

MUITO + GESTÃO

Anais da Semana Científica e de Extensão

Escola de Negócios - Univali
Curso de Administração
Campus de Biguaçu

Ações de marketing de serviços para a Imobiliária Soma Imóveis

Tatiane Nepomuceno¹

Rogério Raul Silva²

RESUMO

Atualmente com mercado mundial em constante desenvolvimento, aumenta cada vez mais a concorrência, e compete as organizações procurarem o marketing como ferramenta para destacar-se com diferenciação perante as demais. O presente estudo foi elaborado na área de marketing e teve como objetivo conhecer a percepção, satisfação e insatisfação dos clientes da imobiliária Soma Imóveis, localizada na praia de Canasvieiras e atuando há 25 anos no mercado imobiliário de Florianópolis, afim de se obter efetivos resultados e recomendar sugestões de melhorias para a empresa. No presente estudo, foi realizada uma pesquisa de natureza descritiva e aborda o método quantitativo. A pesquisa foi aplicada com três segmentos de serviços da empresa: Vendas, locação anual e locação temporada, totalizando 106 clientes, com o intuito de verificar se todos os possuem a mesma percepção da imobiliária. Os dados primários foram coletados através de questionário que foram aplicados junto aos clientes da empresa no período de abril de 2018. Com o propósito de alcançar os objetivos deste trabalho, foi elaborado a fundamentação teórica e abordado os seguintes temas: conceito de marketing, composto mercadológico de marketing, composto de marketing expandido para serviços, conceito de serviços, qualidade em serviços, satisfação do cliente, pesquisa de marketing. Com base na apresentação dos resultados da pesquisa foi verificado a opinião dos clientes a respeito dos serviços prestados e identificado os pontos fortes e fracos da empresa. Conclui-se com o presente estudo que a empresa pesquisada a imobiliária Soma Imóveis, apresenta um alto grau de satisfação em relação a maioria dos itens questionados. O item que apresentou baixo, porém significativo grau de insatisfação foi em relação aos preços praticado, formas de pagamento, conhecimento dos produtos por parte dos funcionários, serviços de manutenção dos imóveis, cortesia e agilidade no atendimento telefônico, atendimento da gerência, atendimento dos corretores de imóveis, atendimento na recepção da imobiliária, e em relação ao site da empresa. Para esses itens foram sugeridas algumas ações de melhorias, para complementar e aumentar a satisfação dos clientes.

Palavras-chave: Pesquisa de Mercado; Marketing; Satisfação

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

² Prof. MSc. Orientador, UNIVALI – Campus Biguaçu/SC. rogeriosilva@univali.br