

CENTRO UNIVERSITÁRIO UNIFACVEST
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO
CLEONICE DE FATIMA DA SILVA

**A IMPORTÂNCIA DO MARKETING PARA
O DESENVOLVIMENTO DE UMA EMPRESA**

LAGES,SC

2023

CLEONICE DE FATIMA DA SILVA

**A IMPORTÂNCIA DO MARKETING PARA O DESENVOLVIMENTO DE
UMA EMPRESA**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Centro Universitário UNIFACVEST como parte dos requisitos para a obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Aluna: Cleonice de Fatima da Silva

Orientadora: Ingrid Cristiane Inácio de Liz

Lages, SC, 18/07/2023. Nota _____

(data de aprovação)

Prof. Ma. Ingrid Cristiane Inácio de Liz

Prof. Dr. José Correia Gonçalves

A IMPORTÂNCIA DO MARKETING PARA O DESENVOLVIMENTO DE UMA EMPRESA

Cleonice de Fatima da Silva¹

Ingrid Liz²

RESUMO

Considerando as eventuais mudanças ocorridas no mercado, a concorrência tornando-se cada vez mais acirrada e os clientes cada vez mais exigentes, torna-se imprescindível para toda e qualquer empresa buscar satisfazer as necessidades e criar relacionamentos duradouros com seus clientes, e conseqüentemente gerar mais lucros. É pelo fato de existir a competição no mercado, que o Marketing é tão importante para as empresas. Melhorar o relacionamento, analisar comportamento, estudar concorrentes, monitorar marca, pesquisar tendências, planejar ações, são algumas das coisas que o Marketing pode fazer pela empresa. Este estudo tem por objetivo analisar a importância do marketing empresarial para micro e pequenas empresas. Estas empresas muitas vezes são criadas por pessoas que se arriscam e estão despreparadas para entrar no mercado e concorrer com outros empreendedores que já estão no ramo há algum tempo.

Palavras-chave: Empresa. Marketing. Empreendedores.

ABSTRACT

Considering the possible changes in the market, competition becoming increasingly fierce and customers increasingly demanding, it becomes essential for any and all

¹ Graduanda em Administração. cleof.silva@hotmail.com.

² Graduada em Administração pela Unifacvest. Mestra em Práticas Transculturais pela Unifacvest. Atua na Unifacvest/curso de Administração, Ciências Contábeis e Engenharia de Produção. prof.ingrid.liz@unifacvest.edu.br Link do currículo lattes <https://lattes.cnpq.br/2455207215266751>, ORCID0009-0003-7984-7967.

companies to seek to satisfy the needs and create lasting relationships with their customers, and consequently generate more profits. It is because there is competition in the market that Marketing is so important for companies. Improving relationships, analyzing behavior, studying competitors, monitoring the brand, researching trends, planning actions, are some of the things that Marketing can do for the company. This study aims to analyze the importance of business marketing for micro and small companies. These companies are often created by people who take risks and are unprepared to enter the market and compete with other entrepreneurs who have been in the business for some time.

Keywords: Company. Marketing. Entrepreneurs.

1 Introdução

O mercado atual é altamente competitivo, os clientes de hoje esperam mais recursos e novas atualizações de produtos existentes regularmente. Além disso, o surgimento de novas tecnologias, afeta muito a maneira de fazer negócios e gera novas possibilidades de mercado.

O sucesso de uma empresa vai muito além da qualidade de seus produtos. A maneira como os colaboradores atuam, o ambiente de trabalho e o diálogo com os clientes são apenas alguns dos fatores que influenciam em seu desenvolvimento.

As empresas precisam ter a capacidade de mudar e atualizar constantemente a maneira como operam seus negócios.

O objetivo geral desta pesquisa é enfatizar a importância do marketing e suas ferramentas e indicar os mais relevantes aspectos estratégicos para as pequenas e médias empresas.

2 Utilizando o Marketing

O marketing tem o objetivo de prever e identificar as necessidades de seus consumidores, a fim de satisfazê-las da melhor maneira possível e trazer resultados positivos.

O mercado consumidor é volátil e instável. O que, hoje, é desejado por muitos, em curto intervalo de tempo pode se tornar obsoleto e prejudicar os planos de um negócio.

A finalidade do marketing é, justamente, estudar o mercado atual para entender as necessidades e o comportamento do consumidor. Mas como essa informação vai ajudar a vender mais?

Assim, o marketing empresarial tem o objetivo primordial de realizar desejos e satisfazer necessidades dos clientes. Ou seja, a ação vai muito além de uma simples venda.

3 Material e Métodos

No Brasil, são poucos os empreendedores de micro e pequenas empresas que dão relevância para a comunicação empresarial. Estes pequenos empresários têm um conceito totalmente errado em relação ao uso das ferramentas de comunicação, incluindo a publicidade. Por isso, existe a necessidade de fortalecer o conhecimento em comunicação e marketing dentro das organizações.

Na perspectiva de Kotler (1992, p. 90), “o composto de marketing é o conjunto de variáveis controláveis que a empresa pode utilizar para influenciar as respostas dos consumidores.” Semenik e Bamossy (1996, p. 7), referem-se ao mix de marketing como “quatro áreas primárias do processo decisório associado ao marketing”. O composto de marketing (ou mix de marketing), conhecido como 4Ps, pode ser definido como e um conjunto de ferramentas de marketing que estão disponíveis para que as empresas possam causar influência sobre os seus consumidores. (KOTLER, 2007). Toda empresa que queira ter um programa de marketing bem sucedido deve coordenar o mix de marketing (4Ps) com as estratégias de marketing da empresa:

- Produto: é o objeto principal nas relações de troca e representa o conjunto de bens ou serviços ofertados pela empresa;
- Preço: é o valor em dinheiro que pagou pela aquisição de um produto;
- Praça: é a forma como a empresa transfere seu produto para o consumidor;
- Promoção: é o mecanismo de comunicação da empresa com o seu mercado alvo.

4 Resultados e Discussão

Antes que qualquer empresa seja inserida no mercado competitivo é necessário seguir algumas etapas fundamentais para o processo de estabilidade da mesma. E um dos primeiros passos a ser seguido é fazer a pesquisa de mercado. Elemento fundamental no campo de informação porque liga o consumidor, o cliente e o público ao profissional de marketing por meio da informação, que é usada para identificar, definir oportunidades e problemas de marketing, gerar, refinar e avaliar ações, melhorar a compreensão do marketing como um processo e dos meios com os quais determinadas atividades de marketing podem tornar-se mais eficientes.

Portanto, também se faz necessário que a empresa faça uma análise do comportamento do seu consumidor na hora da compra, pois o marketing precisa estudar o processo da decisão de compra desde seu estímulo em adquirir

determinado serviço ou produto, até a fase final, que é a compra efetivamente realizada. “Entender o comportamento do consumidor é fundamental para os profissionais de marketing, já que um dos principais conceitos do marketing diz que as empresas existem para satisfazer as necessidades dos consumidores” (KOTLER, 2000, p.10).

5 Considerações Finais

A estratégia competitiva deve ser uma estratégia de diferenciação dos produtos, com preços superiores aos dos concorrentes que são atacados, mas inferiores aos dos líderes no mercado. O produto deve ser colocado no mercado através de distribuição intensiva e apoiado por comunicações integradas de marketing, consistindo em propaganda econômica, promoção de vendas, relações públicas e publicidade.

Uma estratégia de marketing deve estar centrada no conceito chave de que a satisfação do cliente é o principal objetivo, é o mais eficaz componente integral da estratégia geral da empresa, definindo como a organização conseguirá envolver clientes.

Conclui-se, diante do exposto, a confirmação de que o marketing é uma ferramenta essencial e que pode fazer a diferença dentro do mercado diante à grande concorrência existente. Pode-se afirmar que clientes fidelizados são sinônimos de sucesso. O marketing e suas ferramentas estão à disposição nos mais variados tipos de negócios agindo como um forte parceiro e está nas mãos dos proprietários e seu corpo administrativo, bem como os gerentes e colaboradores, investir, atualizar e criar estratégias necessárias para a diferenciação dentro do mercado.

Referências

A importância do marketing empresarial. Disponível em: https://www.facima.edu.br/instituto/revista/arquivos/revista_facima_ano_1_importancia_marketing_empresarial. Acesso em: 04 maio 2023.

A importância do marketing para as empresas. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/importancia-do-marketing-para-empresas>. Acesso em: 04 maio 2023.

Administração e varejo. Disponível em: https://videoiesde.secure.footprint.net/token=nva=1685748817808~dirs=4~hash=073cc40219bdbd9871198/videoteca/iesde/video/59945_ADMINISTRACAO_DE_VAREJO_E_SERVICOS_2021_V02_PDF/file.pdf. Acesso em: 05 maio 2023.

Estratégias de marketing. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/marketing/estrategia-de-marketing/>. Acesso em: 05 maio 2023.

KOTLER, Philip. Administração de Marketing: 12 edição. São Paulo. Prentice Hall, 2006.

KOTLER, Philip. Administração de Marketing: 12 edição. São Paulo. Prentice.Hall,2012

KOTLER, Philip. Administração de Marketing: A edição do novo milênio. São Paulo. Prentice Hall, 2000

Marketing estratégico. Disponível em: https://videoiesde.secure.footprint.net/token=nva=1684702438204~dirs=4~hash=02ad8a1d02ff113c4fd69/videoteca/iesde/video/59298_MARKETING ESTRATEGICO_2020_V03_PDF/file.pdf. Acesso em: 04 maio 2023.

Marketing estratégico. Disponível em: https://videoiesde.secure.footprint.net/token=nva=1685748577479~dirs=4~hash=03c1e684c44d63ac92233/videoteca/iesde/video/59298_MARKETING ESTRATEGICO_2020_V03_PDF/file.pdf. Acesso em: 05 maio 2023.

Marketing. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/marketing/marketing>. Acesso em: 04 maio 2023.

Micros e pequenas empresas. Disponível em: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/marketing/micros-e-pequenas-empresas>. Acesso em: 04 maio 2023.

O que é marketing. Disponível em: <https://www.vanguardacomunicacao.com.br/o-que-e-marketing-definicao-de-marketing>. Acesso em 05 maio 2023.

Os 4 Ps do marketing. Disponível em: <https://www.dinamize.com.br/blog/4-ps-do-marketing>. Acesso em 05 maio 2023.

Planos de marketing. Disponível em: <https://liderjr.com/solucoes-plano-de-marketing>. Acesso em: 04 maio 2023.

Princípios do marketing. Disponível em:
<https://www.estantevirtual.com.br/livros/semenik-bamosy/principios-de-marketing-uma-perspectiva-global/>. Acesso em: 05 maio 2023.

Qual a importância e o papel do marketing para as empresas. Disponível em:
<https://juniorfea.com.br/papel-do-marketing-e-importancia/>. Acesso em: 04 maio 2023.

Tipos de marketing. Disponível em:
<https://www.nomus.com.br/blog-industrial/tipos-de-marketing>. Acesso em: 05 maio 2023.