



ESTRATÉGIAS E AÇÕES DE MARKETING COM BASE NA PERCEPÇÃO DOS CLIENTES DO SUPOERMERCADO MERCOCENTRO

MAYARA DE LIMA BARBOSA¹ROGÉRIO RAUL DA SILVA²

RESUMO

O trabalho teve como intenção analisar a percepção dos clientes do Supermercado Mercocentro, em relação aos serviços prestados e produtos oferecidos. Visto que, elaborar estratégias e ações de marketing é importante para a empresa para manter vantagem competitiva em relação aos seus concorrentes, e fidelizar clientes. A pesquisa de satisfação auxilia os gestores da empresa compreender o que o seu cliente espera em relação ao mercado. A metodologia utilizada na pesquisa foi descritiva, analisando a percepção dos clientes do Supermercado Mercocentro em relação ao mercado, utilizando como ferramenta o questionário com 20 questões, sendo 19 perguntas múltipla escolha e uma aberta para sugestões de melhoria. O instrumento de pesquisa foi desenvolvido pela autora do trabalho em conjunto com o orientador, visando responder e alcançar os objetivos proposto no trabalho. Em relação aos resultados encontrados com a pesquisa aplicada, é possível relatar que os clientes do Supermercado Mercocentro se encontram satisfeito de modo geral,

porém desejam que o mercado melhore nos aspectos sobre a infraestrutura do mercado e mix de produtos oferecidos pelo mercado. É importante ressaltar que o trabalho possibilitou desenvolver estratégias em que podem intensificar a fidelização dos clientes do Supermercado Mercocentro.

Palavras-chave: Marketing, Marketing de Relacionamento, Fidelização.

¹ Acadêmico (a) do Curso de Administração UNIVALI – Campus Biguaçu/SC.
mayaralbarbosa@hotmail.com>

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