

USO DO INSTAGRAM PARA COMUNICAR O POSICIONAMENTO DE MARCA.

IV Encontro de Programas de Educação Tutorial

Larissa Silva do Nascimento, Gisele Moreira Tavares, Luís Matheus Tavares Silva, Hugo Osvaldo Acosta Reinaldo

Tendo em vista o atual mercado no qual as organizações estão inseridas, as empresas precisam, cada vez mais, definir e comunicar a proposta de valor ao seu público-alvo. Porém, essas ações nem sempre são fáceis de serem realizadas, o que acaba levando muitas empresas a buscarem formas para efetuar tais tarefas. É o caso, por exemplo, do auxílio das mídias sociais digitais que veem ganhando destaque, haja vista a possibilidade que oferecem de maior interação entre os usuários, podendo ocorrer, até mesmo, influência de uns sob os outros, através da troca de informações e do contato com várias pessoas. Ademais, essa comunicação se popularizou, também, pelo fato de ser bastante ágil e acessível financeiramente. Dessa forma, este projeto tem como objetivo analisar o uso da mídia social Instagram por parte de uma pequena empresa, visando comunicar o posicionamento de marca. A partir desse objetivo, será aplicada a metodologia do estudo de caso múltiplo junto às marcas Trevo Açaí e Puro Açaí. Para tal, está sendo realizado um levantamento de dados secundários e serão conduzidas entrevistas exploratórias; ademais, a sua fase final terá caráter descritivo, com aplicação de questionários estruturados aplicados em entrevistas pessoais com funcionários e clientes das empresas objetos de estudo. Como resultado da pesquisa, espera-se, por fim, identificar a efetividade entre dois tipos de comunicação de posicionamento que se utilizam do Instagram.

Palavras-chave: Posicionamento. Estratégia. Instagram. Rede Social.