

ANÁLISE DAS MÉTRICAS DE ENGAJAMENTO NO MARKETING DIGITAL DO PROJETO MAO3D

MARIA EDUARDA ELVINO MOREIRA - DISCENTE

MARIA ELIZETE KUNKEL - COORDENADOR(A)

Trabalho: 8936 **Sessão:** 123 - Tecnologia e Inovação II **Data:** 17/07/20 18h30 **Sala:** 3

Tipo do Trabalho: EXTENSÃO **Campus:** SÃO JOSÉ DOS CAMPOS

Palavras Chaves: MAO3D, MÉTRICAS, MARKETING DIGITAL, FACEBOOK.

Análise das métricas de engajamento no marketing digital do projeto Mao3D Maria Eduarda Elvino Moreira (eduardaelmoreira@gmail.com) e Maria Elizete Kunkel ICT UNIFESP, Campus São José dos Campos, SP, Brasil Universidade Federal de São Paulo - UNIFESP 2020/2º semestre INTRODUÇÃO: O projeto de extensão Mao3D é um programa social e colaborativo do Instituto de Ciência e Tecnologia (ICT) da Universidade Federal de São Paulo - UNIFESP. A missão do Mao3D é protetizar e reabilitar crianças e adultos, em nível nacional, que possuem malformação ou amputação de membro superior, com técnicas de modelagem e impressão 3D utilizando a plataforma e-Nable. O projeto não tem fins lucrativos e trabalha com uma rede de colaboradores que auxiliam na doação das próteses com o propósito de inclusão social por meio da tecnologia assistiva. As mídias sociais é uma grande aliada ao projeto, visto que, esse é um dos principais meios para alcançar os recursos necessários no sentido de atender a demanda. Entre as redes sociais, o Facebook é a de maior alcance atualmente, portanto, o estudo é realizado nesta página. O Mao3D utiliza dessa plataforma para divulgar os resultados, entretanto, nunca foi estimado as informações das métricas, o dificulta o planejamento e a otimização de novas estratégias digitais. Desse modo, a análise dessa ferramenta no marketing digital elevam a quantidade de informações úteis sobre o perfil, sendo de extrema importância para obter doações e o conhecimento de novos casos. OBJETIVO: Analisar a rede social do Mao3D no Facebook de forma mais criteriosa para obter o conhecimento do público alvo e o conteúdo divulgado na página. MÉTODOS: A análise foi realizada no período de quatro meses e os principais tópicos são: seguidores (gênero, faixa etária e país), alcance e publicação. Desse modo, os dados demográficos agregados são baseados em diversos fatores, incluindo as informações de idade e gênero que os usuários fornecem em seus perfis, no qual, esse número é uma estimativa. Para isso, o estudo traz os processos metodológicos de forma quantitativa para a melhor compreensão dos resultados das mídias sociais. RESULTADOS: O número de seguidores no período de janeiro a abril era de: 5.367, 53% homens e 47% mulheres, na faixa etária entre 13 a 65 anos, localizados em 45 países. O alcance é dividido em pago e orgânico, dessa forma, o maior alcance foi no mês de janeiro e março com 3.168 e 269 pessoas. Em relação a publicações, o dia e a hora de maior número de conectados é na sexta-feira às 17 horas, sendo o alcance médio em relação a pessoas: 544 em Link, 444 em fotos e 329 em vídeos compartilhados. CONCLUSÃO: Nota-se o foco nos quesitos de engajamento e interação, para analisar as métricas que elevam a divulgação e com isso auxiliar no andamento, com mais parcerias e investimentos. Portanto, ter um planejamento com informações específicas sobre o público, é uma alternativa que facilita no marketing digital para obter resultados estimáveis e satisfatório para projeto Mao3D.