

MUITO + GESTÃO

Anais da Semana Científica e de Extensão

Escola de Negócios - Univali
Curso de Administração
Campus de Itajaí

ESTUDO DA DEMANDA PARA IMPLEMENTAÇÃO DE NOVOS SERVIÇOS NO SALÃO RO – ESTILOS HAIR

Mariana Pezzini¹

José Roberto Altoff²

RESUMO

Este trabalho consiste no desenvolvimento de uma pesquisa-diagnóstico que buscou contribuir a empresa Ro – Estilos Hair a selecionar novos serviços a serem implantados em seu portfólio e que estivessem alinhados com as demandas registradas junto ao seu mercado potencial. Os objetivos específicos do trabalho se propunham a descrever os serviços atualmente oferecidos pela empresa; identificar e descrever quais são os diferentes serviços e procedimentos que outros salões e clínicas de estéticas têm oferecido aos seus clientes; determinar, junto com a proprietária da empresa, o perfil de clientes desejado para o seu negócio; identificar quais são os serviços oferecidos pela empresa que os clientes mais utilizam; identificar junto aos indivíduos que ainda não sejam clientes da empresa, mas que tenham perfil alinhado com aquele desejado pela empresária, as principais demandas por serviços de beleza e estética. A pesquisa adotou uma abordagem quali-quantitativa e utilizou três distintas técnicas de coleta de dados: aplicação de questionários a 205 clientes potenciais da empresa e também a 100 salões de beleza ou clínicas estéticas da cidade de Itajaí; entrevista com a proprietária do estabelecimento para identificação do perfil desejado de seus clientes e descrição dos serviços ofertados e; análise documental dos registros feitos acerca dos serviços ofertados pela empresa em um espaço de tempo de 71 dias. Os resultados demonstraram que as demandas por serviços de beleza identificadas junto às clientes potenciais convergem a uma pré-disposição a alguns serviços especializados na estética facial e corporal. Identificou-se também que estes mesmos serviços são pouco ofertados pelos salões de beleza e clínicas estéticas abordados durante a pesquisa. Por meio dos resultados pôde-se identificar quais serviços a empresa poderia priorizar para a implementação no seu portfólio, o que foi apresentado como sugestões, bem como a necessidade de se promover com maior efetividade o estabelecimento por meio de comunicação dirigida.

Palavras-chave: Marketing. Serviço. Salão de beleza.

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

² Prof. Msc. Orientador, UNIVALI – Campus Itajaí/SC. jraltoff@gmail.com