



ANAIS DA FUCAMP v.2, n.2

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE VENDAS DENTRO DE MARKETING: UM ESTUDO NA EMPRESA CB DISTRIBUIÇÃO LTDA-ME

Henrique da Silva Oliveira (henrique.oliveira89@outlook.com)

Mayara Abadia Delfino dos Anjos

RESUMO: Este trabalho apresenta um estudo de caso, realizado na empresa CB Distribuição, de Abadia dos Dourados – MG, tem como objetivo analisar e planejar uma estratégia de vendas dentro do marketing na organização, relacionando os processos de distribuição varejistas atendendo as necessidades de mercado, trabalhando as oportunidades que contribuem para entrada de novas marcas no varejo. O processo de planejamento estratégia de vendas dentro do marketing pode contribuir para um melhor resultado e com isso alcançar o objetivo de atender as necessidades de mercado, observando oportunidades em todo ponto de venda, verificar os preços e as promoções da concorrência, verificar as oportunidades de exposição e promoções para os produtos e apresentar propostas para o cliente negociando a entrada de novas categorias. O planejamento de vendas é muito importante para estratégia de marketing no mercado, trabalhar novas oportunidades, organizar ações voltadas para o desenvolvimento do produto e realizar atividades de inteligência de mercado para que as informações estejam sempre atualizadas faz com que a empresa possa antecipar e desenvolver novas estratégias de marketing em curto prazo ganhando vantagem em relação aos seus concorrentes. O sistema de marketing, assim como o sistema de vendas da empresa, deve estar sempre voltado ao macro e microambiente, pois a força de vendas é o braço do marketing tendo sensibilidade para sentir e tratar o mercado. As atividades básicas para um plano de vendas devem estar dirigidas para o planejamento, organização, direção e controle da força de vendas, sendo a missão da empresa.

PALAVRAS-CHAVE: Planejamento; Marketing, Estratégia.