembro de 2023 correspondendo a uma carga horária de 40 horas semanais e 340 horas totais. O Quadro 1, apresenta quais foram as atividades realizadas pelo estagiário, faz uma breve apresentação do que cada uma representa, e traz o número total de horas vivenciadas.

Quadro 1 – Síntese das atividades realizadas.

ATIVIDADES REALIZADAS	DESCRIÇÃO	HORAS TOTAIS
Gestão da empresa como um todo	Supervisão e coordenação das operações diárias da empresa, envolvendo tomada de decisões e gerenciamento de recursos	17 H
Marketing	Desenvolvimento e implementação de estratégias de marketing para promover a marca e seus serviços	17 H
Vendas	Engajamento em atividades de vendas, incluindo negociação e fechamento de contratos com clientes	17 H
Vendas Online	Implementação de estratégias específicas para impulsionar vendas através de canais digitais	17 H
Gestão de Tráfego (fazer anúncios e campanhas publicitárias)	Criação e gerenciamento de anúncios e campanhas publicitárias para aumentar o tráfego para canais digitais	17 H
Copywriting	Produção de textos persuasivos para materiais de marketing, websites e campanhas publicitárias	17 H
Análise de Dados e métricas	Avaliação de dados e métricas para mensurar o desempenho de campanhas e estratégias de marketing	17 H
Implementação de ferramentas de gestão	Introdução de ferramentas de gestão para otimizar os processos operacionais e administrativos	17 H

Planejamento estratégico	Formulação de planos de longo prazo para direcionar o crescimento e o desenvolvimento da empresa	18 H
Planejamento de marketing	Criação de planos de marketing detalhados para atingir objetivos específicos	18 H
Pesquisa de Mercado	Realização de pesquisas para entender as tendências de mercado e as necessidades dos consumidores	18 H
Designer gráfico e desenvolvimento web	Criação de materiais gráficos e manutenção/atualização de websites	18 H
Produção de conteúdo	Desenvolvimento de conteúdo criativo e informativo para diferentes plataformas digitais	18 H
Otimização dos mecanismos de busca (SEO)	Implementação de estratégias de SEO para melhorar o ranking nos motores de busca	18 H
Prospecção de Clientes	Identificação e abordagem de potenciais clientes para novos negócios	18 H
Implementação de CRM	Configuração e utilização de sistemas de CRM para melhorar o relacionamento com clientes	18 H
Email Marketing	Criação e envio de campanhas de email marketing para engajar e informar a base de clientes	20 H
Contato com cliente (alinhamento de expectativa, atendimento, acompanhamento e cobrança)	Gerenciamento da comunicação com clientes, incluindo alinhamento de expectativas, atendimento, acompanhamento e cobrança	20 H
Definição e elaboração de processo	Estabelecimento e refinamento de processos internos para aumentar a eficiência operacional	20 H
TOTAL DE HORAS		340 H

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Durante o estágio supervisionado realizado na empresa Feeling Marketing Digital, as atividades desenvolvidas abrangeram uma ampla gama de áreas fundamentais para a gestão eficiente de uma organização focada em marketing digital. Estas atividades proporcionaram uma experiência prática valiosa, integrando conceitos teóricos aprendidos no curso de Administração com a realidade dinâmica do mercado de marketing digital.

A gestão da empresa como um todo foi uma das áreas de atuação, onde se observou a interação entre diferentes departamentos e a importância da coordenação eficaz para o sucesso organizacional. Neste âmbito, foi possível compreender a complexidade da gestão empresarial, abrangendo desde a tomada de decisões estratégicas até a implementação de processos operacionais.

No campo do marketing e vendas, as atividades incluíram a elaboração e execução de estratégias de marketing e vendas, tanto no ambiente físico quanto online. Isso envolveu a compreensão das nuances do marketing digital e a aplicação de técnicas de vendas adaptadas ao ambiente online. A gestão de tráfego, através da criação de anúncios e campanhas publicitárias, foi uma área particularmente enfatizada, exigindo habilidades criativas e analíticas para otimizar o alcance e a eficácia das campanhas.

O copywriting e a produção de conteúdo foram fundamentais para comunicar eficazmente com o público-alvo, enquanto a análise de dados e métricas permitiu uma avaliação quantitativa do desempenho das campanhas. A implementação de ferramentas de gestão e a otimização de mecanismos de busca (SEO) foram cruciais para melhorar a eficiência operacional e a visibilidade online, respectivamente.

O planejamento estratégico e de marketing envolveu a formulação de planos de longo prazo alinhados com os objetivos da empresa, enquanto a pesquisa de mercado forneceu insights valiosos sobre as tendências do setor e as preferências dos consumidores. As habilidades em design gráfico e desenvolvimento web foram aplicadas no desenvolvimento de materiais visuais atraentes e na manutenção de websites.

A prospecção de clientes e a implementação de CRM (Customer Relationship Management) foram essenciais para construir e manter relações com clientes. Isso foi complementado por atividades de email marketing e contato direto com clientes, abrangendo desde o alinhamento de expectativas até o acompanhamento e cobrança.

Por fim, a definição e elaboração de processos foram cruciais para garantir a eficiência e a eficácia das operações da empresa. Esta abrangente gama de atividades proporcionou uma experiência de estágio enriquecedora, oferecendo uma visão holística do funcionamento de uma empresa de marketing digital e preparando o estagiário para uma carreira bem-sucedida no

campo da administração.

4 DESCRIÇÃO DOS PROCESSOS TÉCNICOS

Neste tópico, será apresentada uma análise detalhada de cada uma das atividades específicas realizadas durante o estágio na empresa Feeling Marketing Digital. Esta seção visa desvendar os métodos e práticas adotadas nas diversas funções e responsabilidades assumidas, proporcionando uma visão clara dos processos técnicos envolvidos no dia a dia de uma empresa de marketing digital. Será explorado como cada tarefa foi executada, os desafios enfrentados e as soluções aplicadas para superá-los, refletindo a aplicação prática dos conhecimentos adquiridos no curso de Administração.

4.1. Gestão da empresa como um todo

Na atividade de Gestão da Empresa como um Todo realizada durante o estágio na Feeling Marketing Digital, o foco principal foi a compreensão e aplicação de conceitos fundamentais de administração geral e gestão estratégica. Essa atividade envolveu a observação e participação nas decisões estratégicas da empresa, planejamento de recursos, coordenação entre diferentes departamentos e análise do ambiente de negócios.

As teorias de administração clássicas, como os princípios de Fayol e a teoria burocrática de Max Weber, forneceram uma base teórica para entender a estrutura organizacional e a gestão eficiente. Além disso, conceitos modernos de gestão estratégica, como análise SWOT e planejamento baseado em cenários, foram aplicados para compreender o posicionamento da empresa no mercado e identificar oportunidades de crescimento (BENTO, 2020).

Essa experiência foi enriquecedora profissionalmente, pois permitiu a aplicação prática de teorias de administração e gestão em um ambiente empresarial real, oferecendo uma visão holística de como uma empresa opera e se adapta às mudanças do mercado. Foi particularmente desafiador e instrutivo observar como as decisões estratégicas são tomadas considerando as variáveis internas e externas que afetam a empresa.

Uma sugestão de melhoria seria a incorporação de ferramentas de gestão mais avançadas, como análise preditiva e big data, para melhorar o processo decisório. Além disso, a inclusão de práticas de gestão ágil poderia aumentar a eficiência operacional e a adaptabilidade da empresa às mudanças rápidas do setor de marketing digital.

4.2. Marketing

Durante o estágio na área de Marketing na Feeling Marketing Digital, a principal atividade executada envolveu a aplicação de teorias e práticas de marketing modernas para desenvolver e implementar estratégias eficazes de marketing digital. Esta tarefa foi fundamentada em conceitos teóricos como o mix de marketing (4 P's: Produto, Preço, Praça e Promoção) e a segmentação de mercado, essenciais para entender e atender às necessidades do público-alvo. Além disso, o estágio proporcionou uma oportunidade prática para explorar estratégias de marketing de conteúdo e inbound marketing, que se concentram na criação de conteúdo valioso para atrair e engajar clientes potenciais de forma orgânica (BENTO, 2020).

A execução dessas atividades revelou-se profundamente enriquecedora, proporcionando uma compreensão abrangente de como as estratégias de marketing são planejadas e implementadas em um ambiente de negócios real. Foi especialmente desafiador e educativo adaptar as teorias de marketing às necessidades específicas e dinâmicas do mercado digital, exigindo não só criatividade, mas também uma análise crítica constante para ajustar as estratégias conforme necessário (GONÇALVES, 2022).

Uma sugestão para melhoria seria a integração mais profunda de análises de dados e ferramentas de inteligência de mercado para refinar ainda mais a segmentação do público e a personalização das campanhas. Além disso, o aumento do uso de testes A/B em campanhas de marketing poderia oferecer insights mais precisos sobre a eficácia das diferentes abordagens, auxiliando na tomada de decisões baseadas em dados.

4.3. Vendas

No âmbito das vendas durante o estágio na Feeling Marketing Digital, a atividade principal envolveu o desenvolvimento e a execução de estratégias de vendas eficazes, tanto no ambiente tradicional quanto online. Essa tarefa foi fundamentada na teoria do funil de vendas, que é crucial para entender as etapas pelas quais um potencial cliente passa, desde o conhecimento inicial até a decisão de compra.

Além disso, técnicas de vendas consultivas foram aplicadas, enfocando a criação de valor para o cliente e o estabelecimento de um relacionamento de confiança, ao invés de apenas focar na transação de vendas. Esta abordagem é especialmente relevante no contexto do marketing digital, onde a compreensão das necessidades do cliente e a personalização da oferta são fundamentais (GOUVÊA, 2020).

A experiência em vendas mostrou-se extremamente valiosa do ponto de vista profissional, oferecendo insights práticos sobre como as estratégias de vendas são planejadas e executadas, e como elas se integram ao contexto mais amplo do marketing e da gestão de negócios. Foi desafiador adaptar as técnicas de vendas às particularidades do mercado digital, o que exigiu uma combinação de habilidades de comunicação, análise e criatividade.

4.4. Vendas Online

No estágio realizado na Feeling Marketing Digital, as vendas online se destacaram como uma atividade-chave, envolvendo a aplicação de estratégias específicas para o ambiente digital. Esta área concentrou-se em entender e aplicar o conceito de marketing digital para impulsionar vendas online.

As atividades basearam-se em teorias de comportamento do consumidor online e marketing digital, abrangendo a análise do percurso do cliente no ambiente digital, a criação de campanhas de marketing online direcionadas e a utilização de plataformas de e-commerce. Elementos como otimização de conversão e personalização da experiência do usuário foram essenciais para aumentar a eficácia das vendas online (MORAIS, 2021).

Esta experiência foi particularmente enriquecedora, pois proporcionou uma compreensão prática da interseção entre marketing e vendas no contexto digital. Foi desafiador adaptar teorias de vendas tradicionais ao ambiente online, que exige uma compreensão profunda das ferramentas digitais e do comportamento dos consumidores online.

Durante meu estágio na Feeling Marketing Digital, desenvolvi habilidades fundamentais na área de pesquisa de marketing. No primeiro estágio, foquei na análise de cenários de mercado, uma tarefa crucial para entender o ambiente em que a empresa e seus clientes operavam. Esta análise envolveu a coleta e interpretação de dados de mercado, avaliação de tendências e a identificação de oportunidades e ameaças, fornecendo uma base sólida para decisões estratégicas.

Posteriormente, me envolvi intensamente no planejamento estratégico, que consistiu em definir objetivos de marketing alinhados com as metas de negócios dos clientes da empresa. Esta fase requereu um entendimento profundo das necessidades e comportamentos do público-alvo, assim como a criação de estratégias para alcançá-los eficientemente. A colaboração com a equipe de design e copywriting foi essencial para desenvolver mensagens de marketing persuasivas e visualmente atraentes. Dessa forma, a Figura 1 apresenta o relacionamento e o passo a passo do trabalho em si.



Figura 1 - Relacionamento e Passo a Passo do Trabalho

Fonte: Acervo Pessoal, 2023

Finalmente, dediquei-me à mensuração e otimização dos resultados das campanhas de marketing. Esta atividade envolveu a análise contínua do desempenho das campanhas, utilizando ferramentas de análise de dados e KPIs relevantes. O ajuste e refinamento contínuos das estratégias com base nesses dados foram fundamentais para maximizar o retorno sobre o investimento e garantir a satisfação dos clientes com os serviços prestados pela empresa.

4.5. Gestão de Tráfego (fazer anúncios e campanhas publicitárias)

Durante o estágio na Feeling Mkt Digital, a gestão de tráfego, que envolve a criação e gerenciamento de anúncios e campanhas publicitárias, destacou-se como uma das atividades principais. Esta tarefa crucial foi baseada na compreensão e aplicação de conceitos de publicidade digital, como o targeting de audiência, otimização de campanhas e análise de retorno sobre o investimento (ROI). Sendo assim, a Figura 2 apresenta o layout do gerenciador de anúncios.

Custo por resultado	Valor usado	Valor de conversão da compra no site ↓	Retorno sobre o investimento em publicidade (ROAS) das compras feitas no site	Compras	Custo por compra	
R\$ 6,89 ^{DI} Por compra	R\$ 668,50	R\$ 12.672,85 ^{DI}		18,96 ^{DI}	97 ^{DI}	R\$ 6,89 ^{DI}
R\$ 7,42 ^{DI} Por compra	R\$ 415,73	R\$ 8.880,13 ^{DI}		21,36 ^{DI}	56 ^{DI}	R\$ 7,42 ^{DI}
R\$ 7,29 ^{DI} Por compra	R\$ 277,00	R\$ 6.436,93 ^{DI}		23,24 ^{DI}	38 ^{DI}	R\$ 7,29 ^{DI}
R\$ 13,05 ^{DI} Por compra	R\$ 574,18	R\$ 6.355,41 ^{DI}		11,07 ^{DI}	44 ^{DI}	R\$ 13,05 ^{DI}
R\$ 13,93 ^{DI} Por compra	R\$ 599,13	R\$ 4.841,20 ^{DI}		8,08 ^{DI}	43 ^{DI}	R\$ 13,93 ^{DI}
R\$ 19,47 ^{DI} Por compra	R\$ 623,07	R\$ 4.237,10 ^{DI}		6,80 ^{DI}	32 ^{DI}	R\$ 19,47 ^{DI}
R\$ 14,60 ^{DI} Por compra	R\$ 277,37	R\$ 3.859,72 ^{DI}		13,92 ^{DI}	19 ^{DI}	R\$ 14,60 ^{DI}
R\$ 20,97 ^{DI} Por compra	R\$ 272,63	R\$ 3.285,32 ^{DI}		12,05 ^{DI}	13 ^{DI}	R\$ 20,97 ^{DI}
R\$ 2,96 Por 1.000 pessoas alcançadas	R\$ 112,64	R\$ 3.197,13 ^{DI}		28,38 ^{DI}	29 ^{DI}	R\$ 3,88 ^{DI}
R\$ 3,10 Por 1.000 pessoas alcançadas	R\$ 127,97	R\$ 3.028,22 ^{DI}		23,66 ^{DI}	21 ^{DI}	R\$ 6,09 ^{DI}
R\$ 16,84 ^{DI} Por compra	R\$ 269,45	R\$ 3.018,31 ^{DI}		11,20 ^{DI}	16 ^{DI}	R\$ 16,84 ^{DI}
R\$ 16,93 ^{DI} Por compra	R\$ 304,75	R\$ 2.808,31 ^{DI}		9,22 ^{DI}	18 ^{DI}	R\$ 16,93 ^{DI}
R\$ 2,90 Por 1.000 pessoas alcançadas	R\$ 76,99	R\$ 2.628,55 ^{DI}		34,14 ^{DI}	20 ^{DI}	R\$ 3,85 ^{DI}
R\$ 3,16	R\$ 127,18	R\$ 1.967,66 ^{DI}		15,47 ^{DI}	15 ^{DI}	R\$ 8,48 ^{DI}
— Várias conversões	R\$ 10.461,92 Total usado	R\$ 107.640,14 ^{DI} Total		10,29 ^{DI} Média	804 ^{DI} Total	R\$ 13,01 ^{DI} Por ação

Figura 2- Layout Do Gerenciador De Anúncios

Fonte: Acervo Pessoal, 2023.

A prática envolveu o uso de plataformas de publicidade online, como Google Ads e Facebook Ads, onde as teorias de marketing digital foram aplicadas para criar campanhas efetivas que atraem e engajam o público-alvo, direcionando tráfego qualificado para os canais digitais da empresa (PEREIRA, 2018).

A experiência em gestão de tráfego foi extremamente enriquecedora, oferecendo uma compreensão detalhada do impacto das campanhas publicitárias online no sucesso geral das estratégias de marketing e vendas. Foi uma tarefa desafiadora, exigindo uma combinação de criatividade, análise crítica e adaptação contínua às tendências do mercado e às mudanças no comportamento do consumidor (SANTANA; CARDOSO, 2018).

Como sugestão de melhoria, a implementação de tecnologias de automação de marketing poderia aumentar a eficiência e a eficácia dessas campanhas. Além disso, a integração de análises avançadas e aprendizado de máquina para aperfeiçoar o targeting e personalização das campanhas poderia resultar em um melhor ROI e maior satisfação do cliente. Esta abordagem mais orientada a dados proporcionaria insights mais precisos para otimizar continuamente as campanhas e ajustar as estratégias conforme necessário.

4.6. Copywriting

O copywriting emergiu como uma atividade fundamental, envolvendo a criação de conteúdo textual persuasivo e atraente para diversos meios de comunicação digital. A essência desta tarefa residia na aplicação de princípios de psicologia do consumidor e técnicas de escrita criativa para desenvolver mensagens que ressoassem com o público-alvo.

Logo, foi criado no decorrer do processo uma copywriting com o objetivo de repassar uma mensagem persuasiva para um vídeo de vendas. Na mensagem em questão foram abordados gatilhos mentais e persuasão para a venda de produtos da empresa. O teste dessa copywriting foi feita em um vídeo publicado pela empresa (Figura 4).

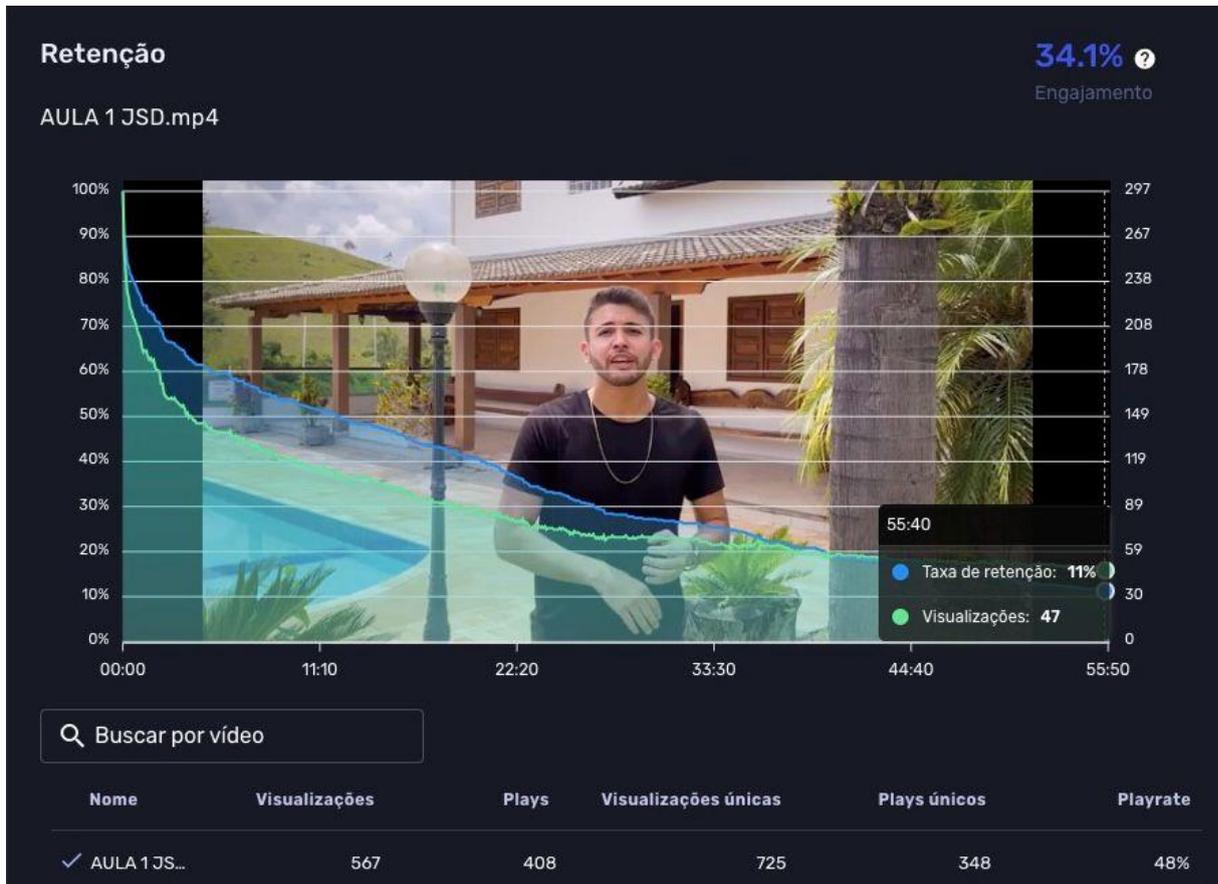


Figura 4 - Teste da Copywriting e seus resultados

Fonte: Acervo Pessoal, 2023.

Esta experiência de copywriting foi altamente enriquecedora, oferecendo uma visão prática sobre como a escolha certa das palavras e a narrativa adequada podem significativamente impactar o sucesso das campanhas de marketing e publicidade. Foi um desafio envolvente moldar mensagens que se alinhassem não apenas com os objetivos da empresa, mas também com as expectativas e interesses do público.

4.7. Análise de Dados e métricas

A análise de dados e métricas foi uma atividade essencial, centrada na coleta,

interpretação e utilização de dados para informar e aprimorar as estratégias de marketing e vendas. Esta tarefa foi fundamentada em teorias de análise de dados e inteligência de negócios, aplicando conceitos como KPIs (Key Performance Indicators) e analytics para medir o desempenho de campanhas de marketing, a eficácia das estratégias de vendas e o comportamento do consumidor. O processo envolveu o uso de ferramentas de análise de dados para coletar e analisar informações, permitindo uma compreensão aprofundada do impacto das ações da empresa e identificando áreas de melhoria (BENTO, 2020).

Esta experiência foi altamente enriquecedora e desafiadora. A capacidade de traduzir dados em insights acionáveis é uma habilidade crucial no ambiente de negócios moderno, e a prática direta com análises reais proporcionou uma compreensão prática dessa dinâmica. Foi particularmente desafiador aprender a interpretar corretamente os dados e evitar conclusões precipitadas, exigindo uma análise crítica e um pensamento estratégico (TOMÁS, 2020).

A implementação de técnicas mais avançadas de análise de dados, como a modelagem preditiva e o uso de big data, poderia ser uma valiosa adição ao processo, permitindo previsões mais precisas e estratégias de negócios mais informadas. Essa atividade não apenas aprimorou habilidades analíticas, mas também destacou a importância dos dados na tomada de decisões baseadas em evidências no mundo do marketing digital.

4.8. Implementação de ferramentas de gestão

A implementação de ferramentas de gestão foi uma atividade crucial, focalizada na introdução e utilização de sistemas para otimizar processos e melhorar a eficiência organizacional. Esta tarefa foi fundamentada em teorias de gestão operacional e sistemas de informação, envolvendo a seleção e aplicação de softwares de gestão empresarial, como sistemas de CRM (Customer Relationship Management) e ferramentas de automação de marketing. A atividade englobou desde a avaliação das necessidades da empresa e escolha da ferramenta mais adequada, até a configuração, treinamento da equipe e acompanhamento da implementação, garantindo que as ferramentas fossem bem integradas aos processos de negócios existentes (PEREIRA, 2018).

Esta experiência foi extremamente valiosa profissionalmente, proporcionando um entendimento prático de como a tecnologia pode ser empregada para melhorar as operações de negócios e a tomada de decisões. Foi desafiador alinhar as necessidades específicas da empresa com as funcionalidades das ferramentas disponíveis, exigindo uma compreensão detalhada dos processos internos e dos objetivos de negócios.

A incorporação de análises de feedback e o monitoramento contínuo do desempenho das ferramentas implementadas poderiam ser áreas de melhoria, assegurando que as ferramentas se mantêm relevantes e eficazes ao longo do tempo. Além disso, a integração das ferramentas de gestão com outras plataformas e sistemas em uso na empresa poderia aprimorar ainda mais a eficiência operacional e a coleta de dados. Esta atividade não só aprimorou habilidades técnicas e de gestão, mas também destacou a importância da adaptação e do aprendizado contínuo no ambiente empresarial dinâmico de hoje (BENTO, 2020).

4.9. Planejamento estratégico

O planejamento estratégico constituiu uma das atividades centrais, envolvendo a formulação de planos de longo prazo para orientar a direção da empresa. Esta tarefa foi embasada em teorias de gestão estratégica, que enfatizam a importância de definir objetivos claros, analisar o ambiente interno e externo da empresa e desenvolver estratégias para alcançar as metas estabelecidas.

A atividade incluiu a realização de análises SWOT (Forças, Fraquezas, Oportunidades, Ameaças) para identificar os fatores críticos que influenciam o negócio, bem como a definição de objetivos SMART (Específicos, Mensuráveis, Atingíveis, Relevantes, Temporais) para garantir que os planos estratégicos fossem práticos e focados (GONÇALVES, 2022).

Este processo de planejamento estratégico foi não apenas enriquecedor do ponto de vista profissional, mas também representou um desafio significativo, pois exigiu a aplicação de conceitos teóricos a situações de negócios reais. Foi necessário um entendimento profundo do mercado de marketing digital, bem como a capacidade de prever tendências futuras e adaptar estratégias de acordo (GOUVÊA, 2020).

Uma possível área de melhoria seria a implementação de uma abordagem mais iterativa e flexível no planejamento estratégico, permitindo ajustes rápidos em resposta às mudanças do mercado. Além disso, a integração de maior feedback dos funcionários em todos os níveis da organização durante o processo de planejamento poderia fornecer insights adicionais e promover um maior alinhamento e comprometimento com as estratégias definidas. Essa experiência proporcionou uma compreensão valiosa de como a visão estratégica é crucial para o sucesso e crescimento a longo prazo em um ambiente de negócios dinâmico.

Durante o estágio na Feeling Marketing Digital, o planejamento estratégico foi uma atividade central, baseada em teorias de gestão estratégica. Realizei análises SWOT para identificar fatores críticos que influenciam o negócio e estabeleci objetivos SMART, garantindo

planos práticos e focados. Este processo exigiu compreensão profunda do mercado de marketing digital e adaptação às tendências. Sugeri uma abordagem mais iterativa e inclusão de feedback dos funcionários para melhorar o planejamento estratégico. Essa experiência ressaltou a importância da visão estratégica para o sucesso em um ambiente de negócios dinâmico.

4.10. Planejamento de marketing

O planejamento de marketing foi uma atividade primordial, consistindo na elaboração de estratégias de marketing detalhadas para promover os produtos e serviços da empresa. Esta atividade se apoiou em teorias de marketing, como a análise das 4 Ps (Produto, Preço, Praça, Promoção), que orientaram a criação de planos de marketing eficazes e alinhados com os objetivos gerais da empresa. O processo envolveu a identificação do público-alvo, a determinação dos canais de marketing mais eficientes, e o desenvolvimento de mensagens de marketing e campanhas promocionais para alcançar e engajar esse público (MORAIS, 2021).

A experiência no planejamento de marketing foi extremamente valiosa, proporcionando um entendimento prático da importância de uma estratégia de marketing bem definida e como ela se integra ao sucesso global da empresa. Foi desafiador e enriquecedor aplicar conceitos teóricos em um ambiente de negócios real, exigindo criatividade, análise de mercado e capacidade de adaptação. Uma área de melhoria sugerida seria a incorporação de análises de dados mais robustas para refinar o entendimento do comportamento do consumidor e melhorar a segmentação de mercado (PEREIRA, 2018).

Além disso, a adoção de uma abordagem mais integrada de marketing omnichannel, combinando estratégias digitais e tradicionais, poderia aumentar o alcance e a eficácia das campanhas de marketing. Essa atividade destacou a interconexão entre análise de mercado, estratégia de marca e comunicação, essencial para o sucesso em marketing.

Durante o estágio na Feeling Marketing Digital, o planejamento de marketing foi uma tarefa primordial. Esta atividade envolveu a elaboração de estratégias de marketing baseadas nas 4 Ps (Produto, Preço, Praça, Promoção), identificação do público-alvo, determinação dos canais de marketing mais eficazes, e desenvolvimento de mensagens e campanhas promocionais. Foi um desafio aplicar teorias de marketing em um contexto real, requerendo criatividade e análise de mercado. Sugeri uma maior integração de análises de dados para aprimorar a segmentação de mercado e a adoção de uma abordagem omnichannel, combinando estratégias digitais e tradicionais, para otimizar o alcance e a eficácia das campanhas.

4.11. Pesquisa de Mercado

A realização de pesquisa de mercado foi uma atividade fundamental, desempenhando um papel crucial na compreensão das tendências do mercado, das necessidades dos consumidores e da posição competitiva da empresa. Esta tarefa envolveu a aplicação de métodos de pesquisa de mercado, como análises quantitativas e qualitativas, para coletar e interpretar dados relevantes. Esses dados foram utilizados para identificar oportunidades de mercado, compreender as preferências dos clientes e avaliar a eficácia das estratégias de marketing existentes. A teoria por trás dessa atividade incluiu conceitos de segmentação de mercado, análise de concorrência e comportamento do consumidor (SANTANA; CARDOSO, 2018).

A experiência de conduzir pesquisa de mercado foi extremamente valiosa, oferecendo insights práticos sobre como as informações de mercado são coletadas, analisadas e transformadas em ações estratégicas. Foi um desafio notável aprender a interpretar corretamente os dados e usá-los para fazer recomendações estratégicas informadas (SILVA; SILVA, 2020).

Uma sugestão para aprimoramento seria integrar tecnologias avançadas, como a inteligência artificial, para a coleta e análise de dados, aumentando a eficiência e a profundidade da pesquisa. Além disso, a adoção de uma abordagem mais contínua e dinâmica de pesquisa de mercado poderia ajudar a empresa a se manter atualizada com as rápidas mudanças do mercado. Esta atividade não só aprimorou habilidades analíticas e de pesquisa, mas também destacou a importância da pesquisa de mercado na formulação de estratégias de negócios eficazes.

4.12. Designer gráfico e desenvolvimento web

A atividade de designer gráfico e desenvolvimento web ocupou um papel significativo, combinando aspectos de design criativo com a funcionalidade técnica para melhorar a presença online da empresa. No campo do design gráfico, a tarefa envolveu a criação de elementos visuais atrativos, como gráficos, imagens e layouts para websites, mídias sociais e materiais de marketing. Esta atividade foi apoiada por princípios de design gráfico e teorias de comunicação visual, enfatizando a importância de criar designs que não apenas capturassem a atenção do público, mas também comunicassem efetivamente a mensagem da marca (TOMÁS, 2020).

Paralelamente, o desenvolvimento web focou na construção e manutenção de websites otimizados e responsivos. Este aspecto exigiu uma compreensão técnica de linguagens de

programação, como HTML, CSS e JavaScript, além de uma familiaridade com sistemas de gerenciamento de conteúdo (PEREIRA, 2018).

O desafio aqui estava em integrar habilidades de design e desenvolvimento para criar websites que fossem não apenas esteticamente agradáveis, mas também funcionais, fáceis de navegar e otimizados para motores de busca. Esta atividade se mostrou enriquecedora, proporcionando uma experiência prática valiosa na aplicação de teorias de design e desenvolvimento web em projetos reais. A implementação de práticas de design centradas no usuário e a adoção de abordagens mais ágeis no desenvolvimento web poderiam ser áreas de melhoria, garantindo que os projetos se mantivessem alinhados com as necessidades e expectativas do usuário final.

4.13. Produção de conteúdo

Na Feeling Marketing Digital, a produção de conteúdo foi uma atividade chave realizada durante o estágio, englobando a criação de material informativo e atrativo para diferentes plataformas digitais. Esta tarefa envolveu o desenvolvimento de uma variedade de conteúdos, incluindo posts para blogs, artigos, posts em mídias sociais e materiais para campanhas de marketing.

A produção de conteúdo foi baseada em teorias de comunicação e marketing de conteúdo, que enfatizam a criação de material relevante e valioso para atrair, engajar e reter um público definido, com o objetivo final de impulsionar a ação desejada do cliente. Esta abordagem se alinha com as estratégias de inbound marketing, que focam em atrair clientes através de conteúdo que ressoa com suas necessidades e interesses (PEREIRA, 2018).

A experiência de produzir conteúdo foi tanto desafiadora quanto enriquecedora, exigindo a habilidade de entender profundamente o público-alvo e criar mensagens que se conectassem efetivamente com ele. Foi necessário equilibrar criatividade com estratégia, garantindo que o conteúdo fosse não apenas interessante e envolvente, mas também alinhado com os objetivos de marketing da empresa. Uma área de melhoria sugerida seria a incorporação de técnicas avançadas de SEO (Search Engine Optimization) na produção de conteúdo, para aumentar a visibilidade online e o alcance (BENTO, 2020).

Além disso, a utilização de ferramentas de análise de dados para monitorar o desempenho do conteúdo e adaptar estratégias conforme necessário poderia aumentar significativamente a eficácia das iniciativas de marketing de conteúdo. Esta atividade ressaltou a importância crítica do conteúdo no cenário digital atual e ofereceu uma visão valiosa das

táticas eficazes de comunicação e engajamento de clientes.

4.14. Otimização dos mecanismos de busca (SEO)

A otimização dos mecanismos de busca (SEO) representou uma atividade crucial, focada em melhorar a visibilidade e o ranking dos websites da empresa nos resultados dos motores de busca. Esta tarefa envolveu a aplicação de técnicas de SEO, como a otimização de palavras-chave, a melhoria da qualidade do conteúdo, a estruturação eficiente dos sites e a construção de links (GONÇALVES, 2022).

O trabalho baseou-se em princípios de SEO e marketing digital, que ressaltam a importância de tornar o conteúdo online mais acessível e atraente para os algoritmos dos motores de busca, sem comprometer a experiência do usuário. Esta abordagem é essencial para atrair tráfego orgânico, que é vital para a visibilidade online e o sucesso geral das estratégias de marketing digital (MORAIS, 2021).

A experiência em SEO foi desafiadora, mas extremamente enriquecedora, proporcionando um entendimento prático das técnicas de otimização e de como elas impactam a presença online de uma empresa. Foi uma tarefa que exigiu uma combinação de habilidades técnicas e criativas, desde a análise de palavras-chave até a implementação de estratégias de conteúdo e a otimização de aspectos técnicos do site (GOUVÊA, 2020).

Como sugestão de melhoria, a integração de ferramentas avançadas de análise de SEO e a realização de testes A/B em diferentes elementos do site poderiam ajudar a refinar ainda mais as estratégias de otimização. Além disso, manter-se atualizado com as mudanças constantes nos algoritmos dos motores de busca é essencial para garantir que as técnicas de SEO sejam eficazes e relevantes. Esta atividade destacou a importância crítica do SEO no marketing digital e forneceu insights valiosos sobre estratégias eficazes para melhorar a visibilidade online e o alcance de um site.

4.15. Prospecção de Clientes

Na atividade de prospecção de clientes realizada na Feeling Marketing Digital, o foco era identificar e atrair potenciais clientes que poderiam se beneficiar dos serviços de marketing digital oferecidos pela empresa. Esta tarefa crucial envolveu a utilização de várias técnicas e ferramentas de marketing e vendas, incluindo pesquisa de mercado, networking, campanhas de marketing direcionadas e uso de plataformas de mídia social (PEREIRA, 2018).

A base teórica por trás dessa atividade englobou conceitos de vendas e marketing,

enfatizando a importância da segmentação do mercado, identificação de leads qualificados e o desenvolvimento de relações com potenciais clientes. A prospecção eficaz requer uma compreensão profunda do mercado-alvo da empresa e a capacidade de comunicar efetivamente o valor dos serviços oferecidos (SANTANA; CARDOSO, 2018).

A experiência de prospecção de clientes foi altamente enriquecedora, proporcionando habilidades práticas valiosas na identificação e abordagem de novos mercados. Foi uma tarefa desafiadora, que exigiu não só a aplicação de conhecimentos teóricos, mas também o desenvolvimento de habilidades de comunicação e persuasão.

Uma sugestão para aprimoramento seria a implementação de sistemas automatizados de gestão de relacionamento com o cliente (CRM) para gerenciar e analisar as interações com os potenciais clientes de forma mais eficaz. Além disso, o uso de análise de dados para identificar padrões e tendências no comportamento dos clientes poderia melhorar a eficiência da prospecção e a precisão na identificação de leads de alta qualidade. Esta atividade destacou a importância vital da prospecção na expansão dos negócios e no estabelecimento de uma base de clientes sólida no competitivo mercado de marketing digital.

4.16. Implementação de CRM

Durante o estágio na Feeling Marketing Digital, a implementação de um sistema de Gestão de Relacionamento com o Cliente (CRM) foi uma das principais atividades. Esta tarefa envolveu a seleção, configuração e integração de uma plataforma de CRM adequada às necessidades da empresa, facilitando a gestão eficiente das interações e relacionamentos com os clientes.

Baseando-se em teorias de marketing relacional e gestão de clientes, a atividade foi orientada pela compreensão de que um sistema de CRM eficaz pode melhorar significativamente a comunicação com os clientes, a segmentação de mercado, o acompanhamento de leads e a análise de dados de vendas. A implementação do CRM foi uma prática estratégica para aprimorar a capacidade da empresa de responder às necessidades dos clientes e de personalizar suas ofertas de serviço (SILVA; SILVA, 2020).

Essa experiência foi enriquecedora, proporcionando um entendimento prático da importância de sistemas de CRM na moderna gestão de empresas. Foi desafiador alinhar as funcionalidades do sistema com as estratégias específicas da empresa, exigindo uma análise detalhada dos processos de negócios e uma compreensão clara dos objetivos de marketing e vendas (TOMÁS, 2020).

Como sugestão para melhoria, a integração do CRM com outras ferramentas de análise de dados e plataformas de marketing digital poderia potencializar a eficácia da gestão de relacionamentos com clientes. Além disso, treinamentos regulares para a equipe sobre as funcionalidades e melhores práticas do CRM seriam úteis para maximizar o uso do sistema. Esta atividade ressaltou a relevância de tecnologias de CRM na otimização da experiência do cliente e na eficácia das operações de marketing e vendas (BENTO, 2020).

4.17. Email Marketing

A atividade de email marketing foi uma parte essencial das estratégias de marketing digital. Esta tarefa consistiu em criar, enviar e monitorar campanhas de email destinadas a informar, engajar e reter clientes. Baseando-se em teorias de marketing direto e comunicação digital, o processo envolveu a segmentação cuidadosa da base de clientes, a personalização das mensagens e a análise de métricas como taxas de abertura, cliques e conversões. O objetivo era utilizar o email marketing como uma ferramenta eficaz para alcançar diretamente o público-alvo, fornecendo conteúdo relevante e ofertas que incentivassem o engajamento e a fidelização (GONÇALVES, 2022).

A experiência com email marketing provou ser altamente enriquecedora, oferecendo uma compreensão prática da importância de comunicações diretas e personalizadas no estabelecimento de relacionamentos duradouros com os clientes. Foi desafiador equilibrar criatividade com eficácia, garantindo que os emails fossem não apenas atraentes e informativos, mas também otimizados para taxas de abertura e cliques (GOUVÊA, 2020).

Uma sugestão de melhoria seria a implementação de mais testes A/B para otimizar as campanhas e a utilização de automação de marketing para personalizar ainda mais as comunicações com os clientes em diferentes estágios do funil de vendas. Além disso, integrar análises mais profundas e feedback dos clientes poderia ajudar a refinar a estratégia de email marketing. Esta atividade destacou o valor do email marketing como uma ferramenta poderosa para construir relacionamentos com os clientes e impulsionar o crescimento dos negócios (MORAIS, 2021).

4.18. Contato com cliente (alinhamento de expectativa, atendimento, acompanhamento e cobrança)

O contato direto com o cliente foi uma atividade vital, abrangendo o alinhamento de expectativas, atendimento, acompanhamento e cobrança. Esta tarefa se baseou em princípios

de comunicação eficaz, relacionamento com o cliente e gestão de expectativas, essenciais para manter uma relação saudável e produtiva com os clientes. Sendo assim, a Figura 2 apresenta uma estrutura de uma consultoria para um de nossos clientes.



Figura 5- Estrutura de uma consultoria.

Fonte: Acervo Pessoal, 2023.

O processo envolveu interações regulares com os clientes para entender suas necessidades, comunicar claramente os serviços oferecidos, fornecer atualizações sobre o progresso dos trabalhos e gerenciar quaisquer questões ou preocupações que surgissem. A atividade de cobrança, embora delicada, foi tratada com profissionalismo, enfatizando a importância da comunicação clara e do estabelecimento de expectativas realistas desde o início da relação com o cliente (PEREIRA, 2018).

Esta experiência foi extremamente valiosa, pois destacou a importância do serviço ao cliente e do gerenciamento de relacionamentos no contexto empresarial. Foi desafiador equilibrar as necessidades e expectativas dos clientes com as capacidades e recursos da empresa, exigindo habilidades de comunicação, empatia e negociação.

A implementação de um sistema de feedback regular dos clientes poderia ser uma área de melhoria, proporcionando insights valiosos para aprimorar o serviço e a satisfação do cliente. Além disso, a adoção de práticas de atendimento ao cliente mais proativas, como check-ins regulares e pesquisas de satisfação, poderia fortalecer ainda mais o relacionamento com os clientes. Esta atividade não só aprimorou habilidades interpessoais e de comunicação, mas também ressaltou a importância de manter relações positivas com os clientes para o sucesso a longo prazo de qualquer negócio (SANTANA; CARDOSO, 2018).

4.19. Definição e elaboração de processos

A definição e elaboração de processos foram atividades essenciais realizadas durante o estágio, focadas em estabelecer e aprimorar os procedimentos internos para garantir eficiência e eficácia operacional. Essa tarefa envolveu a análise dos fluxos de trabalho existentes, identificação de gargalos e áreas de ineficiência, e desenvolvimento de soluções para otimizar as operações da empresa.

Baseando-se em teorias de gestão de processos e melhoria contínua, como a metodologia Lean e o modelo Six Sigma, o processo de definição e elaboração envolveu o mapeamento de processos, a proposição de melhorias e a implementação de novos procedimentos. Essa abordagem visava aumentar a produtividade, melhorar a qualidade do serviço e garantir uma maior consistência nas entregas (SILVA; SILVA, 2020).

Esta experiência foi particularmente enriquecedora, proporcionando um entendimento prático da importância dos processos bem definidos e gerenciados no ambiente empresarial. Foi desafiador analisar os processos de forma crítica, identificar áreas de melhoria e propor soluções eficazes. Uma sugestão para melhoria seria a implementação de um sistema de feedback contínuo, permitindo a revisão regular dos processos e a adaptação às mudanças nas necessidades empresariais ou de mercado (TOMÁS, 2020).

Além disso, a integração de tecnologias avançadas, como automação e ferramentas de gestão baseadas em IA, poderia aumentar ainda mais a eficiência dos processos. Esta atividade destacou a importância de processos bem estruturados e eficientes para o sucesso operacional e estratégico de uma organização no dinâmico setor de marketing digital.

5 SUGESTÕES AOS PROBLEMAS IDENTIFICADOS

As sugestões para a melhoria do desempenho da empresa Feeling Marketing Digital e de seu programa de estágio abrangem tanto aspectos específicos das atividades realizadas quanto elementos gerais de gestão e operação. Baseando-se nas observações feitas ao longo do estágio e nas análises de cada tarefa, seguem as recomendações:

Integração de Tecnologias Avançadas, a adoção de ferramentas tecnológicas mais avançadas, como sistemas de automação, inteligência artificial e análise de dados em tempo real, pode aprimorar significativamente diversos aspectos do negócio, desde a otimização de processos até a personalização das estratégias de marketing e vendas.

Sistemas de Feedback Contínuo, implementar um sistema de feedback regular, tanto internamente entre os funcionários quanto externamente com os clientes, pode fornecer insights valiosos para a melhoria contínua dos serviços e processos da empresa.

Capacitação e Desenvolvimento Profissional, investir na formação e no desenvolvimento profissional dos estagiários e funcionários pode aumentar a eficiência, a inovação e a qualidade do trabalho realizado. Treinamentos regulares em novas ferramentas, técnicas de marketing digital e tendências do setor podem ser extremamente benéficos.

Melhoria na Comunicação Interna e Externa, refinar os canais de comunicação interna e as estratégias de comunicação com o cliente pode melhorar a clareza, a eficácia e a eficiência nas interações, contribuindo para um melhor alinhamento de expectativas e maior satisfação do cliente.

Aprimoramento do Programa de Estágio, o programa de estágio pode ser enriquecido com a inclusão de mais oportunidades práticas, mentorias e feedbacks regulares, permitindo que os estagiários tenham uma experiência mais abrangente e integrada ao ambiente de trabalho real.

Implementação de Práticas de Gestão Ágil, a introdução de metodologias ágeis pode aumentar a adaptabilidade e a resposta rápida às mudanças do mercado, o que é crucial no dinâmico setor de marketing digital.

Expansão do Escopo de Pesquisa de Mercado, ampliar as atividades de pesquisa de mercado para incluir análises mais aprofundadas de tendências emergentes e comportamento do consumidor pode oferecer uma base mais sólida para decisões estratégicas.

Estas sugestões visam não apenas otimizar as operações atuais da Feeling Marketing Digital, mas também preparar a empresa para desafios futuros, garantindo sua competitividade e sucesso contínuo no mercado. Implementar essas mudanças pode requerer um investimento

inicial em tempo e recursos, mas os benefícios a longo prazo em eficiência, eficácia e satisfação do cliente podem ser significativos.

6 CONCLUSÃO

A conclusão do estágio na Feeling Marketing Digital representa uma etapa significativa na minha jornada de formação profissional, oferecendo uma oportunidade ímpar de aplicar e expandir os conhecimentos adquiridos no curso de Administração. Este estágio proporcionou uma visão abrangente e prática do funcionamento interno de uma empresa de marketing digital, abordando desde a gestão estratégica e operacional até aspectos específicos como marketing, vendas, SEO, e gestão de relacionamento com o cliente.

A relevância deste estágio para a minha formação profissional é inestimável. Ele ofereceu uma experiência prática que transcende a teoria aprendida em sala de aula, permitindo-me compreender melhor as nuances e desafios do mundo dos negócios. A oportunidade de trabalhar em um ambiente dinâmico e em constante evolução me ensinou a importância da adaptabilidade, do pensamento crítico e da capacidade de aprender continuamente. A experiência direta com ferramentas e estratégias de marketing digital, a interação com clientes e a participação na definição de processos internos foram fundamentais para o desenvolvimento de habilidades práticas e para o aprimoramento da minha capacidade de tomada de decisões.

Além disso, o estágio foi crucial para solidificar meu interesse na área de marketing digital e administração, oferecendo uma clareza sobre a direção profissional que desejo seguir. As habilidades e o conhecimento adquiridos durante este período não apenas agregaram valor à minha formação acadêmica, mas também me prepararam melhor para os desafios e oportunidades que encontrarei na minha carreira futura.

Portanto, o estágio na Feeling Marketing Digital foi uma experiência valiosa e enriquecedora, marcando um passo importante na minha trajetória profissional e acadêmica. Ele reforçou a importância da prática na complementação da teoria, e destacou o valor de um aprendizado integrado e aplicado no campo da administração e do marketing digital.

REFERÊNCIAS

BENTO, Júlia Batista. Relatório de estágio supervisionado em Administração: Plano de marketing da empresa Metal Protector. **Administração-Tubarão**, 2020.

BRASIL. Lei n. 11.788, de 25 de setembro de 2008. Dispõe sobre o estágio de estudantes. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, p. 3-4, 26 set. 2008.

GONÇALVES, Mariana Marques. **Marketing Digital e Redes Sociais**. 2022. Dissertação de Mestrado.

GOUVÊA, Larissa Corrêa. A Importância do Estágio Supervisionado na Formação do Profissional de Administração. **Revista Augustus**, v. 25, n. 50, p. 130-144, 2020.

MORAIS, Fabiana Ferreira. Expectativas E Experiências De Jovens Graduandos Em Administração Acerca Do Estágio. **Anais do Simpósio Sul-Mato-Grossense de Administração**, v. 4, n. 4, p. 441-455, 2021.

PEREIRA, Silvio Denicol. Formação docente e bacharelado em Administração: o que traz o ENEPQ na Anpad. **Educação, Ciência e Cultura**, v. 23, n. 2, p. 265-276, 2018.

SANTANA, Fernanda Silva; CARDOSO, André Luís Janzkovski. A contribuição do estágio supervisionado na formação de administradores. **Revista Pretexto**, p. 90-109, 2018.

SILVA, Estefany Barros; SILVA, Claudenir Soares. **Marketing digital e pandemia: a transformação das vendas a partir de um estudo de caso com Microempreendedores Individuais (MEI)**. 2020. Tese de Doutorado.

TOMÁS, Daniel Filipe Agostinho. **Inteligência artificial: O próximo passo para uma revolução no marketing digital**. 2020. Dissertação de Mestrado.

ANEXOS

