

PLANO DE COMUNICAÇÃO DE MARKETING PARA A CAPTAÇÃO E FIDELIZAÇÃO DOS CLIENTES DA FELICIO AUTOMECÂNICA

MAURICIO MITTMANN¹

RENATA SILVA²

RESUMO

O presente trabalho consiste em um Plano de Comunicação de Marketing destinado a oficina mecânica, Felicio Automecânica localizada no município de Tijucas (SC). Tendo como principal objetivo de desenvolver um plano de comunicação de marketing para Felicio Automecânica visando a captação e fidelização dos clientes. Para isso, os objetivos específicos foram descrever as ações que já foram realizadas pela empresa que pudessem influenciar o cliente quanto sua decisão de compra, identificar a expectativa que os consumidores possuem em relação ao serviço de uma automecânica, verificar a percepção dos clientes da empresa quanto aos serviços e produtos prestados, apresentar a análise interna (forças e fraquezas) e externa (oportunidades e ameaças) e definir objetivos e estratégias de marketing, a partir disso, propondo um plano de ação. A pesquisa realizada trata-se de uma proposição de planos, sua abordagem é quantitativa e qualitativa, exploratória, descritiva, bibliográfica, documental, levantamento e estudo de caso. Para a coleta de dados foram utilizados dois questionários sendo um com os consumidores visando identificar a expectativa em relação a serviços prestados a oficinas mecânicas e outro com os clientes atuais da empresa, com o intuito de saber os motivos de realizarem serviços na empresa estudada. Além das duas pesquisas foi realizada uma entrevista com o gestor para compreender o ramo de atuação da empresa e desenvolver a análise SWOT, analisando os ambientes interno e externo da empresa. Com isso, pode-se estabelecer os

Palavras-chave: Plano de comunicação de marketing. Captação. Fidelização.

¹ Acadêmico (a) do Curso de Administração UNIVALI – Campus Tijucas /SC.
mauricio_mittmann@hotmail.com

² Prof(ª). Msc. Orientador(a), UNIVALI – Campus Tijucas /SC. renata@univali.br