

ESTRATÉGIAS DE GESTÃO DA MARCA UTILIZADAS POR EMPRESAS DO VALE DO PARANHANA-RS

Graduação: Administração

Área temática: Ciências Sociais Aplicadas

Resultados: Final

Forma de apresentação: Poster

Renata Moreira¹ - Dorneles Sita Fagundes²

RESUMO

Diante da importância em que a marca representa para a empresa, a necessidade de uma boa gestão para seu sucesso torna-se imprescindível. Empresas preocupam-se com a imagem que passam aos consumidores e o relacionamento que mantêm com eles, e a marca exerce importante papel no que tange à conquista e à fidelização dos clientes, exercendo forte influência na decisão de compra de muitos consumidores. Com isso, os autores Keller e Machado (2006), citam que as marcas criam vantagens competitivas geralmente relacionadas ao produto, ao seu desempenho e utilidade, ou à imagem que a marca proporciona, como uma necessidade de desejo do consumidor. Contudo, a gestão da marca possui papel fundamental para superar as adversidades do mercado consumidor e, com isso, tornar a marca uma referência no ramo. Diante deste contexto, foi realizado um estudo de caso com empresas da região do Vale do Paranhana/RS, onde segundo Gil (2002) permite um estudo aprofundado do tema, objetivando, identificar ferramentas e estratégias utilizadas para a gestão de marca. A abordagem metodológica utilizou-se de um questionário, junto a pesquisa bibliográfica, que ofereceu suporte teórico de renomados autores da área. A pesquisa foi de caráter qualitativo, pois conforme Creswell (2007) o método é inteiramente interpretativo, proporcionando uma melhor análise frente ao tema abordado. Observou-se que as estratégias de marketing para a fixação da marca são fundamentais para o sucesso das empresas da região, não apenas para crescimento da sua imagem, mas também como aproximação e forma de entender o consumidor.

Palavras-chave: Gestão da marca. Consumidor. Estratégias.

REFERÊNCIAS

CRESWELL, John W. Projeto de Pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2007

¹ Acadêmica das Faculdades Integradas de Taquara. renatamoreira@faccat.br

² Professor orientador das Faculdades Integradas de Taquara. dorneles@faccat.br



GIL, Antonio Carlos. Como Elaborar Projetos de Pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

KELLER, Kevin Lane; MACHADO, Marcos. Gestão Estratégica de Marcas. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2006.