

ESTRATÉGIAS DE MARKETING COM BASE NA PERCEPÇÃO DOS CLIENTES DA EMPRESA GLI ASSADOS

KAROLLINY DOS SANTOS CARDOSO¹

ROGÉRIO RAUL DA SILVA²

RESUMO

O presente estudo foi realizado na área de marketing, tendo como principal objetivo a descoberta de como está a satisfação dos clientes do Gli Assados em relação às variáveis mercadológicas e a partir desta análise propor estratégias para a empresa. Os objetivos específicos foram: identificar o perfil dos clientes da empresa, verificar a percepção dos clientes atuais acerca dos serviços e produtos prestados em relação ao composto mercadológico, o mapeamento dos aspectos positivo e negativo da prestação de serviços apontados pelos clientes pesquisados e por fim propor ações de melhorias à empresa em relação aos aspectos apontados pelos clientes pesquisados. O presente trabalho possui uma abordagem qualitativa e quantitativa e tem por caracterização ser uma pesquisa descritiva e exploratória. As análises dos dados foram feitas por meio de questionários, respondidos por 100 (cem), consumidores da empresa após o fim desta etapa foi utilizado o Excel para a construção e tabulação dos gráficos. Por meio dos resultados obtidos, foram analisados e disponibilizados os aspectos positivos (qualidade dos produtos, atendimento, horário de funcionamento, variedade de produtos, limpeza, localização, qualidade dos produtos em relação à concorrência) já os aspectos negativos foram (estrutura física, estacionamento, formas de pagamentos, tempo total do atendimento), da organização. Ao fim deste trabalho a acadêmica fez sugestões de melhorias para a empresa, afim de que se possa manter um vínculo satisfatório com o público-alvo.

Palavras-chave: Satisfação, marketing, estratégia.

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

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