

## *O Futuro do Marketing Digital: Tendências e Inovações Emergentes*

*Joana Filipa Santos Gonçalves*

*joanafsantos2308@gmail.com*

<https://orcid.org/0009-0003-8130-9797>

*ISCAP, Instituto Politécnico do Porto*

**P. PORTO**  
**ISCAP**

Revista Académica  
de Tendências em  
Comunicação e  
Ciências  
Empresariais

### **Resumo**

Num mercado tão competitivo e saturado, as empresas têm a necessidade de se destacarem perante os concorrentes. O Marketing Digital veio atender essa necessidade, proporcionando diversos benefícios às empresas e aos consumidores. Com a evolução tecnológica, o Marketing Digital veio moldar o futuro do mercado oferecendo estratégias atrativas e inovadoras para as marcas e proporcionando experiências incríveis para os consumidores. O presente artigo explora o mundo do Marketing Digital, dando a compreender a importância dessa área numa empresa e conhecer as tendências e inovações emergentes.

**Palavras-chave:** Marketing digital, Futuro, Tendências e Inovações, Inteligência artificial, Realidade virtual e aumentada, Evolução tecnológica

### **Abstract**

In such a competitive and saturated market, companies need to stand out from their competitors. Digital Marketing has met this need, providing companies and consumers with a range of benefits. With technological evolution, Digital Marketing has moulded the future of the market by offering attractive and innovative strategies for brands and providing incredible experiences for consumers. This article explores the world of Digital Marketing, giving an understanding of the importance of this area in a company and learn about emerging trends and innovations.

**Keywords:** Digital marketing, Future, Trends and Innovations, Artificial intelligence, Virtual and augmented reality, Technological evolution

## Introdução

Ao longo dos tempos, o Marketing Digital tornou-se uma estratégia valiosa para as empresas, transformando a interação entre as marcas e os consumidores e a forma como as empresas divulgam os seus produtos. Desde a sua origem até à atualidade, o Marketing Digital passou por diversas adaptações e transformações relevantes, acompanhando os avanços tecnológicos, as necessidades e os desejos dos consumidores.

No artigo “O Futuro do Marketing Digital: Tendências e Inovações Emergentes” são exploradas as tendências e inovações que moldarão o futuro do Marketing Digital, bem como as vantagens que advêm dessa aplicação. Para além disso, é abordado o surgimento do Marketing Digital, as vantagens que oferece aos consumidores e às empresas, assim como a importância de investir nesse recurso.

Ao longo do artigo, será explorada uma variedade de informações pertinentes para perceber a importância do Marketing Digital no cenário atual e como a constante evolução tecnológica está a moldar esse contexto.

Além disso, são fornecidos *insights* valiosos e exemplos práticos, de forma a proporcionar uma melhor compreensão do tema e demonstrar aos profissionais de marketing a importância de atender às demandas do mercado em constante evolução.

## O que é o Marketing Digital?

O marketing digital é uma disciplina no ramo de Marketing, que engloba todas as ações e estratégias digitais na promoção de produtos, serviços ou marcas através de meios digitais, como por exemplo, redes sociais, SEM (*Search Engine Marketing*), e-mail marketing, entre outros.

A expressão “Marketing Digital” surgiu com a popularização da internet na década de 1990. Nessa era, as campanhas de Marketing eram unilaterais, sendo que as organizações se dirigiam aos consumidores, sem muita margem de interação e *feed-back* imediato.

Ao apostar na internet, após o desenvolvimento tecnológico e o crescimento exponencial de utilizadores nas plataformas, as organizações acreditavam que o Marketing Digital teria um potencial revolucionário tanto no alcance como no envolvimento com o público-alvo de forma mais eficaz e direta.

Entretanto, com o surgimento das plataformas digitais as mensagens passaram a ser bidirecionais e interativas, trazendo diversas vantagens às organizações e aos consumidores. Assim como, o *feed-back* imediato, humanização da marca, construção de relacionamentos e personalização de mensagens para diversos públicos, com base nas necessidades dos consumidores.

## Marketing Digital na atualidade

Num mundo em constante evolução tecnológica, o Marketing Digital tem se tornado uma ferramenta indispensável para que as empresas se adaptem às necessidades e exigências dos consumidores, mantendo-se relevantes e proativas num mercado em constante mudança.

Com os consumidores tão imersos no mundo digital, torna-se importante que as empresas sejam ativas e possuam presença online, dado que os consumidores se tornaram mais exigentes, tecnológicos e informados. Utilizando cada vez mais as plataformas digitais no processo de tomada de decisão de compra, na procura de informação e na interação com as organizações. Portanto, o consumidor digital é caracterizado como “consumidor exigente, menos fiel, mais centrado em benefícios e conteúdo, que consome tecnologia como se



A Inteligência Artificial tornou-se um recurso valioso para várias áreas numa organização. No Marketing Digital a inteligência artificial auxilia na elaboração e otimização de tarefas e na tomada de decisões mais informadas.

Além disso, esse recurso é utilizado na previsão e identificação de tendências e oportunidades de mercado, fornecendo *insights* valiosos e precisos como opiniões, preferências e comportamentos do consumidor.

Esta ferramenta é, portanto, uma oportunidade para os profissionais de Marketing Digital, permitindo-lhes aceder a uma vasta informação, analisar o mercado e a concorrência, aprimorar estratégias de marketing e desenvolver conteúdo.

Com a tecnologia em constante evolução, a inteligência artificial poderá ter a capacidade de desenvolver autonomamente e de dar origem campanhas de marketing atrativas e envolventes. Essa capacidade, apresentará para o mundo digital campanhas eficazes e extremamente inovadoras, bem como a otimização no processo de criação de conteúdos, diminuindo a necessidade de tempo e recursos monetários despendidos nas mesmas.

## **Personalização e Segmentação Avançada**

Com a imensa informação e conteúdos partilhados na internet, os consumidores têm acesso a uma variedade de anúncios. Nesse cenário lotado de informação contínua, das quais algumas não são do interesse do consumidor, a personalização e a segmentação avançada tornam-se estratégias valiosas para que as empresas se destaquem num mercado cada vez mais saturado.

A personalização no Marketing Digital tem como objetivo atrair o consumidor através de mensagens, conteúdos e experiências adaptadas às preferências e necessidades individuais. As empresas que optam por utilizar esta estratégia possuem uma maior fidelidade do cliente, devido à experiência personalizada e envolvente.

A segmentação é o processo de dividir o público-alvo em grupos menores e mais específicos de acordo com características, comportamentos e interesses semelhantes. Esta estratégia permite que as empresas desenvolvam conteúdos e mensagens relevantes para cada segmento.

A junção destas duas estratégias, traz benefícios tanto às empresas como aos consumidores. Para as empresas é vantajoso devido à diferenciação da concorrência e o aumento de vantagem competitiva, já para os consumidores proporciona experiências individuais e atrativas.

Várias empresas já fazem uso destas estratégias, oferecendo aos seus consumidores conteúdos personalizados e relevantes de acordo com interesses individuais ou em grupo, como é o caso:

- Netflix, segmenta com base no histórico de visualização, avaliação de conteúdos e recomendação de títulos semelhantes. A plataforma sugere filmes e séries consoante os interesses do consumidor, oferecendo uma experiência agradável e atrativa;
- Spotify, oferece playlists personalizadas de músicas e podcasts, com base nos gostos e do histórico do consumidor, proporcionando uma experiência auditiva única;
- Youtube, segmenta com base no histórico de visualizações, avaliações do conteúdo, pesquisas e inscrições em canais. Ainda oferece recursos como “próximo vídeo” e “Em alta” para manter os utilizadores interessados;
- Google, personaliza os resultados de pesquisa a partir do histórico de navegação, localização e outras informações do utilizador. Proporciona

ainda uma série de anúncios segmentados com base em preferências e comportamentos do utilizador;

- Coca-Cola, desenvolve campanhas personalizadas de acordo com a região, adaptando a mensagem às características da mesma.

Com o avanço das tecnologias, a capacidade de prever comportamentos e antecipar necessidades dos consumidores, poderá ser o futuro da personalização e a segmentação avançada. Essa capacidade, permitirá que as marcas desenvolvam experiências atrativas e envolventes de forma proativa, antecipando as necessidades e desejos do consumidor.

## **Realidade Aumentada e Realidade Virtual**

Num mercado tão competitivo, as empresas procuram cada vez mais formas de se destacarem da concorrência e oferecerem experiências atrativas aos seus consumidores. Com o surgimento de tecnologias revolucionárias, como a Realidade Aumentada e a Realidade Virtual, essa necessidade foi atendida de forma inovadora.

A Realidade Aumentada consiste na sobreposição de elementos virtuais aos elementos do mundo real, proporcionando uma experiência interativa. Enquanto, a Realidade Virtual é um ambiente simulado em que o utilizador pode interagir por meio de acessórios.

No marketing, a Realidade Aumentada oferece a oportunidade aos consumidores de experimentarem virtualmente diferentes tipos de produtos, de visualizarem como determinado produto ficaria na sua residência e participarem em diversas experiências envolventes. Quanto à Realidade Virtual, oferece a possibilidade de os consumidores experienciarem eventos, independentemente da sua localização geográfica. Através desta tecnologia, os consumidores podem participar em eventos e reuniões virtuais, a partir das suas casas.

Com a contínua evolução da tecnologia, a Realidade Aumentada e a Realidade Virtual serão cada vez mais utilizadas como estratégia de Marketing, proporcionando aos consumidores experiências imersivas, memoráveis e envolventes. Através dessas inovações, o futuro de desfiles e eventos de divulgação das marcas poderão tomar um rumo completamente diferente da atualidade.

## **Pesquisas por voz**

À medida que a tecnologia avança, as pesquisas por voz têm evoluído de forma a atender as necessidades dos consumidores de forma interativa e personalizada. Com o crescimento exponencial de assistentes virtuais como, a *Siri*, *Alexa*, *Bixby* e a *Cortana*, a pesquisa por voz tornou-se um recurso bastante utilizado no quotidiano do consumidor. A utilização desse recurso, auxilia o consumidor na realização de diversas tarefas, como o desenvolvimento de uma mensagem e o envio da mesma, a programação de um alarme e a realização de chamadas, de forma a otimizar o tempo do mesmo. Atualmente, os assistentes virtuais também estão presentes em eletrodomésticos, como em Smart Tvs, frigoríficos e aspiradores automáticos.

Com o aumento da utilização de pesquisas por voz, é fundamental que as empresas adaptem o seu conteúdo e site de forma a serem encontrados facilmente pelos assistentes virtuais, ajustando as suas estratégias de SEO (*Search Engine Optimization*).

Denomina-se SEO, um conjunto de ações destinadas a melhorar o posicionamento orgânico de um site nos resultados dos motores de pesquisa. Os objetivos desta estratégia são melhorar a classificação nos motores de pesquisa, aumentar a visibilidade do site e proporcionar aos consumidores uma experiência de qualidade.

Portanto, entender e adaptar estratégias de SEO nas pesquisas por voz, tornou-se um processo relevante para os profissionais de Marketing Digital e para as empresas. Essas

estratégias envolvem desde a criação de palavras-chave de cauda longa, uso de termos conversacionais à melhoria da estrutura do site, de forma a ser de fácil utilização e compreensão.

No futuro do Marketing Digital, esta tendência terá cada vez mais utilização por parte dos consumidores devido à sua praticidade e rapidez. Essa experiência de pesquisa mais natural e conversacional está a moldar a forma como os consumidores interagem com as marcas e como continuará num futuro próximo. Sendo assim, as marcas que se adaptarem e apostarem nessa estratégia estarão bem posicionadas para atender às novas exigências do mercado.

## **Virtual Influencers**

Os *virtual influencers* têm se tornado uma tendência atrativa no Marketing Digital, no qual as empresas já consideram ser uma parte indispensável nas estratégias de Marketing e Comunicação Digital.

Essas “personalidades” são personagens fictícias geradas por tecnologias de animação, design gráfico e inteligência artificial, cujos interesses, vivências, personalidade e ações são completamente criadas e controladas por programadores.

Várias empresas já adotaram nas suas campanhas de Marketing, *virtual influencers*, devido aos vários desafios que enfrentam com *influencers* humanos, desde a imprevisibilidade do comportamento às opiniões. No entanto, ao utilizar os *virtual influencers* as marcas têm mais controlo da mensagem e da imagem que será lançada ao consumidor, garantindo uma transmissão eficiente e alinhada aos seus valores e objetivos estratégicos.

Além disso, os *virtual influencers* podem ser utilizados em campanhas imersivas e inovadoras, desfrutando das tecnologias revolucionárias como a Realidade Aumentada e a Realidade Virtual, para proporcionar experiências memoráveis e envolventes para o consumidor.

Para além das muitas vantagens e benefícios que os *virtual influencers* oferecem às marcas, também possuem as suas desvantagens. A principal é a autenticidade e a conexão emocional, pois o mercado e os consumidores valorizam cada vez mais interações e relacionamento genuínos com as empresas, valores essenciais que os *virtual influencers* não conseguem atender.

Alinhado a esse contexto, o estudo “*Authentically Fake? How Consumers Respond to the Influence of Virtual Influencers*” ressalta que os *Virtual Influencers* são considerados eficazes na construção de imagem da marca e na notoriedade da mesma, mas não têm a capacidade para estimular a intenção de compra, devido à falta de autenticidade.

Com a crescente adoção dos *virtual influencers* nas campanhas de Marketing, foram criadas diversas “personalidades”, com características diferentes para atender as diversas necessidades das empresas. As mais conhecidas são:

- Lil Miquela é uma modelo, cantora e ativista no mundo virtual que possui milhões de seguidores nas suas redes sociais. Lil Miquela é conhecida pelas

suas sardas, lábios carnudos e cabelos escuros e pela participação em campanhas para a *Prada*, *Calvin Klein*, *Burberry* e *BMW*.

- Shudu Gram é uma modelo virtual, que se destaca pelos seus traços delicados e pelo sentido de moda distinto. A sua estética cativante e presença notória, levaram-na a ser a escolha de diversas marcas para campanhas como, *Balmain*, *Ellesse* e *Swarovski*.

Figura 2: Shudu Gram e Lil Miquela



**Nota.** Retirado de CyberPunks, 2020, (<https://www.cyberpunks.com/shudu-lil-miquela-cgi-social-media-influencers/>). De domínio público.

Com a contínua popularização dos *virtual influencers*, o futuro do Marketing Digital será repleto de colaborações diversificadas entre *influencers* e empresas. Podendo incluir parcerias com diversos setores, desde tecnologia, saúde e educação. As campanhas de Marketing poderão ter a oportunidade de se tornarem mais interativas, inovadoras e educacionais, envolvendo os consumidores de forma única.

## Mensagens Instantâneas

As mensagens instantâneas estão se a tornar uma ferramenta cada vez mais adotada pelas marcas para se conectarem diretamente com os consumidores. Essa ferramenta oferece uma forma adequada, rápida e personalizada na interação com o consumidor.

Atualmente muitas empresas estão a utilizar as mensagens instantâneas como estratégia, para fornecer um atendimento proativo ao público, respondendo a possíveis dúvidas e perguntas dos consumidores em tempo real. Além disso, as mensagens instantâneas colaboram na criação de relacionamentos mais duradouros, através de uma comunicação mais conversacional e personalizada com os consumidores.

A utilização de *chatbots* e sistema de mensagens automatizadas, também está a ganhar destaque entre os profissionais de marketing. Essa ferramenta fornece mensagens instantâneas e assistência aos consumidores em qualquer hora do dia, assegurando disponibilidade e suporte contínuo. Para além disso, as empresas têm adotado as mensagens instantâneas para envolver os consumidores em pesquisas, *quizzes* e programas de fidelização, fornecendo uma experiência interativa e direta.

As mensagens instantâneas representam uma tendência emergente no Marketing Digital, devido à interação direta que proporciona entre a marca e o consumidor em tempo real.

Com o constante avanço tecnológico, o futuro das mensagens instantâneas será promissor, devido à integração de inovações, como a Realidade Aumentada, Realidade Virtual e a Inteligência Artificial. Essas integrações iriam oferecer novos meios para as empresas interagirem com os consumidores, proporcionando experiências mais envolventes e personalizadas.

## Discussão

À medida que as tecnologias avançam podemos considerar que o Marketing Digital tornou-se um aliado das empresas na atualidade.

A evolução tecnológica trouxe diversas ferramentas inovadoras para o Marketing Digital, facilitando a divulgação de produtos e serviços, a otimização de conteúdo e a comunicação digital.

Considera-se que com o Marketing Digital as empresas ampliam mais facilmente a sua rede de contactos, através de uma boa presença online. As empresas que não possuem presença online, enfrentam diversas dificuldades e desafios no alcance ao consumidor digital. Com o aumento de diversos consumidores que compram online, a falta de presença nos meios digitais por parte das empresas, resulta na perda de oportunidades de negócio.

Num cenário digital é necessário que as empresas invistam em tendências e inovações, de modo a conseguirem ter o ênfase necessário num mercado cada vez mais competitivo.

As tendências e inovações mencionadas ao longo deste artigo, são fundamentais para compreender o futuro do Marketing Digital e a importância da adaptação dessa disciplina às necessidades do mercado.

Considera-se que a Inteligência Artificial, veio para ficar e é uma mais-valia para os profissionais de marketing no desenvolvimento das suas funcionalidades e na otimização de tempo na realização de tarefas.

Quanto às tendências de personalização, segmentação avançada, pesquisa por voz e mensagens instantâneas, serão ferramentas fundamentais no exercer da função do profissional de marketing. Com a utilização contínua dessas ferramentas, os profissionais de marketing terão a capacidade de aprimorar as suas estratégias, alcançando resultados positivos.

Relativamente, às inovações de Realidade Aumentada, Realidade Virtual e *Virtual Influencers*, considera-se que as mesmas serão o futuro das campanhas de Marketing Digital, devido à capacidade de proporcionar experiências memoráveis, atrativas e personalizáveis aos consumidores. No entanto, o sucesso das campanhas irá depender da aptidão que as empresas possuem na implementação dessas inovações nas estratégias de marketing, enquanto mantém a autenticidade e transparência na comunicação.

Para além das tecnologias, o futuro do Marketing Digital será definido pela forma como as empresas utilizam as mesmas na criação de relacionamentos duradouros e na interação com os consumidores.

## Conclusão

No decorrer deste artigo, foram exploradas várias tendências e inovações emergentes que irão modificar o futuro do Marketing Digital, desde a inteligência artificial às mensagens instantâneas. Além disso, foi compreendido a importância do Marketing Digital nas empresas, num mercado cada vez mais digital e exigente.

As empresas têm uma maior capacidade de compreender o comportamento do consumidor digital e de atender às necessidades e exigências do mesmo, devido à crescente disponibilidade de ferramentas de análise.

Em consequência da evolução tecnológica, o Marketing Digital tem sido implementado por diversas marcas como uma estratégia fundamental no alcance de um público mais amplo e diversificado. Esta adaptação demonstra a importância de apostar em tendências e inovações que acompanham a mudança do mercado digital.

Para futuros artigos com reflexões críticas, é pertinente continuar a analisar este tema, sendo que o Marketing Digital é uma área em constante evolução e assim, perceber quais as tendências e inovações que poderão moldar o futuro das estratégias das empresas. Com o intuito de acompanhar as tendências emergentes as organizações deverão apostar na

monitorização das mesmas, na qualificação contínua dos colaboradores e na adoção de novas tecnologias no local de trabalho. Quanto a futuras investigações, é fundamental explorar o impacto das tecnologias emergentes, no comportamento dos consumidores e nas estratégias de marketing.

Em conclusão, o futuro do Marketing Digital promete ser revolucionário e envolvente para as marcas que estão dispostas a inovar e a permanecer atentas às exigências do mercado.

## Referências

- Adobe Business. (2023). Digital Marketing Benefits. <https://business.adobe.com/blog/basics/digital-marketing-benefits>
- Avitamin.pt. (S.D.). Como É Que o Marketing Digital Afeta o Comportamento dos Consumidores. <https://www.avitamina.pt/blog/como-e-que-o-marketing-digital-afeta-o-comportamento-dos-consumidores>
- Bardhi, F., & Rohm, A. J. (2021). Authentically Fake: How Consumers Respond to the Influence of Virtual Influencers. ResearchGate. [https://www.researchgate.net/publication/366518262\\_Authentically\\_Fake\\_How\\_Consumers\\_Respond\\_to\\_the\\_Influence\\_of\\_Virtual\\_Influencers](https://www.researchgate.net/publication/366518262_Authentically_Fake_How_Consumers_Respond_to_the_Influence_of_Virtual_Influencers)
- Cria Active. (S.D.). A Era dos Assistentes Virtuais: Como Eles Estão Impactando o Marketing Digital. <https://criaactive.com.br/a-era-dos-assistentes-virtuais-como-eles-estao-impactando-o-marketing-digital/>
- Metamandrill. (S.D.). AR Marketing: Como a Realidade Aumentada Está Revolucionando o Marketing. <https://metamandrill.com/pt/ar-marketing/>
- More Leads. (S.D.). Realidade Mista e Marketing Digital. <https://moreleads.pt/blog/realidade-mista-e-marketing-digital/>
- Pura Content. (2020). Conheça a história do marketing digital e sua importância. Pura Content. <https://puracontent.com/conheca-a-historia-do-marketing-digital-e-sua-importancia/>
- Priberam. (S.D.). Dicionário Priberam da Língua Portuguesa. <https://dicionario.priberam.org/>
- Raybotix Digital. (2023). The Future of Voice Search in Digital Marketing. <https://medium.com/@raybotixdigital/the-future-of-voice-search-in-digital-marketing-raybotixdigital-dc7bf064569b>
- SNOV.io. (S.D.). Segmentação vs. Personalização. SNOV.io Blog. <https://snov.io/blog/br/segmentacao-vs-personalizacao/>