



Mestrado em Gestão

Universidade do Minho

Escola de Economia, Gestão e Ciência Política

A Eficácia de Estratégias de Marketing Digital de Residências Seniores nos Utentes e Familiares: Um estudo do caso Vivenza.

Autor: Maria Lima de Faria

Partindo do caso da residência sénior Vivenza, pretende-se explorar de que forma diferentes estratégias digitais conseguem captar atenção, construir confiança e influenciar a decisão, quer de idosos, quer dos seus familiares. O estudo visa compreender como é que as estratégias contribuem para a otimização da resposta às necessidades e comportamentos digitais de cada público definido, desenvolvendo uma comunicação mais eficaz e personalizada. Para dar resposta aos objetivos definidos, a abordagem metodológica combina a análise de conteúdo digital com *digital analytics*, permitindo uma avaliação aprofundada das estratégias de marketing digital utilizadas pela residência sénior Vivenza. A análise de conteúdo digital e o *digital analytics*, alinhados com a análise de literatura, permitem abordar de forma mais ampla e rigorosa o problema em estudo.

Palavras-chave

Marketing Digital, Residências Seniores, Estratégia, Tomada de Decisão.