

TÍTULO

Bruna Araujo Brito de Almeida¹
Greyce Kelly Goes de Oliveira²
Mateus de Souza³
Pedro Henrique Cabral Lisboa⁴

Cliverson Chiarelli⁵
Elvis Roni Bucior⁶
Luciana da Silva Imeton⁷
Luciano Dalla Giacomassa⁸
Marianna Correa⁹
Kamila Uberto¹⁰

RESUMO

O objetivo geral deste projeto é analisar o ambiente interno e mercadológico da empresa Marcos Móveis, identificar oportunidades de melhorias e apresentar propostas de soluções, dentre as áreas das disciplinas inclusas no 3º período de Marketing. Os métodos utilizados para a realização deste estudo foram: dados primários coletados no briefing realizado com a diretora da empresa; visita técnica in loco na empresa e uma pesquisa desenvolvida com profissionais atuantes nas áreas que a Marcos Móveis vende seus produtos, sendo eles nos ramos de salão de beleza, estética e hospital. Um dos resultados identificados foi o potencial da força mercadológica da empresa, visto que os produtos da empresa estão presentes na maioria dos estabelecimentos onde a pesquisa foi realizada. Como itens a serem aprimorados pela empresa, pontua-se o trabalho de endomarketing na empresa, sendo parte fundamental para a produção dos produtos são os colaboradores. Os itens deste projeto abordam propostas para um novo produto para a empresa, uma reformulação de sua marca, uma potencial inovação e um novo canal de varejo, com o intuito de aprimorar o posicionamento da empresa quanto aos seus clientes, representantes e de forma interna.

Palavras-chave: Marcos Móveis; Aprimoramento; Inovação

¹ Acadêmica do Curso de Marketing, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú (brunaaraujobritto@gmail.com)

² Acadêmica do Curso de Marketing, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú (greyce.oliveira@univali.br)

³ Acadêmico do Curso de Marketing, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú (mateussouza38@gmail.com)

⁴ Acadêmico do Curso de Marketing, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú (pedrolisboa674@gmail.com)

⁵ Professor do Curso de Marketing, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú (chiarelli@univali.br)

⁶ Professor do Curso de Marketing, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú (elvisroni@hotmail.com)

⁷ Professor do Curso de Marketing, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú (giacomassa@univali.br)

⁸ Professora do Curso de Marketing, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú (luimeton@univali.br)

⁹ Professora do Curso de Marketing, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú (mariannacorrea@univali.br)

¹⁰ Professora do Curso de Marketing, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú (kamila_uberto@univali.br)