



MUITO + GESTÃO

Anais da Semana Científica e de Extensão

Escola de Negócios - Univali
Curso de Administração
Campus de Biguaçú

ESTRATÉGIAS E AÇÕES DE MARKETING QUANTO EXPERIÊNCIA DOS CLIENTES DO BAR GRAFTON HOUSE

Anderson Matias¹

Rogério Raul da Silva²

RESUMO

O presente estudo é voltado para a área de marketing e tem como objetivo entender a experiência percebida dos clientes da Grafton House, ter uma visão do gestor e uma comparação qualitativa com os concorrentes, afim de apresentar propostas de melhorias na qualidade da experiência dos clientes. O estudo se inicia com a fundamentação das teorias que compõe as literaturas voltadas para o marketing empresarial com enfoque em marketing de serviços. A pesquisa ocorreu de forma quantitativa onde foi aplicado um questionário com 15 perguntas fechadas para coleta de dados primários, o mesmo questionário foi avaliado de forma qualitativa pelo autor nos dois principais concorrentes e também perguntado de forma aberta para o gestor sobre suas percepções com cada tópico, buscando abranger os 7 P's do marketing de serviços. A análise dos resultados foi feita por meio de gráficos e tabelas e os resultados foram divididos analisando os pontos forte e fracos analisando os dados obtidos ao longo das pesquisas. O estudo gerou algumas soluções que poderão ser utilizadas pela empresa afim de melhorar suas ações de marketing voltadas para a experiência do cliente.

Palavras-chave: “Palavras--chave: Experiência do cliente, Marketing de Serviços, Marketing de Relacionamento.”

¹ Acadêmico (a) do Curso de Administração, UNIVALI – Campus Biguaçú /SC.andersonmatias555@hotmail.com

² Prof. Msc. Orientador, UNIVALI – Campus Itajaí/SC. rogeriosilva@univali.br