

SINTA-SE MORMAII: *slogan* ou estilo de vida? um estudo da filosofia junto aos franqueados da marca

Marcel Schiefler Nedeff

Ligia Najdzion

RESUMO

Este estudo tem como objetivo conhecer o impacto da filosofia “Sinta-se Mormaii” sobre os franqueados da marca, ajudando-a priorizar e alinhar suas ações para um melhor entendimento e propagação deste posicionamento. O método de pesquisa adotado caracterizasse como qualitativo e quantitativo. O primeiro foi obtido por meio de entrevistas em profundidade com os profissionais de marketing e de franquias da organização. O segundo foi aplicado junto a totalidade dos franqueados por meio de um questionário composto por perguntas abertas e fechadas. Os resultados obtidos revelaram, entre outros pontos, que o *slogan* utilizado pela empresa se mostra adequado e forte perante as lojas espalhadas pelo Brasil, porém pode ser melhor divulgado, bem como ser aplicado com mais apreço à cada uma das franquias, considerando suas peculiaridades.

Palavras-Chave: Marca; Identidade de Marca; Estilo de Vida; *Franchising*.

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

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