

# SISTEMA DE ANÚNCIOS E MARKETING DIGITAL

## AD SYSTEM AND DIGITAL MARKETING

Conrado dos Santos Alves Saud <sup>1</sup>

25 de Outubro de 2017

### Resumo

Mais do que um site de anúncios, uma plataforma de marketing digital. Este é o slogan que o sistema carrega consigo. Oferecer aos usuários uma vasta opção de novos lugares para conhecer, com direito a avaliações de outros usuários e informações de contato da empresa desejada. A empresa por sua vez, desfruta de um sistema inteiramente gratuito, afim de adquirir novos fregueses e o conhecimento de um novo público para seu negócio.

**Palavras-chaves:** Marketing. Marketing Digital. Web Marketing. Anúncios. Publicidade

### Abstract

More than an ad web site, a digital marketing platform. This is the slogan that the system bring with himself. Provide to users a lot of options of new places to know, with ratings did by other users and contact information about the companies. The company, in turn, enjoys a completely free system, in order to acquire new customers and the knowledge of a new audience for its business.

**Keywords:** Marketing. Digital Marketing. Web Marketing. Ad

## 1 Introdução

Embora atualmente hajam muitos sites que ofereçam a oportunidade de empresas divulgarem seu negócio na internet de forma livre e gratuita, os mesmos sofrem com dois grandes problemas: baixo fluxo de usuários interessados no produto e falta de foco no atendimento do público daquela região. Outro grande problema que as empresas - principalmente em pequenos municípios - vem enfrentando nos dias atuais é encontrar uma maneira eficaz e barata de realizar o marketing digital do seu negócio. Muito dessas empresas também não sabem por onde começar ou como investir no marketing digital. Em 2017 a Rock Content realizou a pesquisa Social Media Trends, com o intuito de indentificar as principais tendências e práticas relacionadas as redes sociais no Brasil (que é também um meio de marketing digital). A pesquisa contou com 1030 empresários de todo Brasil para entender como é a

participação das empresas nas redes sociais e revelou que, atualmente, 92,1% das empresas estão presentes em alguma rede social, sendo o meio de marketing digital que 97,6% dessas empresas brasileiras de todos os tipos utilizam é o Facebook, seguido do Instagram com 76,6% de presença em suas mídias. Esses são dados de suma importância, pois demonstra que o marketing digital utilizado por quase todas as empresas tem um foco em ferramentas gratuitas como as citadas anteriormente.

Existe também um segundo problema que vem a existir a partir do primeiro problema apresentado: público consumidor. Isto é, não é possível se desenvolver uma plataforma de marketing para empresas se não existir um

---

<sup>1</sup> Graduando do Curso de Sistemas de Informação pela UNIFRAN Franca-SP, conradosaud@gmail.com;

público que consumirá os produtos oferecidos pelo mesmo. Por isso, o sistema é dividido em duas partes: o painel administrativo do cliente e o site principal divulgador de anúncios. É no site principal onde os anúncios são divulgados e o público consumidor encontrará novas empresas para visitar, avaliar e recomendar para amigos.

Este artigo busca apresentar os fatos que foram tratados referente aos problemas que essas pequenas e médias empresas de municípios menores vem enfrentando, e que com o desenvolvimento do sistema de anúncios e marketing digital isso tende a ser minimizado da melhor maneira possível. O mesmo oferece um painel administrativo para que usuários possam se cadastrar gratuitamente e dispor de uma ferramenta de marketing digital gratuita, com acesso a relatórios, integrações com redes sociais e a customização do anúncio da sua empresa na internet, podendo ser tratado como um web site secundário da empresa. Este anúncio ficará visível no site principal que o divulgará de forma diferente para cada usuário que visita o site e busca por algo novo. É dessa forma então, que o fluxo de usuários conhecendo novas empresas e essas empresas oferecendo ao público a oportunidade de ser conhecida, dá início a um loop de geração de leads.

### 1.1 Estrutura

O sistema é dividido em duas partes conectadas entre si: o painel do cliente e o site principal divulgador de anúncios, onde usuários visitam anúncios afim de conhecer novos lugares. O acesso ao painel é restrito a usuários que se cadastraram com o interesse em anunciar no site. A partir deste momento, tratamos tais usuários como clientes, pois os mesmo agora utilizam nossos serviços. Dentro do painel, os clientes tem acesso a tudo que está acontecendo dentro de seu anúncio, com acesso a relatórios por período e sugestões de melhoria para o mesmo. Aos usuários comuns (chamados de visitantes) por sua vez, ao adentrar em um anúncio, também possuem suas interações com o mesmo, podendo avaliar tal anúncio, realizar comentários, recomendar para amigos e também entrar em

contato com o proprietário do anúncio através dos endereços fornecidos, números de telefone/celular, localização no mapa e também via redes sociais.

### 1.2 Painel de cliente

O painel do cliente é também chamado como painel administrativo e é dividido em três partes: painel de acesso (figura 1), painel de empresas (figura 2) e painel gerenciador de anúncio (figura 3). O usuário interessado em cadastrar sua(s) empresa(s) deverá se encaminhar ao painel de acesso e registrar-se como pessoa física, devendo obrigatoriamente fornecer dados como seu nome completo, telefone/celular para contato (não obrigatório), email e senha. A partir deste momento, tal usuário passa a ser tratado como um cliente. Essas informações não são visíveis para os visitantes do site, e são de uso exclusivo para o acesso ao painel.

**Figura 1 – Painel de acesso**

Estalando.com.br  
Mais que um site de anúncios, uma plataforma de marketing!

[Voltar ao site](#)

Cadastre-se agora, é rápido!  
já é cadastrado? [Clique aqui](#)

Nome completo

Telefone ou celular

Email

Senha

Confirme sua senha

[Finalizar cadastro](#)

**Totalmente Gratuito!**  
Anuncie gratuitamente, aumente sua visibilidade na internet e ganhe novos fregueses. Cadastre-se agora, é rápido!

**Integre com o Facebook**  
Temos diversas formas de integração, inclusive com o Facebook. Aumente suas curtidas, receba comentários e seja recomendado por todos.

**Veja seus resultados**  
Tenha acesso a relatórios com todas as pessoas que visualizaram, visitaram, curtiram, comentaram e compartilharam e muito mais!

O cliente ao realizar seu registro no painel de acesso, tem a liberdade de explorar o painel de empresas, e poderá registrar todas as empresas que possui, além de opções como alterar sua senha e informações pessoais (nome, email e telefone/celular). No momento que o cliente deseja cadastrar uma nova empresa, o cadastro de tal empresa deve constar obrigatoriamente com o nome fantasia, cidade onde está localizada e o seguimento na qual aquela empresa atua, além de poder oferecer informações como o email principal e se a mesma possui um site. Assim como o registro anterior, essas informações não são visíveis aos visitantes do site e são informações básicas para uma empresa possuir acesso ao painel gerenciador de anúncio.

**Figura 2 – Pannel de empresas**



Uma vez com sua empresa cadastrada o cliente tem acesso ao painel gerenciador de anúncio. Nessa hora, o cliente tem a opção de visualizar os relatórios (visualizações do anúncio por período, porcentagem de novos visitantes e informações diversas), editar as informações e personalizar seu anúncio (títulos e descrições, endereços e contatos, fotos, horário de funcionamento e mais informações do local), realizar integrações (integração com o Facebook e Google Maps), contratar planos para melhorar a divulgação do seu anúncio, acesso a um painel de F.A.Q (respostas para dúvidas frequentes) e contato direto com o suporte.

**Figura 3 – Pannel gerenciador de anúncio**



### 1.3 Site principal divulgador de anúncios

O usuário (que agora chamamos de visitante) que deseja visitar os anúncios afim de conhecer novos lugares, ao acessar o site principal irá se deparar com uma página onde o mesmo deverá escolher o anúncio de uma cidade específica. Os anúncios são separados por cidades, logo, uma empresa que se registrou em uma cidade específica, seu anúncio só será visualizado dentro dos filtros de busca daquela cidade.

Uma vez selecionado a cidade, o visitante recebe várias sugestões vindas do próprio site (figura 4), como anúncios recomenda-

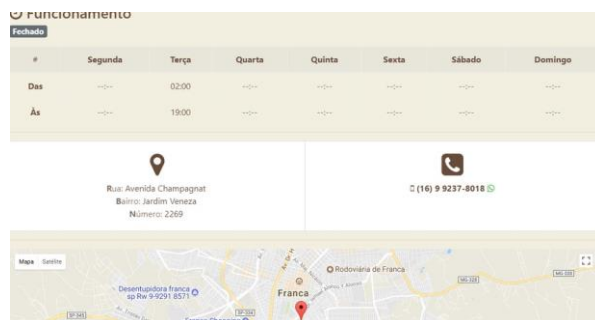
dos, pesquisa por texto dentro do site e pesquisa por filtros (categorias, horários, avaliações, etc).

**Figura 4 – Página principal (recomendados)**



Uma vez selecionado a empresa que gostaria de conhecer, o visitante é encaminhado a página desta empresa (que foi onde o cliente customizou seu anúncio) e tem acesso a todas as informações que o dono do anúncio forneceu (figura 5). O visitante possui interatividades dentro do anúncio, sendo possível avaliá-lo através do Facebook com a opção de curtir, compartilhar com amigos, recomendar aos amigos pelo Messenger e salvar para ver depois em seu Facebook. Ainda utilizando os serviços do Facebook, o visitante também poderá realizar comentários livremente dentro deste anúncio e todas as outras pessoas podem ver. Todas essas operações podem ser feitas apenas utilizando a própria conta do Facebook do visitante, sem a necessidade de realizar um cadastro específico para isso.

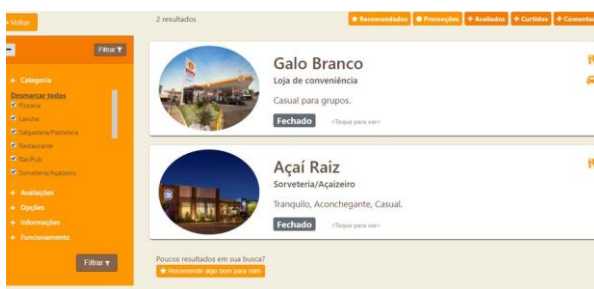
**Figura 5 – Página principal (anúncio)**



Caso o visitante não venha a escolher uma empresa que gostaria de visitar na página principal e opte por filtra-las, o site oferece uma lista de empresas de acordo com os requisitos escolhidos pelo usuário (figura 6). As empresas são apresentadas aos visitantes de forma

aleatória, sempre priorizando os anúncios impulsionados (pagos pelos clientes). Embora sejam apresentados de forma aleatória, dentro de tal aleatoriedade existem alguns critérios de apresentação entre os primeiros e os últimos anúncios como a quantidade de informações que este anúncio possui, se possui imagens e alguma avaliação, e após esta filtragem, os anúncios que constam abertos no momento que o usuário estão visualizando-o ficarão em primeiro da fila em relação aos que estão fechados no momento.

**Figura 6 – Página principal (filtros)**



#### 1.4 Design responsivo

Toda a interface do sistema é adaptada para funcionar em qualquer tamanho de tela, seja de um computador ou de um celular. Pensando nisso, foi elaborado um design que, de acordo com que a tela venha a ser diminuída, alguns elementos deixam de existir como por exemplo, o botão de pesquisar conteúdos no site (localizado no topo da página) se torna um botão flutuando que fica localizado no canto inferior direito da tela. Na página principal onde é apresentado os filtros ao usuário, as descrições do anúncio são ocultadas para que possam dar espaço a uma resolução boa de imagem daquele estabelecimento, além de que a barra de filtros (a esquerda) automaticamente é minimizada e passa a se encontrar no topo da página, fazendo com que toda a pagina se torne linear, adaptando-se assim até as telas mais pequenas como apresentado na figura de número 7. Com o layout funcionando de uma forma responsivo e organizada, garante que os dispositivos mais pequenos possam visualizar informações com qualidade.

O design responsivo também se aplica a outras partes do sistema, como também no painel administrativo. Este trabalho foi feito pois

sabe-se bem que nos últimos anos a tendência de usuário a navegar na internet através de dispositivos mobile (como celulares) crescido bastante, e é certo que provavelmente muitos usuários que encontrem o site também o acessem através deste dispositivo. O painel administrativo também foi modulado em design responsivo pensando em alterações que o próprio dono do anúncio queira fazer de forma rápido e fácil sem o acesso de um computador, isto é, apenas utilizando seu celular ou tablet.

**Figura 7 – Layout em telas pequenas**



Todas empresas possuem informações importantes a fornecer aos visitantes, como se possui um estacionamento, realiza entregas e aceita clientes no local. Foi pensando nisso que ao lado do anúncio colocou-se um ícone (em laranja) indicando esta informação, pois dessa forma tanto o layout grande quanto em uma tela pequena o mesmo pode ser exibido de uma forma bem simples e indicativa ao visitante.

#### 1.5 Anúncio Impulsionado

Embora todo acesso ao sistema seja gratuito, oferecemos um plano a todos clientes

cadastrado que chamamos de anúncio impulsionado. Com o anúncio impulsionado, garantimos a nosso cliente que seu anúncio apareça com mais evidência para todos os visitantes do site, sendo assim, mais visitado e tendo seu negócio mais conhecido pelo público. O anúncio impulsionado sempre aparecerá na frente de todos os outros anúncios quando o usuário está utilizando os filtros, além de também aparecer na página principal do site como recomendado.

Os planos de anúncio impulsionado devem ser contratados dentro do painel administrativo. Os planos são contratados por dias da semana, isto é, você pode contratar o anúncio impulsionado para sua empresa que dure de um dia até uma semana. O plano recebe descontos especiais de acordo com a duração de dias que você deseja e escolher. O valor dos planos é diferente entre os dias comuns da semana (segunda à sexta-feira) e aos finais de semana (sábados e domingos), não alterando em nada o preço aos feriados. Após a contratação do plano, o cliente escolhe os dias em que aquele será ativado, podendo escolher desde o próximo dia após a contratação (não é possível escolher no mesmo dia) até em um mês de antecedência. Quando o dia da contratação deste plano chegar e o impulsionado estiver ativo, a duração do plano será de vinte e quatro horas.

## 2 Materiais e Métodos

Todo o sistema foi projetado em cima de bases sólidas de acordo com padrões de desenvolvimentos já consagrados no mercado. Foram realizados vários testes e experimentos em estruturas e padrões de projetos para se avaliar qual opção se encaixaria melhor no sistema que seria desenvolvido, pois seria necessário algo que sustentasse o site principal gerador de anúncios e também o painel administrativo, e que ambos pudessem trabalhar juntos se alimentando da mesma fonte de dados. Além dos recursos testados para desenvolver o padrão que seria trilhado no desenvolvimento do sistema, também foram realizadas muitas outras pesquisas em sites de anúncios na internet para que ideias pudessem surgir e para que o sistema não cometesse o mesmo

erro que outros sistemas possuíam.

### 2.1 Materiais

O sistema conta com três módulos, onde um é acessível a usuários comuns (visitantes), outro acessível apenas a usuários cadastrados na plataforma (clientes) e o terceiro módulo acessível apenas pelas redes internas do sistema para a comunicação entre os módulos. Tais módulos tratam sobre o site principal divulgador de anúncios onde visitantes buscam e encontram novos lugares para conhecer, o módulo do painel administrativo restrito apenas a clientes que administram o painel de suas empresas e seus anúncios, e por fim o módulo interno do sistema onde estão armazenadas as informações gerais de todas as empresas e anúncios do sistema dentro de integrações de serviços do Google, plataforma nas nuvens e Facebook.

Toda a interface dos módulos um e dois foram projetadas utilizando linguagens de marcação como HTML 5 e CSS 3. Ainda na interface gráfica, foi utilizado Javascript para a comunicação entre formulários, utilizando como auxílio o framework jQuery para realização de interfaces dinâmicas e a busca de informações em tempo real da base dados com a tecnologia Ajax. A estrutura interna do sistema conta com inúmeros documentos em PHP, que foi a linguagem back-end escolhida. O banco de dados escolhido foi MySQL e todo o sistema foi estruturado dentro do padrão MVC e REST. O terceiro módulo do sistema conta com a integração do Google Analytics para a obtenção de relatórios em tempo real dos anúncios ativos no site, assim como a integração do Google Maps para registrar via satélite a localização no mapa daquela empresa. Foi utilizado também a integração de ferramentas do Facebook para que pudessem ser registradas as avaliações e interações dos usuários dentro da plataforma como curtir, compartilhar, recomendar, salvar e comentar.

Toda a estrutura do projeto foi estudada e montada especialmente para funcionar em conjunto com as linguagens escolhidas e o padrão de desenvolvimento adaptado. Em busca de outros sites de anúncios na internet, foram capturados vários tipos de problemas e ideias

que poderiam ser acrescentados no estudo para que o mesmo não viesse com os mesmos defeitos.

## 2.2 Métodos

Uma rápida pesquisa na internet em busca de sites que oferecem serviço de anúncios é possível perceber que grande parte não restringe seu foco apenas em uma região, e sim, em todo o Brasil, além de que todos os sites estudados não oferecem nenhum tipo de plataforma de marketing para os usuários, o que é um problema, pois o custo investido em marketing para anunciar sua plataforma de anúncios em todo país é extremamente alta se comparado ao investimento específico de uma região. Este foi o fato mais marcante em mudar o foco do estudo não somente para uma região específica do país, como também para municípios menores, uma vez que em municípios onde a população é baixa, tais mecanismos de anúncios não funcionam com tanta eficiência.

Para este estudo, foi realizado uma pesquisa na internet utilizando os buscadores mais utilizados para se encontrar sites recomendados na internet. O objetivo seria buscar e encontrar sites que recomendassem lugares para se comer em seis cidades específicas do estado de São Paulo, considerando que duas delas possuem um número de habitantes medianos (Franca e Barretos) e as demais com uma população mais baixa.

- **Cidades de estudo:** Franca, Barretos, Guaíra, Miguelópolis, Ipuã e Ituverava.
- **Buscadores:** Google, Bing e Yahoo.
- **Palavras-chave utilizadas nos buscadores:** site de anúncios de comida, guia de restaurantes, onde almoçar e jantar hoje, bons lugares para se comer.
- **Sites encontrados:** Guia Netsabe, Guia-mais, TripAdvisor, iFood.

É necessário também analisar a população de cada cidade para que possa ser levado em consideração o número de empresas em relação a seus habitantes. Dados retirados do Censo IBGE de 2017.

**Tabela 1 – Número de habitantes em cada cidade**

Cidade	População
Franca	347.237
Barretos	120.638
Guaíra	40.287
Miguelópolis	20.442
Ipuã	21.973
Ituverava	41.414

Utilizando os sites de buscas e guias citados anteriormente, foi realizado uma busca individual em cada cidade utilizando as palavras-chave “comida” e “restaurante”. Não foi filtrado nenhum tipo de bairro específico para cada cidade nem CEP, sendo assim, considerando todos os estabelecimentos daquela cidade. Com os resultados obtidos foram considerados também hotéis que ofereciam buffets, estabelecimentos que aceitavam apenas pedidos para entregas (não atendendo clientes pessoalmente no local) e também negócios individuais, isto é, sem cnpj e um lugar fixo (como feiras e ambulantes). Tais critérios não foram estabelecidos para que pudessem ser encontradas empresas de todos os tipos e obter um resultado geral do tipo de conteúdo que os sites pesquisados apresentariam. Lembrando que os sites de anúncios funcionam de formas diferentes entre um e outro. Alguns sites necessitam que o usuário se cadastre e disponha informações de sua empresa nele, e outros sites apenas varrem a internet em busca de informações de empresas de todos os lugares do país e adicionam em seus registros. Para essa pesquisa todos os casos foram considerados. Ressaltando que o sistema de anúncios e marketing digital que está sendo apresentado neste artigo trabalha de acordo com o primeiro caso, ou seja, com a procura de novos usuários se tornando clientes, realizando seu cadastro e disponibilizando informações de sua empresa para a construção de seu anúncio.



**Tabela 2 – Resultado das buscas**

<b>Cidade</b>	<b>Empresas encontradas</b>
Franca	756
Barretos	445
Guaíra	132
Miguelópolis	313
Ipuã	106
Ituverava	347

O resultado das buscas individuais em cada site tiveram uma variação notável no tipo de comércio que aquele site oferecia. Por exemplo, o iFood é um site onde as empresas se cadastram com o intuito exclusivo de realizar vendas de seus produtos online para sua cidade, resultando em cento e dez (110) e vinte e seis (26) empresas cadastradas para as cidades de Franca e Barretos respectivamente, enquanto as demais cidades não possuíam ao menos um registro. Entretanto, o resultado foi notável para outros sites, como o TripAdvisor onde as empresas não precisam cadastrar-se no site, pois o mesmo realiza buscas na internet por si só e registra automaticamente esses estabelecimentos, onde foram encontrados cem (100), cento e doze (112) e trezentos e treze (313) resultados para Ipuã, Guaíra e Miguelópolis respectivamente, as cidades com menor população da lista.

OBS.: Foram analisados apenas sites de anúncios que permitem a busca de estabelecimentos alimentícios ou palavras-chave relacionados ao mesmo.

### 3 Resultados e Discussão

Entre todos os sites utilizados como exemplo, exceto o iFood, nenhum outro possuía uma ferramenta de marketing digital integrada, isto é, não é possível realizar um cadastro onde o próprio empresário tem acesso ao que está sendo divulgado ou não do seu negócio. Não é possível customizar seus anúncios, realizar alterações em algo que foi apresentado de forma errada e também não é possí-

vel retirá-lo do site por conta própria, pois o mesmo deve entrar em contato com suporte técnico. Embora o iFood esteja na exceção, o mesmo ainda possui seus problemas, pois como citado anteriormente, as cidades com uma população mais baixa não tem acesso aos seus serviços uma vez que o iFood trabalha com entregas de produtos terceirizados, onde não possui suporte as cidades que ainda não foram “escolhidas” por ele.

#### 3.1 Resultados

Sobre os dados levantados e pesquisados, podemos analisar alguns outros tópicos referentes a pesquisa que precisam ser citados:

- Os principais sites de anúncios não possuem um marketing localizado, isto é, eles oferecem a opção de qualquer empresa de qualquer cidade interessada cadastrar-se e divulgar seu anúncio. Isso de certa forma é bom para a diversificação da plataforma de anúncios, porém, como visto na pesquisa, sem o marketing localizado o número de empresas cadastradas passa longe de meros meio por cento da população daquela cidade
- Os sites de anúncio pesquisados não possuem nenhuma área onde o proprietário possa editar e/ou customizar as informações do seu anúncio que está visível aos usuários.
- O filtro de busca dos sites estudados se restringem somente a uma palavra-chave por busca naquela região. Além disso, os anúncios encontrados pela busca são superficiais e não necessariamente atende aos critérios dos filtros escolhidos.
- O painel administrativo dos sites pesquisados não disponibilizam informações básicas aos usuários cadastrados, como relatórios, número de visitas, opções de personalização de seus anúncios, área de ajuda e poucos possuem contato com a equipe de suporte responsável. O cliente cadastrado tem acesso apenas a informações superficiais do seu anúncio e sequer sabe qual o resultado que teve durante o

período que manteve seu anúncio cadastrado no site (caso tenha o cadastrado).

Tais pontos revelam que os sites de anúncios mais procurados pelos usuários, ou pelo menos, os sites mais indicados pelo buscadores da internet não voltam sua atenção para regiões menores, e muito menos notificam seus clientes do fluxo de visitas que seu anúncio teve dentro de um período.

### 3.2 Discussão

Como dito anteriormente, é importante que haja vários veículos de divulgação na internet para todo Brasil, inclusive em sites de anúncios, contudo, é importante também planejar o marketing local, principalmente em cidades onde a população é menor. Esse público tende a ficar restrito apenas ao falatório da população e mídias de marketing físicos como jornais e panfletos, no máximo a páginas no Facebook, pois uma vez que o marketing realizado em sites de anúncios são baixos, poucas empresas daquela região se cadastram, e com poucas empresas cadastradas não tem porque habitantes daquela região buscarem informações vazias no site.

Algumas questões que podem ser respondidas:

- O marketing localizado é a solução para aumentar a visita e o fluxo de usuários e visitantes em sites de anúncios.
- Cidades onde a população é consideravelmente mais baixa, sofre com a pouca opção de onde encontrar novos lugares para conhecer e também com a falta de sites onde possam interagir com tais empresas que visitaram ou pretendem visitar.
- Os sites de anúncios atualmente não oferecem relatórios do fluxo de visita dos usuários no site, o que encarrega de deixar os clientes cegos em relação ao que anda fazendo de certo ou errado na publicidade do seu negócio.

São três questões que podem ser resolvidas e elaboradas dentro de um único sistema

de anúncios afim de resolver um problema coletivo.

## 4 Conclusão

A questão de utilizar o foco do marketing em um sistema de anúncios local é uma ideia válida e que precisa ser utilizada em algum mecanismo da internet. Contudo, crê-se que tendo em vista que cidades com uma menor população possui uma carência maior deste tipo de mecanismo de busca, o foco do marketing nestas cidades oferecem a população uma oportunidade única de utilizar os mecanismos de buscas para conhecer melhor os locais que a cidade pode oferecer, e ainda mais, com o acesso a avaliações que outras pessoas podem realizar. Dessa forma, a empresa tem sua imagem divulgada na cidade através das avaliações dos usuários e também a população tem acesso a um cardápio completo de novos lugares para conhecer e indicar aos amigos através da internet utilizando as redes sociais e até mesmo a divulgação pessoal para outros amigos e parentes.

Todo o sistema em si foi criado também com a ideia de que quando o dono daquela empresa terminar de preencher as informações do seu anúncio e estiver com o mesmo completo, o mesmo também possa tratar a página do anúncio da sua empresa no site como um web site da sua própria empresa caso não tenha, pois todas as informações importantes para contato estão disponíveis nesta página de anúncio, além de poder criar interações com novos fregueses e ainda possuir mecanismo de integração com o Facebook.

O sistema não deve ser visto como um puro site de anúncios, e sim, como uma descoberta de novos lugares para se conhecer. É interessante pensar dessa forma, pois uma vez que esse pensamento é espalhado aos usuários, os mesmo começam a tratar o site da mesma forma. Foi com essa intenção que foram inseridos eventos como a opção de compartilhar com amigos. A ideia é que uma vez que você conheça um estabelecimento que antes você nunca tinha visitado antes através do site e goste do serviço que aquele lugar oferece, você possa compartilhar a página do anúncio desta empresa para um amigo. Da



mesma forma, o próprio empresário também gostaria de divulgar a própria página de anúncios para um amigo e realizar o marketing desta página em seus outros mecanismos de captação de clientes, pois com mais clientes visitando seu anúncio e o avaliando, mais no topo da página de indicados do site seu anúncio estará. Isso gera um loop em atração e feedback do público onde o empresário se mantém no foco do seu marketing atraindo novos clientes e estes clientes por sua vez, buscam novos lugares recomendados por amigos ou por outras pessoas.

Para o sistema, foi escolhido o nome Estalando e já pode ser encontrado na internet. Tal nome foi uma ideia de algo simples que qualquer pessoa poderia lembrar, pois além de ser uma palavra em português, o marketing do site gira em torno de dois dedos gerando um estalo toda vez que seu nome é dito, dessa forma fica fácil de colocar seu nome na cabeça das pessoas e fazendo-as procurá-lo sempre que lembrar ou ouvir um estalo, e consequentemente, ao longo das visitas, também será lembrado como um ótimo site que recomenda lugares novos para se conhecer e mostrar aos amigos

**Referências**

- Rock Content. Social Media Trends 2017. Disponível em: <http://pesquisas.rockcontent.com/redes-sociais>. Acesso em: 24 de out. 2017.
- IBGE. Municípios de São Paulo. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/panorama>. Acesso em: 24 de out. 2017.
- Guia Netsabe. Disponível em: <https://www.netsabe.com.br>. Acesso em: 22 de out. 2017.
- Guiamais. Disponível em: <https://www.guiamais.com.br/sao-paulo-sp>. Acesso em: 22 de out. 2017.
- TripAdvisor. Disponível em <https://www.tripadvisor.com.br/>. Acesso em: 22 de out. 2017.
- iFood. Disponível em: <https://www.ifood.com.br/>. Acesso em: 22 de out. 2017.