

ANÁLISE DAS ESTRATÉGIAS DE MARKETING APLICADAS À EMPRESA STUDIO W ESPAÇO DA BELEZA

WAGNA FERNANDES DE MATOS¹

MILEIDE MARLETE FERREIRA LEAL SABINO²

RESUMO

Este estudo tem como objetivo geral analisar as estratégias de marketing utilizadas na empresa Studio W espaço da beleza. Com o intuito de atender a proposta do objetivo geral, foi elaborado os seguintes objetivos específico: (I) Descrever as estratégias do composto mercadológico aplicado atualmente pela empresa estudada; (II) Realizar análise SWOT da empresa; (III) Apresentar as estratégias de marketing de relacionamento adotadas pela empresa; (IV) Analisar os resultados das estratégias descritas; (V) Sugerir melhorias para as estratégias aplicadas pela empresa frente aos resultados obtidos na pesquisa. Para alcançar os objetivos propostos, utilizou-se como procedimentos metodológicos a pesquisa qualitativa, pesquisa documental e bibliográfica, que envolveu a análise dos registros das ações de comunicação e marketing de relacionamento desenvolvidas pela empresa Studio W. Os conceitos utilizados abordam temas como marketing, comportamento do consumidor, composto mercadológico, estratégias de marketing, marketing de serviço, pesquisa de marketing, ambiente de marketing e marketing digital. Os principais resultados encontrados confirmaram a prática desta ferramenta na empresa Studio W espaço da beleza, que além de utilizar um banco de dados, tem as mídias sociais como veículo de comunicação e interação com os clientes. Há a aplicação do Customer Relationship Management (CRM), do cartão de fidelidade que reconhecem e recompensam os clientes mais fiéis. Por meio destas ações foi possível verificar que a

Palavras-chave: Marketing, Fidelização, Marketing de Relacionamento.

¹ Acadêmico (a) do Curso de Administração UNIVALI – Campus Biguaçu/SC.
wagnamattos14@gmail.com

² Prof(ª). Msc. Orientador(a), UNIVALI – Campus Biguaçu/SC. mileide.sabino@univali.br