

MARKETING DE RELACIONAMENTO: uma percepção de mercado sobre a empresa ZIMMEX

Gabriel João De Borba¹

Márcio Daniel Kiesel²

RESUMO

Nossa realidade econômica implica hoje em padrões mais competitivos para a conquista e fidelização de seus clientes. Para se destacar nesse cenário as empresas buscam métodos de fidelização. Las Casas (2002) afirma que atrair um novo cliente pode custar até 4 vezes mais esforço de que reter um cliente que já existe. A empresa Zimmex possui uma ampla comercialização e distribuição de equipamentos contra incêndio. Desde dos inícios dos trabalhos em 2014 a empresa teve um crescimento expressivo. Sua meta é se tornar a empresa parceira das empresas do ramo de construção em Balneário Camboriú. Definindo assim o objetivo geral deste trabalho que é analisar o fator dominador predominante que é levado em consideração na compra ou escolha de produtos de segurança pelas construtoras de Balneário Camboriú. Foi utilizado as empresas filiadas a SINDUSCON/BC. Diante da pesquisa pode se analisar que as construtoras levam em consideração as formas de negociações de cada empresa. Além de identificar uma nova abertura de produtos da empresa.

Palavras-chave: Marketing de Relacionamento; Zimmex; Construtoras.

¹ Acadêmico (a) do Curso de Administração, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú/SC. gabrieljborba@hotmail.com

² Prof. MSc. Orientador, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú/SC. mdk@univali.br