

MARKETING DIGITAL NA CONTABILIDADE

DIGITAL MARKETING IN ACCOUNTING

¹BONFIM, Rafaela; ²CASTRO, Ana Paula Leandro de; ³FARIA, Brunno Roque de; ⁴FERACIN, Claudia Lima; ⁵OLIVEIRA, Lucas Leme de; ⁶ROSA, Luiz Eduardo;

^{1a6}Departamento de Ciências Contábeis – Centro Universitário das Faculdades Integradas de Ourinhos-Unifio/FEMM

RESUMO

O presente estudo tem como objetivo analisar o impacto do marketing digital no curso de Ciências Contábeis da UNIFIO, utilizando o Instagram como plataforma principal para a promoção do curso e a disseminação de conteúdo contábil relevante. Durante a campanha, foram monitoradas métricas como aumento de seguidores, engajamento nas publicações e alcance de novos públicos, destacando a importância do marketing digital para a visibilidade de instituições de ensino e a atração de estudantes. A estratégia aplicada demonstrou-se eficaz, gerando um aumento de 10% no número de seguidores e 201% no número de impressões das postagens. Além disso, o conteúdo educacional produzido e as parcerias estratégicas foram fundamentais para o sucesso da campanha, garantindo conformidade com as normas legais e fortalecendo a confiança dos usuários. Conclui-se que o marketing digital é uma ferramenta essencial para o desenvolvimento do setor contábil e para a competitividade no ambiente digital.

Palavras-chave: Contabilidade. Marketing Digital. Redes Sociais.

ABSTRACT

This study aims to analyze the impact of digital marketing on the Accounting course at UNIFIO, using Instagram as the main platform for promoting the course and sharing relevant accounting content. Throughout the campaign, metrics such as follower growth, engagement, and audience reach were monitored, highlighting the importance of digital marketing for the visibility of educational institutions and attracting students. The applied strategy proved effective, resulting in a 10% increase in followers and a 201% increase in post impressions. Furthermore, the educational content produced and strategic partnerships were crucial for the campaign's success, ensuring compliance with legal standards and strengthening user trust. It is concluded that digital marketing is an essential tool for the development of the accounting sector and for competitiveness in the digital environment.

Keywords: Accounting. Digital Marketing. Social Media.

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, o marketing digital transformou a maneira como as empresas interagem com seus públicos, e na educação não poderia ser diferente, instituições de ensino tiveram que se atualizar nesse quesito e se transformar cada vez mais, escolas de ensino superior buscaram uma maneira de promover ainda mais seus cursos nas redes sociais.

A utilização de ferramentas como Instagram e Facebook possibilita uma comunicação direta e eficaz, onde conteúdos relevantes como dicas sobre

imposto de renda, legislação fiscal e novidades no setor podem ser disseminados de maneira acessível. Sendo assim, durante o primeiro semestre de Projeto Integrador do sétimo termo de Ciências Contábeis, o grupo desenvolveu o Marketing Contábil do Instagram de Ciências Contábeis da UNIFIO.

Ao longo desse trabalho falaremos como abordamos esses conteúdos no Instagram, como desenvolvemos cada postagem. E, no final, iremos apresentar os nossos resultados nas redes sociais, os insights do perfil e nossa evolução.

A estratégia de marketing digital envolve o uso de técnicas e ferramentas digitais para atrair e converter clientes potenciais. Com o mercado cada vez mais competitivo, é crucial que as estratégias utilizadas sejam estudadas afim de trazer uma maior visibilidade e alcance, por isso, estar presente no meio digital é tão importante. Além do mais, a utilização do marketing digital oferece uma forma mais econômica de engajar o público, se comparado com os métodos tradicionais, como anúncios impressos.

As ferramentas possibilitam o monitoramento do desempenho das publicações com mais precisão e uma interação mais pessoal e direta com o público. Compreender como o marketing pode auxiliar na profissão que escolhemos é muito interessante, há muito para abordar e se diferenciar dos outros profissionais.

MATERIAL E MÉTODOS

Foi realizada uma análise para identificar os pontos fortes, fracos e as oportunidades da divulgação do curso de Ciências Contábeis, pesquisando em páginas semelhantes para nos basear e termos novas ideias e sugestões.

Foram estabelecidos alguns objetivos mensuráveis, como, aumentar a quantidade de seguidores e visualizações para a página, dando assim visibilidade ao curso e à profissão.

O próximo passo foi o estabelecimento de estratégias de marketing de conteúdo para atrair empresários locais. Utilizando as redes sociais para compartilhar dicas de contabilidade e novidades fiscais. Mostrando também alguns eventos de contabilidade desenvolvidos pelos próprios alunos da UNIFIO.

O plano de ação era debatido e planejado semanalmente tendo como base um calendário de marketing com as postagens semanais, destacando temas específicos como por exemplo "Declaração de Imposto de Renda Pessoa Física".

Além disso, testou-se diferentes formatos de conteúdo, como vídeos explicativos, carrosséis de imagens com informações e enquetes interativas. A interação com o público foi incentivada por meio de respostas rápidas aos comentários e mensagens diretas, criando um canal de comunicação ativo e dinâmico. Esse método auxiliou na identificação dos tipos de conteúdo que mais ressoavam com o público, permitindo o refinamento contínuo da estratégia.

Esse plano visa atrair novos seguidores e além disso, fortalecer a marca da contabilidade no ambiente digital de uma forma mais objetiva, moderna e simplificada, utilizando estratégias digitais e modernas para aumentar o alcance e a eficácia das ações de marketing.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados obtidos durante o desenvolvimento do trabalho no perfil do curso de Ciências Contábeis na UNIFIO superaram as expectativas de todos os participantes e até mesmo do orientador do presente trabalho. A seguir elencamos alguns dos nossos destaques.

Análise de Engajamento

- **Métricas de Redes Sociais:** Durante a campanha de marketing digital para o curso de Ciências Contábeis, monitoramos métricas chave como curtidas, compartilhamentos, comentários e seguidores no Instagram.
- **Aumento de Seguidores:** Houve um aumento de 10% no número de seguidores na página do curso no Instagram, totalizando 689 seguidores atualmente.

Figura 1 – Aumento de seguidores



- Impressões: O número de impressões por post aumentou em 201%, totalizando 47.011. (Impressões é uma métrica que registra a quantidade de vezes que os usuários viram uma publicação, stories, reels ou vídeos).

Impacto do Marketing Digital na Atração de Estudantes

- Engajamento e Visibilidade: O aumento significativo nas interações e seguidores demonstra que a estratégia de marketing digital foi eficaz em atrair a atenção e gerar interesse pelo curso de Ciências Contábeis.

Figura 2 – Engajamento e visibilidade do perfil



Uma das principais formas de visibilidade foi a publicação de um vídeo informativo abordando as dúvidas mais recorrentes sobre o Imposto de Renda de Pessoa Física (IRPF).

Figura 3 – Engajamento e visualização vídeo informativo IRPF



Desafios e Estratégias para Sair da Bolha

- **Ampliação do Público-Alvo:** Uma das principais estratégias foi diversificar o conteúdo para atrair não só estudantes interessados em contabilidade, mas também profissionais da área que buscavam especialização.
- **Conteúdo Educacional:** Foram produzidos vídeos educativos sobre "declaração de imposto de renda da pessoa física", focado em

assuntos de interesse para o público no geral.

- **Parcerias Estratégicas:** Estabelecemos parcerias com a faculdade e grupos de alunos do curso para ampliar o alcance da nossa campanha.

Legalidade e Ética no Marketing para a Área Contábil

- **Conformidade com Normas Legais:** O cumprimento das normas do CFC e da LGPD foi essencial para garantir a legalidade e a ética da nossa campanha. Isso não só protegeu a instituição contra possíveis sanções, mas também aumentou a confiança dos potenciais alunos e profissionais.
- **Transparência e Confiança:** A abordagem transparente nas campanhas de marketing fortaleceu a reputação do curso, mostrando compromisso com a veracidade das informações e com a ética profissional.

CONCLUSÃO

Pelo exposto, o trabalho realizado destacou a importância de uma abordagem bem planejada e adaptável no marketing digital e resultou na visibilidade não só da contabilidade, mas também do curso de Ciências Contábeis, onde abrangeu diversas informações da área de forma objetiva, moderna e simplificada.

O conteúdo e imagens foram postados nas redes sociais do curso, sendo no feed ou story, conseguindo um impacto no engajamento como por exemplo o vídeo dos principais questionamentos do imposto de renda pessoa física atingindo 14 mil visualizações. Através da utilização de plataformas como o Instagram, é possível disseminar informações valiosas de forma acessível e eficaz, contribuindo para o desenvolvimento do setor contábil.

Com isso, a abordagem moderna adotada foi crucial para alcançar e engajar o público, gerando resultados impactantes, destacando-se como uma ferramenta essencial para a competitividade e o crescimento do setor no ambiente digital.

REFERÊNCIAS

CARVALHO, Maria. **Marketing Digital para Instituições de Ensino**. Rio de Janeiro: Editora Universitária, 2019.

FREITAS, Ricardo. **Inovações Tecnológicas na Educação**. Porto Alegre: Editora Técnica, 2021.

GOMES, Laura. **Análise de Métricas em Redes Sociais**. Brasília: Editora Científica, 2020.

KOTLER, Philip. **Marketing de Serviços**. São Paulo: Pearson, 2018.

LARALINK; ALQUATI, R. **Evolução do marketing: linha do tempo com todas as estratégias!**

RODRIGUES, Fernanda. **Engajamento em Redes Sociais para Instituições de Ensino**. Florianópolis: Editora Universitária, 2020.