

AVALIAÇÃO DA ÁREA COMERCIAL DA EMPRESA SUZANA SANTOS

Vanessa Marques Reichert¹

Manuel Carlos Pinheiro da Gama²

RESUMO

A área de marketing é percebida atualmente como de relevante importância em um ambiente altamente competitivo, nessa perspectiva, o planejamento de marketing e a implantação de ações torna-se o elo de relações entre a empresa e seu mercado. Neste contexto, a empresa Suzana Santos percebeu a necessidade de desenvolver uma análise no setor comercial, voltada para estudar o conjunto de ações de marketing implementadas durante o período de 2015, bem como uma análise quantitativa do desempenho da área vendas, no que tange ao potencial de mercado e sua participação relativa. Mediante esta análise, foi possível identificar o problema de pesquisa do presente projeto, como sendo de que forma o planejamento de marketing poderá otimizar a utilização dos investimentos de marketing da empresa. Como aspectos metodológicos, utilizou-se uma pesquisa descritiva, qualitativa e quantitativa, tendo como instrumentos a observação participante e a pesquisa documental. Diante disso, foi proposto um modelo de plano de marketing com base na situação atual de marketing e a análise swot da empresa. A partir desses indicadores foi possível se estabelecer os objetivos de marketing, bem como sua estratégia competitiva, são apresentadas o conjunto de ações marketing, sua implantação e os investimentos necessários para a realização.

Palavras-chaves: Marketing, Plano de marketing, Vendas.

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

² Professor Mestre do Curso de Administração da Universidade do Vale do Itajaí – Campus Balneário Camboriú.