

ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA DE MARKETING DA EMPRESA PAPALÉGUAS ENCOMENDAS RÁPIDAS

Celso Artur Nollí¹

Sara Joana Gadotti dos Anjos²

RESUMO

Na atual conjuntura econômica, as exigências com o produto ou serviço aumentam, fazendo-se necessário que as estratégias usadas diariamente pelas empresas sejam otimizadas, buscando o melhor atendimento ao público. A Comunicação Integrada de Marketing (CIM) tornou-se a maneira que as empresas entenderam e aplicaram para incorporar todas as formas de marketing a seu favor, incorporando cada vez mais seu nome ao cotidiano dos consumidores. Neste contexto o presente trabalho teve por objetivo, analisar as estratégias de Comunicação Integrada de Marketing – CIM - da empresa Papaléguas Encomendas Rápidas. Para tanto foram traçados os seguintes objetivos específicos: descrever o processo de comunicação da empresa; identificar estratégias de comunicação integrada de marketing que a empresa utiliza; analisar as estratégias do marketing digital utilizado pela concorrência; e propor ações de CIM para a empresa Papaléguas Encomendas Rápidas. Esta pesquisa caracterizou-se por uma abordagem descritiva, tendo como o método o estudo de caso; realizando-se entrevista com gestor. Os resultados da pesquisa apontam que a empresa, mesmo que em pequena quantidade, implementou ações de Comunicação Integrada de Marketing durante sua trajetória e continua atuando com algumas atividades; além de que seus concorrentes pouco investiram em atividades de marketing digital durante o período.

Palavras-chave: Marketing, Comunicação Integrada de Marketing.

1 Graduando no Curso de Administração da Universidade do Vale do Itajaí – Campus Balneário Camboriú.

2 Professora Doutora do Curso de Administração da Universidade do Vale do Itajaí – Campus Balneário Camboriú.