

MARKETING DE RELACIONAMENTO - UM ESTUDO DE CASO EM UM COMÉRCIO DE LANCHES NA CIDADE DE SANTO ANTÔNIO DA PATRULHA

Graduação: Administração

Área Temática: Negócios, Administração e direito

Resultados: Final

Forma de apresentação: Oral online

Fabício Gabriel Heldt¹; Sandro Cezer Pereira²

RESUMO

O presente artigo refere-se ao estudo do Marketing de Relacionamento, aplicado ao setor de alimentos, mais especificamente relacionado à uma empresa de lanches localizada na cidade de Santo Antônio da Patrulha/RS. A pesquisa do presente tema foi realizada por meio de uma entrevista qualitativa exploratória respondida pelos dois sócios da empresa, onde buscou-se analisar quais são as mídias sociais utilizadas pelo estabelecimento e como se dá o relacionamento através destas, juntamente com seu público. Como resultados da pesquisa, percebeu-se a necessidade por parte dos gestores da empresa, de ampliarem sua atuação junto às redes sociais, além da necessidade de ampliação de parcerias junto a empresas da região, na forma de benefícios junto a seus colaboradores e também, numa maior intensificação quanto à adesão de aplicativos de tele entrega. Tal estudo se fez importante para fins de meio de capacitação e conhecimento no ambiente de Marketing, buscando-se um maior aprofundamento acadêmico, tendo-se escolhido o tema Marketing de Relacionamento, onde objetivou-se também a ampliação do conhecimento profissional.

Palavras-chave. Fidelização. Estratégia. Marketing de Relacionamento.

REFERÊNCIAS

ARMSTRONG, Philip Kotler Gary. Princípios de Marketing. [S. l.]: Pearson, 2015.

COBRA, Marcos. Administração de Marketing no Brasil. 3.Ed. Rio de Janeiro/RJ: Elsevier, 2009.

CHURCHILL JUNIOR, Gilbert A; PETER, J. Paul. Marketing: Criando valor para os clientes, 2. Ed. São Paulo/SP: Saraiva, 2000.

¹ Acadêmico das Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT. fabricao.heldt@gmail.com

² Professor Orientador das Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT. sandro.cezer@faccat.br