

COMO VENDER MEUS PEIXES:

Análise do Marketing Mix da Peixaria Camboriú 2016.

João Alberto Gradaschi¹

Fabricia Durieux Zucco²

RESUMO

A utilização estratégica das ferramentas de marketing podem representar um grande diferencial competitivo para as organizações. A compreensão do nível de satisfação dos consumidores em relação aos componentes do marketing mix resulta na obtenção de informações preciosas que auxiliam a organização no aperfeiçoamento dos serviços e na antecipação diante a concorrência. O presente estudo tem o objetivo de analisar o composto mercadológico da Peixaria Camboriú na perspectiva dos clientes. Utilizou-se a metodologia quantitativa, com a técnica de coleta de dados survey junto a 110 clientes do estabelecimento. A partir dos resultados foi possível constatar um alto grau de satisfação em relação à dimensão Produto com média de 6,3. Outra dimensão apontada pelos clientes foi a de Preço, onde recebeu a média de 6,1, sendo aceita pela satisfação do cliente. Em contrapartida as médias citadas acima, o mix de Praça e Promoção obtiveram um resultado não pertinente em busca de um nível mais avançado na avaliação do consumidor, com média geral de 5,9. Na composição da pesquisa, os resultados mostram que o comportamento do consumidor é de grande importância na avaliação do composto mercadológico, formando uma análise na satisfação dos clientes da Peixaria Camboriú.

Palavras-chave: Marketing mix, Vendas, Comportamento do Consumidor.

¹ Graduando no Curso de Administração da Universidade do Vale do Itajaí – Campus Balneário Camboriú.

² Professora Doutora do Curso de Administração da Universidade do Vale do Itajaí – Campus Balneário Camboriú.