

Quanto vale um like? Uma análise do comércio no Instagram na cidade de Natal/RN

Universidade federal do rio grande do Norte

Drielly Elienny Duarte de Figueiredo; Letícia Cunha Feitosa

Resumo: O trabalho seguinte desenvolve-se a partir de uma pesquisa realizada com lojas de cosméticos e artigos de beleza na cidade de Natal/RN que nos últimos anos mostrou um aumento no interesse e oferta desses produtos, principalmente usando o Instagram como plataforma de comércio. A metodologia usada para a pesquisa foi a entrevista com lojas de produtos de beleza e cosméticos na cidade de Natal, que reconheceu no Instagram a possibilidade de começar a atuar na área comercial e que a partir de então expandiram-se, tornando-se pioneiras e referência no comércio por meio das redes sociais.

Objetivos específicos: Observar as relações que se desenvolvem entre cliente e lojista, pela perspectiva dos lojistas através dos likes recebidos no Instagram.

Dados: Os dados apurados nos mostram que existe uma grande relação entre a atividade do cliente em suas mídias sociais com o tipo de comportamento da loja, é a partir de comentários e curtidas que o lojista irá decidir o tipo e quantidade de material que irá investir. Devido ao fato de que é uma plataforma mais informal que proporciona um sentimento intimista, onde o cliente pode ver a foto e pela descrição contida nas imagens já saber do que se trata (o Instagram aqui se porta como um catálogo) nota-se uma facilidade e agilidade nas trocas de informações. O comércio desenvolvido nessa modalidade atingiu públicos variados, pois essa é uma plataforma que consegue estar nos mais diversos meios, seja por faixa etária ou classe social. Um ponto importante a ser citado é que nem todas as lojas são homogêneas, pois, apresentam estratégias de marketing diferentes, umas parecendo mais informais e simples e outras parecendo um tanto quanto mais profissional, já contando com todo um aparato tecnológico para fazer suas propagandas, porém, ambas fazem sucesso.

Bibliografia:

LÉVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo: Editora 34, 2009.

CAVAVILHAS, João. O novo ecossistema midiático. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/_esp/autor.php?codautor=602>. Acessado em 17/06/2016.