

## ESTRATÉGIAS DE MARKETING E SUA UTILIZAÇÃO COMO FERRAMENTA COMPETITIVA PARA AS ORGANIZAÇÕES CONTÁBEIS WERKA LTDA

BRUNA RINNERT SCHMIDT<sup>1</sup>

CAMILA DA SILVA SCHMITT<sup>2</sup>

### RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo propor estratégias de marketing para ampliar a competitividade das Organizações Contábeis Werka, visando reposicionar a empresa no mercado, se destacando diante da concorrência, permitindo a criação de valor para ganhar mais visibilidade e obter sustentabilidade financeira. Diante disso, o presente estudo possui como problema identificar quais estratégias de marketing podem contribuir para tornar as Organizações Contábeis Werka mais competitiva com o propósito de apresentar melhorias com a utilização do marketing. Para isso, inicialmente foi necessário realizar uma pesquisa exploratória, para proporcionar a pesquisadora maior conhecimento sobre os temas abordados e na sequência a pesquisa caracterizou-se como descritiva, pois por meio da observação participante foi possível realizar o mapeamento do mix de marketing utilizado nas atividades de prestação de serviços da empresa, que compreendeu os 4P's de marketing: produto, preço, praça e promoção, como também os 4P's de serviços, que são perfil, processos, procedimentos e pessoas. Após mapear as atividades, foi realizada uma pesquisa diagnóstica, onde foram analisadas as informações obtidas para verificar os resultados da empresa. Quanto à natureza dos dados, ou seja, a abordagem utilizada, foi realizada uma pesquisa qualitativa com a amostra de 44 respondentes, para verificar a

**Palavras-chave:** Estratégias de Marketing, Serviços, Qualidade, Clientes, Competitividade.

---

<sup>1</sup> Acadêmico (a) do Curso de Recursos Humanos UNIVALI – Campus Balneário Camboriú/SC.  
brunarinnert93@gmail.com

<sup>2</sup> Prof(a). Msc. Orientador(a), UNIVALI – Campus Balneário Camboriú/SC.  
camila.s.schmitt@gmail.com