



ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO DOS NEGÓCIOS DE PILATES NAS MÍDIAS SOCIAIS DIGITAIS

OMIZU, Aline Ayumi Umezaki

ZANINI, Tássia Caroline

RESUMO

Profissionais da área de saúde e bem-estar têm buscado diferentes estratégias de marketing para se diferenciar dos seus concorrentes, atrair e fidelizar seus pacientes. Nesse contexto, o marketing nas mídias sociais tem se mostrado uma opção bastante interessante para que esses profissionais se conectem com o público e clientes em potencial. É nesse contexto que o estudo sobre o marketing de Pilates nas redes sociais se insere. Este estudo tem como objetivo compreender as práticas de marketing utilizadas pelos profissionais e estúdios de Pilates nas redes sociais, tendo em vista as dificuldades e limitações enfrentadas por esses profissionais. Foi realizada uma pesquisa mista, envolvendo questionários online e análise qualitativa de diferentes perfis do Instagram. Os resultados indicam que os perfis que mais crescem são aqueles que possuem um público-alvo bem determinado, publicam tanto no feed como nos stories com maior frequência e compartilham imagens autênticas, em vez de fotos de bancos de imagens. No entanto, a pesquisa quantitativa mostrou que a maioria dos profissionais desse setor enfrentam dificuldades para encontrar tempo para gerenciar suas redes sociais ou possuem poucas habilidades técnicas para isso. Aqueles que optaram por contratar agências de marketing no passado não obtiveram resultados satisfatórios ou sentiram que suas redes ficaram "frias". Dessa forma, é possível concluir que as agências de marketing devem se adaptar e produzir conteúdo mais humanizado para atender melhor às necessidades do setor de Pilates.

PALAVRAS-CHAVE: marketing de saúde, Pilates, mídias sociais digitais.