



A IMPORTÂNCIA DO ENDOMARKETING: UM ESTUDO DE CASO NA EMPRESA SHIRLEY CABELO & ESTÉTICA UNISSEX LTDA – ME

Andressa de Paula Neto¹ (andressa.113@hotmail.com)

Cassio Raimundo Valdisser²

RESUMO:

Introdução: Este artigo apresenta um estudo de caso realizado na empresa Shirley Cabelo & Estética Unissex Ltda – ME, sediada em Monte Carmelo – MG, sobre o endomarketing. O endomarketing conhecido também como marketing interno atua principalmente com os colaboradores da empresa. O endomarketing existe para reter seu primeiro cliente: o cliente interno e visa trazer mais conhecimento para estes sobre os produtos e/ou serviços oferecidos pela empresa, a fim de melhorar a comunicação dos clientes internos com os clientes externos, possibilitando que estes vendam os produtos e/ou serviços e, sejam oferecidos com mais êxito, pois quando a empresa sabe estruturar seus planos de abordagem, sabe investir em seus funcionários e disponibiliza a eles cursos/palestras que mostram a qualidade dos produtos e serviços prestados e como vender esses produtos e serviços, o colaborador tende a desempenhar mais na empresa e, além de divulgar a empresa para o cliente externo, o endomarketing traz melhorias na qualidade do trabalho. **Objetivo:** Investigar a importância do endomarketing para as empresas e, principalmente, para os funcionários que com a utilização desta ferramenta poderão abordar melhor os clientes da empresa, visando mais lucros para esta. **Metodologia:** Para o desenvolvimento do estudo foi realizada pesquisa bibliográfica a partir de livros de autores renomados de marketing, que discutem sobre o “endomarketing”, além de pesquisas em artigos científicos publicados sobre a temática. Realizou-se uma pesquisa exploratória com aplicação de questionários para 09 (nove) funcionários da empresa Shirley Cabelo & Estética Unissex Ltda – ME, sediada no município de Monte Carmelo – MG. Assim, essa pesquisa adotou, como método de investigação, o estudo de caso. **Resultados:** Os resultados obtidos confirmaram que os funcionários tiveram êxito total nas atividades implantadas na empresa pesquisada e agora com o

¹ Graduanda do Curso de Bacharelado em Administração da Fundação Carmelitana Mário Palmério – FUCAMP.

² Orientador – Prof. Me. do Curso de Bacharelado em Administração da Fundação Carmelitana Mário Palmério – FUCAMP.



conhecimento adquirido pelos gestores e colaboradores esta tem maiores chances de se destacar no mercado competitivo contando com a ajuda de seus clientes internos para que as atividades que foram implantadas pelo endomarketing estejam sempre em execução na empresa. A partir das atividades que foram desenvolvidas na empresa também conseguiu aumentar a carteira de clientes, que consecutivamente aumentou também os lucros da empresa e a remuneração dos colaboradores que são comissionados. **Considerações finais:** Com esta pesquisa foi possível perceber a grande importância do endomarketing dentro de uma empresa e como ele pode contribuir para o crescimento desta, além de apresentar uma visão diferente em relação aos treinamentos que podem ser oferecidos aos funcionários. Infere-se também que é necessário implantar o endomarketing para conseguir conquistar os funcionários que são os clientes primários, pois assim ter-se-á uma grande possibilidade de alavancagem no mercado competidor com esse crescimento. No entanto, é necessário considerar que, para a satisfação do cliente externo a organização deverá continuamente contribuir com a qualidade de vida de seu colaborador interno, intensificando as estratégias já implantadas e adotando inovações em outras.

PALAVRAS-CHAVE: Endomarketing. Comunicação. Colaboradores.