



A IMPORTÂNCIA DO MARKETING DE RELACIONAMENTO E DOS CANAIS DE COMUNICAÇÃO: UM ESTUDO DE CASO NA CRIATIVA PRESENTES LTDA – ME

Isabella Cristina Miquilino Onde¹ (isa_miquilino@hotmail.com)

Cassio Raimundo Valdisser²

RESUMO:

Introdução: O marketing de relacionamento e os canais de comunicações são definidos como um dos atributos mais importantes dentro de uma organização nos dias atuais, pois são usados em áreas externas e internas da empresa. Para uma boa estruturação da empresa são usados os 4 P's de marketing: Produto, Preço, Praça e Promoção, facilitando assim a comunicação entre o consumidor e o funcionário. O propósito é facilitar a comunicação com as pessoas e conseguir buscar informações e opiniões para propiciar melhor praticidade em relação às compras dos clientes. Com estas informações visa encontrar uma maneira para se vender com segurança e usando ferramentas práticas e acessíveis que visam também a divulgação dos produtos diferenciados e sempre buscando abranger os 4 P's do Marketing que são muito importantes para o setor de vendas da loja. **Objetivo:** Analisar os canais de comunicação utilizados pela Criativa Presentes Ltda – ME, identificando se estes atendem às necessidades dos clientes, e de que forma podem ser utilizados como forma de estreitar o relacionamento e obter a satisfação e fidelização destes clientes. **Metodologia:** Para o desenvolvimento do estudo foram realizadas pesquisas bibliográficas em livros de autores renomados que discutem sobre o marketing, marketing de relacionamento, composto de marketing, fidelização e satisfação de clientes e, ainda, em artigos científicos publicados em periódicos da área. Realizou-se também uma pesquisa exploratória com aplicação de questionário para 40 (quarenta) clientes e 05 (cinco) funcionários da empresa. **Resultados:** Com os resultados obtidos percebe-se que os clientes estão conectados ao mundo virtual, optam pela aquisição de peças de alta qualidade, materiais requintados, atendimento especializado e produtos diversificados. Dessa forma, é preciso continuar a divulgação dos produtos e promoções pelas redes sociais como, por exemplo,

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.



Instagram, Whatsapp e Facebook e fazer um planejamento de marketing eficiente para a empresa crescer no ramo de decoração. Os canais de comunicações são extremamente importantes, pois eles facilitam para que a empresa tenha uma boa comercialização dos produtos, e consigam atender as necessidades dos clientes por meio dos aplicativos, os quais são utilizados nos dias atuais para realizarem suas compras. Os funcionários têm que estar aptos para poderem atender às necessidades dos clientes, com rapidez e qualidade. **Considerações finais:** Portanto, o marketing de relacionamento ajuda a construir um elo entre a empresa e o cliente, e garantir a satisfação contínua, e bem-sucedida. Assim, os clientes criam uma confiança na empresa e passam a se fidelizarem a cada dia mais. Já os canais de comunicações são meios bastante importantes para uma empresa que busca facilitar as vendas e a divulgação dos produtos, que assim obtém também uma fidelização dos clientes e faz com que a empresa tenha uma expansão das vendas nas regiões vizinhas.

PALAVRAS-CHAVE: Marketing de relacionamento. Canais de comunicação. Satisfação e fidelização de clientes.