



MARKETING X ATENDIMENTO, ESTRATÉGIAS QUE PERMITEM O SUCESSO NAS VENDAS: UM ESTUDO DE CASO NA EMPRESA CONSTRUMINAS EM ROMARIA – MG

Marcos Aurélio Rosa Neto¹ (marcosnetoadm@outlook.com)

João da Silva Mafra²

RESUMO:

Introdução: Este artigo apresenta um estudo de caso realizado na empresa Construminas, no período de 03/08/2017 a 21/12/2017, sobre o tema “Marketing X Atendimento, estratégias que permitem o sucesso nas vendas”, tal trabalho tem a premissa de esclarecer o que é o Marketing e como ele pode ser utilizado de forma a garantir uma melhoria nas vendas da Empresa Construminas através de um atendimento ao cliente de qualidade. O marketing é a estratégia empresarial de otimização de lucros por meio da adequação da produção e a oferta de mercadorias e/ou serviços que se moldem as necessidades dos clientes. Sendo sinônimo do conceito de Administração Mercadológica, que visa realizar um planejamento do mercado a fim de realizar uma detecção das necessidades do consumidor levando a ele produtos e/ou serviços que estejam dentro de sua decisão de compra. E com isso percebemos sua importância decisiva nos dias atuais decisivas para o sucesso dos empreendimentos. Sabendo disto este estudo pretende identificar a forma como é realizado o atendimento ao cliente, buscando encontrar acertos e erros nas abordagens, trabalhando dentro da área de Administração Mercadológica, utilizando o Marketing como estratégia de qualidade e melhoria nas vendas da empresa estagiada e assim comprovar a importância do bom atendimento e da satisfação do cliente. **Objetivo:** O objetivo geral desta pesquisa é identificar as estratégias de Marketing que possam ser empregadas para a melhoria do atendimento ao cliente e em consequente das vendas na empresa Construminas. Diante disso, tem-se os seguintes objetivos secundários: Realizar recapitulação,

¹ Graduando do Curso de Bacharelado em Administração na Fundação Carmelitana Mário Palmério - FUCAMP

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



por meio de pesquisa, sobre a literatura referente ao assunto; mostrar a importância do Marketing no atendimento em vendas; diagnosticar as necessidades e desejos dos clientes em relação ao atendimento; detectar as melhores formas de atendimento ao cliente dentro do segmento.

Metodologia: Para o desenvolvimento do estudo foi realizado uma pesquisa bibliográfica a partir de autores renomados que discutem o relacionamento do atendimento ao cliente além de pesquisas de revistas científicas publicados sobre a temática do assunto. **Resultados:** Os resultados obtidos através da pesquisa confirmaram que o marketing de relacionamento e atendimento ao cliente gerou resultados satisfatórios onde será aplicado junto á empresa.

Considerações finais: Podemos concluir que o Marketing de Atendimento, visa á melhoria e o crescimento da empresa que o adota como aliado na busca incessante do sucesso. A empresa que possui referências de possuir um atendimento de qualidade, diferenciado, sem dúvidas, se destaca das demais empresas. O cliente tem várias opções de comércio onde encontra o mesmo produto às vezes com preços variados ou até com o mesmo preço, sendo assim, o que resta ao cliente para avaliar em qual local deve realizar sua compra é aquela empresa que lhe preste o melhor atendimento. O funcionário que se compromete com o sucesso e crescimento da empresa deve se atentar ao Marketing de atendimento, pois, este tipo de marketing só tem a agregar conquistas e realizações dentro da empresa tanto pessoal quanto empresarial.

PALAVRAS-CHAVE: Marketing. Atendimento. Administração.