



**SEFIC2017
UNILASALLE**

**A PESQUISA E O
RESPEITO À DIVERSIDADE**

16 A 20 DE OUTUBRO DE 2017

ISSN 1983-6783

DE QUE FORMA UM PLANO DE MARKETING ESTRATÉGICO PODE MELHORAR A COMPETITIVIDADE DE UMA PEQUENA EMPRESA DA ÁREA DE SERVIÇOS

Nilson Dos Santos Evers, Robinson Henrique Scholz (orientador)
Universidade La Salle

Área Temática: Ciências Socialmente Aplicáveis

Resumo: Esse artigo apresenta uma alternativa de aumento da competitividade para uma empresa da área de serviços em elétrica residencial e predial, por meio de um plano de marketing estratégico. A empresa de serviço, a qual está sendo pesquisada, é a NEeletic Tecnologia, localizada no município de Porto Alegre, RS. Visto que as pessoas estão cada vez mais dependentes de serviços de terceiros para resolver qualquer tipo de necessidade na área de tecnologia e elétrica, se torna muito importante contar com uma empresa organizada, estruturada e com um plano estratégico de marketing que auxilia no melhor atendimento aos clientes e aumenta a competitividade da mesma. Na perspectiva da prestação de serviços, há uma complexidade de relações do composto de marketing que demandam de estratégias que permitam o desenvolvimento do negócio. Assim, essa pesquisa tem como objetivo geral analisar as ações de marketing estratégico já desenvolvidas pela empresa NEeletic na perspectiva da competitividade no setor de serviços elétricos. Os objetivos específicos do estudo são: a) compreender as ações da empresa que contribuem para com um plano de marketing estratégico; b) analisar a oportunidade de implementação de um plano de marketing estratégico na empresa; c) identificar ações de marketing estratégico que já são realizados e que possam valorizar a marca da empresa. Este estudo se justifica pelo importante auxílio que traria para a empresa ganhar competitividade no mercado onde atua. Também aos clientes e a sociedade, pois auxiliaria na estruturação de uma empresa com melhores serviços e mais confiabilidade. Para fomentar o presente estudo, será realizada uma pesquisa de caráter exploratório com essência qualitativa, tendo como foco uma empresa de tecnologia e manutenção elétricas investigada. Para realização da pesquisa, o método utilizado será o estudo de caso, tendo como técnica de coleta de dados a aplicação de entrevistas semiestruturadas, observação participante e dados documentais. A análise de conteúdo será aplicada para a interpretação dos dados. Esse estudo pode contribuir nos processos de gestão de marketing, no sentido de alcançar novos clientes e melhorar a efetivação dos serviços oferecidos pela empresa. Além disso, essa pesquisa pode auxiliar na estruturação do marketing de serviços do negócio pesquisado, relacionado ao cliente final, no sentido de alcançar eficiência nos serviços prestados. Os resultados também podem impactar em melhores relações com o mercado, com os fornecedores e com os concorrentes, levando em consideração os objetivos organizacionais da NEeletic Tecnologia.

Palavras-Chave: Marketing Estratégico, Marketing de Serviços, Planejamento.