

MARKETING EMPRESARIAL: FOCO NO ATENDIMENTO AO CLIENTE NA EMPRESA FIDO DIO

SILVA, Éder Brito da – (FANP/UNIESP)
MARQUES, Thalyta Priscila Santos - (FANP/UNIESP)
CANTAGALLO, Maria Virginia - (FANP/UNIESP)

Com o avanço da tecnologia o Marketing ganha força no meio empresarial e surge como principal ferramenta de aproximação empresa consumidor. O objetivo desta pesquisa é identificar elementos de marketing na atuação da empresa de confecções Fido Dio. Diante desse contexto o presente artigo abordará a importância que o Marketing adquiriu no mercado, pois é através do marketing que as organizações buscam captar e entender as necessidades e os desejos dos consumidores buscando satisfazê-los. Tendo como justificativa que o Marketing hoje é a base da estrutura comercial de toda empresa, pois se relaciona a produção, clientes, matéria prima, fornecedores, propaganda, que possibilitam as empresas a encontrar compradores para a produção da empresa, envolvendo-se no desenvolvimento de produtos, composições de preços, estratégias de distribuição e comunicação. Esta pesquisa foi desenvolvida de maneira qualitativa do tipo descritiva, foi desenvolvida a coleta de dados para a sustentação teórica do artigo, sendo que de acordo com a problemática e com os objetivos, optou-se por sintetizar sobre marketing na gestão empresarial, qualidade no atendimento ao cliente e abordagem no atendimento. Tendo como base no referencial teórico, elaborou-se o roteiro de entrevista semiestruturada que foi utilizado para a coleta dos dados em entrevista com o empreendedor da Empresa Fido Dio que compuseram a amostra desta pesquisa. Mediante a pesquisa realizada podemos concluir que o marketing envolve muitos aspectos de uma empresa, e conforme entrevista realizada tivemos como resultado a preocupação do responsável pela empresa Fido Dio em relação a este aspecto, abordou-se que o cliente satisfeito é aquele que adquire produtos de qualidade, um atendimento satisfatório, positivo, atenção do vendedor, um local adequado, entre outros. A entrevista ainda proporcionou compreender que a referida empresa tem o marketing como foco em seu dia a dia, de forma a garantir prestígio, fidelidade de seus clientes e a realização de um trabalho voltado ao crescimento profissional. Concluiu-se neste estudo que existem vários tipos de clientes, cada um com uma visão própria do que quer e do que está em busca em uma empresa, por isso antes de abordar esses clientes faz-se necessário atentar para os seguintes passos: conhecer: suas funções, a empresa, as normas e procedimentos; ouvir: para compreender o cliente; falar: utilizar um vocabulário simples, claro e objetivo; perceber: o cliente na sua totalidade, assim como a empresa está buscando fazer.

Palavras-chaves: Consumidor; Empresaria; Marketing