

# A IMPORTÂNCIA DO MARKETING DIGITAL NA ÁREA DA ESTÉTICA

VANESSA CASAGRANDE<sup>1</sup> Carla Klais Maciel<sup>1</sup>, Maria Emmanuely Ziolkoski Karpstein <sup>1</sup>,  
Rebeca Dalava Soares Lima<sup>1</sup> e Ariane dos Santos Pedroso<sup>2</sup>

1 Acadêmicas de biomedicina da UNIPAR Cascavel

2 Docente na UNIPAR Cascavel

Palavras-Chave: Marketing digital, estética, benefícios do marketing.

Introdução: Atualmente o autocuidado aumentou, chamando atenção da sociedade, conseqüentemente, surgiram muitos profissionais nesse ramo. Portanto, existe a necessidade do profissional se destacar. Um diferencial possível seria a realização do marketing digital, garantindo um bom relacionamento com os outros profissionais da área e com os clientes (CARNEIRO, 2018).

Objetivo: Apresentar a importância do marketing digital para a área da estética.

Desenvolvimento: Nos dias atuais a maioria das empresas para se manter ativas no mercado de trabalho, precisam estar conectadas a internet, utilizando sites e redes sociais, assim o cliente consegue escolher a marca nas plataformas que ele já utiliza no dia a dia (FERREIRA, 2015). Assim, o marketing digital tem sido um grande aliado para os empreendedores, considerando-se um diferencial e uma técnica de competitividade (DINIZ, 2021). Onde as mídias sociais se tornam a vitrine virtual da empresa, e precisam ser cada vez mais claras e personalizadas, pois permite a comunicação com os consumidores em potencial (LOUSADA, 2019), para isso deve estar bem claro ao empresário qual o nicho a ser explorado (FERREIRA, 2015). Um estudo feito na cidade de Tupã, no ano de 2022, com 150 participantes revelou que 43,3% dos entrevistados frequentam uma clínica de estética, evidenciando como essa área está em alta e tem muitos adeptos a prática do autocuidado. Questionados sobre o meio utilizado para buscar informações sobre os procedimentos, 30,7% utilizaram os perfis virtuais das clínicas para isso. Esses dados evidenciam a importância de uma boa comunicação com o público pelas redes sociais (BELASCO, DA SILVA, 2022). Ademais, o marketing digital busca manter e fidelizar os clientes, garantindo que a experiência seja completa e após o serviço suas necessidades sejam supridas, com isso aumento das demandas e conseqüentemente do faturamento do empreendedor, pois essa prática eleva a percepção do cliente quanto ao nível do serviço prestado pelo profissional esteta (CIRA, VIANNA, 2016).

CONCLUSÃO: Uma empresa depende de profissionais qualificados, um ambiente agradável e um bom marketing. A sociedade atual preza pela área da estética e da imagem pessoal, e está inclusa em um mundo virtual. Portanto, os profissionais esteticista devem praticar o marketing para assim se tornarem competitivos.

## REFERENCIAS:

BELASCO, Bianca Morais; EVELYN, SILVA,.; PEREIRA, Victor; et al. Beauty Space - Clínica Estética. Sp.gov.br, 2022. Disponível em:

<<http://ric.cps.sp.gov.br/handle/123456789/11936>>. Acesso em: 11 ago. 2023.

CARNEIRO, Nathalia. Marketing de relacionamento e sua contribuição para a fidelização de clientes: um estudo de caso de uma estética de Criciúma/SC. Unesc.net, 2018. Disponível em: <<http://repositorio.unesc.net/handle/1/6648>>. Acesso em: 11 ago. 2023.

FERREIRA, Annelysse Dantas. Marketing digital no Instagram: o caso de empresas da área da beleza no município de João Pessoa. Ifpb.edu.br, 2015. Disponível em: <<https://repositorio.ifpb.edu.br/handle/177683/2243>>. Acesso em: 11 ago. 2023.

LETÍCIA, Maria Lousada. O marketing digital e as oportunidades das mídias sociais para os serviços estéticos. Fumec.br, 2018. Disponível em: <<https://repositorio.fumec.br/handle/123456789/103>>. Acesso em: 11 ago. 2023.

DINIZ Maiara da Silva. Marketing digital em clínicas estéticas: a utilização de redes sociais para prospectar e fidelizar clientes. Iffarroupilha.edu.br, 2021. Disponível em: <<https://arandu.iffarroupilha.edu.br/handle/itemid/230>>. Acesso em: 11 ago. 2023.

ARANDI Campelo ; Vicente, Dário. Marketing digital: o poder de influência das redes sociais na decisão de compra do consumidor. Researchgate 2016. Disponível em: <[https://www.Researchgate.Net/publication/368912961\\_marketing\\_digital\\_o\\_poder\\_de\\_influencia\\_das\\_redes\\_sociais\\_na\\_decisao\\_de\\_compra\\_do\\_consumidor](https://www.Researchgate.Net/publication/368912961_marketing_digital_o_poder_de_influencia_das_redes_sociais_na_decisao_de_compra_do_consumidor)>. Acesso em: 15 ago. 2023.