

01 a 04 de outubro de 2018

Evento: XXVI Seminário de Iniciação Científica

AUDITORIA DE MARKETING EM UMA EMPRESA PRESTADORA DE SERVIÇOS¹ **MARKETING AUDIT IN A SERVICE PROVIDER**

Rafael Schemmer Goi², Jéssica Possebon³, Gustavo Dal Forno⁴

¹ Pesquisa Institucional desenvolvida no componente curricular Fundamentos de Marketing pertencente ao curso de Graduação de Administração da Unijuí

² Aluno do Curso de Administração da UNIJUI.

³ Aluna do Curso de Administração da UNIJUI.

⁴ Aluno do Curso de Administração da UNIJUI.

Introdução

A administração de marketing trata sobre o planejamento e execução de ideias, concepção e determinação de preços, promoção e distribuição de ideias, bens e serviços para gerar trocas que contemplem as necessidades individuais e organizacionais. Permite ainda, conhecer e entender o mercado em que a empresa atua mediante as variáveis macro e microambientais, além de analisar estrategicamente o mercado a fim de gerar valor e agregar vantagens para a empresa.

Além disso, o marketing se propõe a exercer diferentes atividades, dentre elas, primeiramente analisar as necessidades e desejos humanos, considerando o ambiente de marketing, e determinando a segmentação de mercado consumidor. Inclusive, o marketing auxilia e se propõe a ser um elemento de posição estratégica sobre um produto ou serviço, fazendo com que o consumidor conheça e se interesse pelo produto disponível no mercado.

Conhecendo então, o ambiente de marketing e suas variáveis, o marketing permite fazer uso de outra ferramenta chamada de composto de marketing, para assim responder às variáveis macroambientais não controladas pela empresa (KOTLER, 1998). Desta forma, de acordo com a demanda dos consumidores, é possível fazer alterações sobre um produto, e nele modificar também preços, canais de distribuição e promoção.

Neste sentido, dentro do grande tema que é o marketing, este estudo delimitou-se a analisar o estreitamento entre a prática da empresa Recarga Fácil, localizada em Ijuí, e a teoria vista na disciplina de Fundamentos de Marketing, através de uma auditoria de marketing. Especificamente, buscou-se conhecer e caracterizar a organização objeto de estudo em suas especificidades, investigar suas características e práticas de marketing, de modo a identificar pontos fortes e fracos, e assim, elaborar proposições para aprimorar o desempenho da empresa.

E ao findar da pesquisa, quer-se identificar as práticas de marketing na referida organização e responder a problemática norteadora deste estudo, ou seja, como a auditoria de marketing pode melhorar a performance da empresa?

Metodologia

Utilizou-se como métodos de pesquisa quanto à natureza, a pesquisa aplicada, à abordagem, a pesquisa qualitativa, aos objetivos, a pesquisa descritiva e exploratória e aos procedimentos técnicos, a pesquisa bibliográfica, documental e pesquisa de campo (ZAMBERLAN, et. al. 2014).

01 a 04 de outubro de 2018

Evento: XXVI Seminário de Iniciação Científica

Para fins de coleta dos dados utilizou-se como método, entrevista e observação. A entrevista seguiu uma aplicabilidade de questões junto ao gestor da empresa, cujas falas foram gravadas e após transcritas pelos discentes. Vale ressaltar que, foram utilizados dois questionários, onde o primeiro, o qual foi elaborado pelos autores, indagou características sobre o entrevistado e a organização e o segundo, proposto na bibliografia de Kotler, indagou questões gerais acerca do processo de marketing decorrente na organização. E após a coleta de dados, interpretou-se e analisou-se os dados de acordo com os conteúdos vivenciados na disciplina de Fundamentos de Marketing.

Resultados

Para obter e poder analisar os resultados, buscou-se o estreitamento entre a teoria e a prática de marketing realizada na empresa. Conforme seguiu o questionário aplicado à empresa, os resultados dividem-se na auditoria do macroambiente, posteriormente do processo de segmentação e posicionamento de mercado e por fim, a apresentação das análises do composto (mix) de marketing.

MACROAMBIENTE

Uma das forças macroambientais é a demográfica, que no caso da empresa Recarga Fácil é a cidade de Ijuí, onde se monitora o crescimento populacional em prol de novos mercados. Nesse sentido, a organização busca estar sempre a par dos acontecimentos que acontecem na região, no país e no mundo, participando de palestras para prever as possíveis tendências do mercado consumidor de Ijuí e região.

A Recarga Fácil apresenta grandes preocupações com o meio ambiente, sendo que para cada cartucho que a empresa recarrega, são tomadas algumas medidas necessárias, como exemplo, o restante da tinta que sobra do processo de recarga de tinta dos cartuchos é guardado e posteriormente reciclado por outra empresa, parceira da organização em estudo, e os cartuchos velhos também são recolhidos. Além disso, a empresa informa seus clientes a respeito do descarte desses materiais e, na maioria das vezes, os recolhe para dar o devido fim. Já nos processos do macroambiente tecnológico a empresa acompanha as tecnologias e conforme novos surgimentos, a organização às busca e repassa para seus clientes. Como exemplo, a venda dos cartuchos remanufaturados e de produtos novos das diversas marcas com que a Recarga Fácil trabalha.

A empresa em estudo, trabalha com todos os tipos de públicos e portanto com culturas de diferentes etnias e raças. Logo, independente da cultura ou perfil do consumidor, a empresa preza pelo atendimento padronizado no sentido de tratar bem o cliente, permitindo que ele se sinta à vontade, e o atendimento é realizado tanto para quem apenas deseja comprar um pequeno cartucho quanto para aqueles que buscam mais exemplares.

SEGMENTAÇÃO DE MERCADO

A empresa Recarga Fácil vem buscando algumas bases para segmentar seu mercado. Primeiramente, na forma de segmento por base geográfica, a empresa atua especificamente em Ijuí, que por ser uma cidade situada no noroeste do estado, com uma população de cerca de 83.000 pessoas (IBGE, 2016), abrange um número grande de empresas, escolas, escritórios de

01 a 04 de outubro de 2018

Evento: XXVI Seminário de Iniciação Científica

contabilidade, hospitais, clínicas de saúde e profissionais liberais que necessitam dos serviços e produtos que a empresa oferece.

A ideia da organização, no entanto, é melhorar o atendimento na cidade e focar em alguns setores que ainda não estão sendo bem trabalhados, como a venda de impressoras, pois parte dos clientes acreditam que a Recarga Fácil apenas recarrega cartuchos, desconhecendo a venda de impressoras, sistemas, papel fotográfico, montagem de sistemas e tinta. Dessa forma, busca-se trabalhar mais a imagem da empresa com a intenção de expandir o negócio e mostrar ao cliente o potencial de serviços da empresa. As clínicas (D´Imagem, Oral Rad) que fazem exames e diagnósticos por imagem, hospitais (Bom Pastor, HCI) e escolas da região, recebem total apoio da Recarga Fácil, com serviço completo, no âmbito de locação de impressoras, assistência técnica, suprimentos, mídias, papéis, e demais produtos e serviços.

POSICIONAMENTO DE MERCADO

A empresa Recarga Fácil trabalha em prol de um posicionamento de sua oferta na mente dos seus clientes. Atinge hoje, praticamente 60% do mercado de recargas e manutenção de impressoras em Ijuí e trabalha desde a recarga a laser, manutenção de impressoras, assistência a esses produtos, até vendas de papéis fotográficos e prestação de serviços, tendo então um lastro de produtos e mercado, e estando posicionada na mente dos consumidores de Ijuí.

Para além disso, é necessário trabalhar mais com a gestão de informação e divulgação do que a empresa faz, para alavancar mais produtos na mente dos consumidores, já que, em função do nome “Recarga Fácil”, algumas pessoas veem a empresa apenas com a função de recarga de cartuchos e não vendedora de outros produtos e serviços.

MIX DE MARKETING

Na sequência, apresenta-se as análises do chamado mix de marketing (produto, preço, praça e promoção) da empresa em estudo.

PRODUTO

A Recarga Fácil oferece aos seus clientes uma vasta linha de produtos no ramo de impressão digitalizada, atuando com diversas marcas e modelos renomados, buscando a melhor solução para o negócio do seu cliente. Da venda à locação de impressoras e multifuncionais, os consumidores encontram uma vasta linha de produtos e preços, condizente com a necessidade de cada um.

Os produtos que a empresa oferece aos seus clientes são bens duráveis, em função da durabilidade perdurar por vários usos. E seu uso é tanto para consumo de um cliente final ou para indústrias. Além disso, a Recarga Fácil trabalha com uma boa prestação de serviços de atendimento aos variados tipos de clientes.

PREÇO

A empresa agrega valor em seu produto, prezando pela qualidade dos seus serviços prestados e pelo bom relacionamento com seus clientes. Além disso, desde que a empresa se instalou no mercado, tem adotado a metodologia de não alterar o preço das recargas de cartuchos para ser referência no mercado de preços.

01 a 04 de outubro de 2018

Evento: XXVI Seminário de Iniciação Científica

No outro extremo, tem agregado ano a ano mais produtos e tipos de serviços ao seu portfólio de mercadorias, sendo hoje uma das empresas mais completas de Ijuí no ramo em que atua. A empresa tem adotado também algumas estratégias para a sua sobrevivência no mercado, como por exemplo, a cada 5 recargas o cliente ganha um brinde e a cada 10 recargas ele ganha uma recarga de brinde.

PRAÇA

Os principais clientes da empresa, como já citados anteriormente, são hospitais, laboratórios fotográficos, gráficas, clínicas, escolas, escritórios de contabilidade, prefeitura e profissionais liberais. Sendo assim, o principal objetivo da Recarga Fácil é tornar-se referência em Ijuí e região, conquistando cada vez mais clientes através de seus produtos e serviços personalizados desde a recarga de cartuchos, instalação e manutenções em geral.

Portanto, a empresa agrega valor em seus produtos e serviços por ter profissionais qualificados e produtos das mais variadas marcas e modelos, onde o profissional de vendas apresenta um serviço personalizado para cada tipo de empresa com atendimento a domicílio. Na sua loja física, apresenta também amplo espaço para o conhecimento do cliente ao produto, sendo isso, um quesito essencial para a venda.

PROMOÇÃO

Os principais objetivos da promoção ou propaganda da empresa Recarga Fácil são divulgar as informações da empresa, dos produtos e serviços prestados e posicionar a organização na mente de seus consumidores. Tais objetivos são bem definidos e o valor gasto em mídias e anúncios são adequados para a empresa.

As mídias utilizadas pela Recarga Fácil para divulgar seus produtos e serviços e principalmente posicionar a sua marca no mercado, são o Facebook, site da empresa, rádios locais, jornal e distribuição de panfletos duas vezes ao ano em toda a cidade, dando nesses panfletos promocionais 10% de desconto nos serviços prestados.

Conclusões

Diante da análise das práticas de marketing, identificou-se que a Recarga Fácil referente ao seu ambiente, está sempre atenta as mudanças e pressões econômicas, políticas, tecnológicas e sociais existentes no contexto em que atua. Sendo assim, analisa mercados, preços, concorrentes e prováveis tendências macro e microambientais, para em resposta a elas, poder satisfazer as necessidades e a demanda dos consumidores.

Percebeu-se também, que a organização realiza o marketing de massa, que é a distribuição e promoção dos produtos para todos compradores, porém, não deixa de segmentar o mercado, destacando como melhores bases para segmentação a geográfica e a base por ramo de atividade. Além disso, conforme percebe necessidade, utiliza outras bases para segmentação.

Outro destaque importante constatado após execução da pesquisa, é o excelente posicionamento da oferta realizado, contando com o bom atendimento, qualidade nos serviços prestados e produtos vendidos, orientação ao cliente, facilidade de contato e a venda por preços cabíveis aos consumidores; o que consequentemente, influencia de alguma maneira, ao domínio de 60% do

01 a 04 de outubro de 2018

Evento: XXVI Seminário de Iniciação Científica

mercado de impressões de Ijuí e torna a empresa a se posicionar por benefício, por usuário e por qualidade ou preço.

A venda de um produto é destacada pelo seu preço, e nesse sentido, tornou-se evidente que a empresa agrega valor no seu produto prezando pela qualidade dos serviços prestados. E assim sendo, destaca-se que a empresa não vende pouco com preço alto, mas muito com preço atrativo aos clientes.

Não obstante, através dos estudos realizados na disciplina Fundamentos do Marketing e das análises realizadas junto as informações buscadas na Recarga Fácil, recomenda-se algumas sugestões de melhoria para a empresa, no âmbito de alavancar vendas e potencialidades. Primeiramente então, ter um foco maior na promoção da marca da empresa e despertar através de campanhas publicitárias, demais serviços que empresa presta, ou seja, posicionar na mente do consumidor que a empresa é o lugar ideal para o comércio de impressoras, cartuchos e recargas, assistência técnica e utensílios diversificados.

Divulgar inclusive, os benefícios dos cartuchos remanufaturados em relação ao meio ambiente e o custo/benefício capaz de gerar ao consumidor, uma vez que tais cartuchos induzem o conhecimento da marca da empresa. Recomenda-se ainda, um estudo maior na área de advocacia e dos profissionais liberais, no sentido de conhecer esse público e oferecer os produtos da empresa, instigando a venda.

Palavras-chave: Marketing; Planejamento; Organização; Desenvolvimento; Características.

Keywords: Marketing; Planning; Organization; Development; Characteristics;

REFERÊNCIAS

IBGE. População. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/ijui/panorama>> Acessado em 14 de maio de 2016.

KOTLER, Philip. Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 1998.

ZAMBERLAN, Luciano, RASIA, Pedro Carlos et. al. Pesquisa em Ciências Sociais Aplicadas. Ijuí: Ed. Unijuí, 2014.

DARONCO, Edimara. Gestão de marketing. Ijuí: Ed. Unijuí, 2008 - 176 p. (Coleção educação a distância. Série livro-texto).