

ESTUDO DE CASO - ESTRATÉGIAS COMPETITIVAS PARA O FORTALECIMENTO E EXPANSÃO DA MARCA AKOR AROMAS E COSMÉTICOS

Graduação: Administração
Área temática: Ciências Humanas
Resultados: Resultado Parcial
Forma de apresentação: Oral

Jéssica Sachet¹ - Carine Backes Dörr²

RESUMO

Este trabalho estuda gestão da marca por meio de um estudo de caso na empresa Akor Aromas e Cosméticos. Com base nessa premissa, visualiza-se a necessidade de buscar informações dos consumidores para traçar as melhores estratégias. O foco principal foi analisar quais estratégias serão adotadas para promover o fortalecimento e a expansão da marca. Em relação aos objetivos específicos procura-se auxiliar no planejamento de expansão da marca e propor maneiras de reter e manter os clientes. Este estudo é relevante para contribuir com os resultados pontuais que têm consistência na opinião do consumidor. O trabalho caracteriza-se por um estudo de caso exploratório, com aplicação de questionários cuja análise foi realizada de forma qualitativa e quantitativa. Conclui-se, através do presente artigo, que a marca está em ascensão e com potencial adequado para expandir e atrair novos clientes. Ademais, fidelizar os já existentes que são protagonistas do elevado índice de satisfação identificado por meio da pesquisa. Com novas ações e divulgações, a marca busca visibilidade forte de sua marca, conseqüentemente ganhando espaço no mercado nacional.

Palavras-chave: Estratégia. Marketing. Gestão de Marca.

REFERÊNCIAS

AAKER, David A. *Criando e Administrando Marcas de Sucesso*. Tradução: Eduardo Lasserre. São Paulo: Futura, 1996.

KELLER, Kevin Lane; MACHADO, Marcos. *Gestão estratégica de marcas*. Tradução: Arlete Semille Marques. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

PORTER, Michael Eugene. *Competição*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

¹ Acadêmica das Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT/RS. jessik.sachet@hotmail.com

² Professora Orientadora. Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT/RS. cbackes@faccat.br