



SEFIC2018
UNILASALLE

CIÊNCIA E TECNOLOGIA PARA A
REDUÇÃO DAS DESIGUALDADES

22 A 27
DE OUTUBRO

ATRIBUTOS DEMANDADOS NA CONTRATAÇÃO DE SERVIÇO DE CERIMONIAL E ASSESSORIA PARA EVENTOS SOCIAIS E AS ESTRATÉGIAS DE COMERCIALIZAÇÃO NECESSÁRIAS

Luana Raquel Trapp
Orientador: Robinson Henrique Scholz
Universidade La Salle

Área Temática: Ciências Socialmente Aplicáveis

Resumo: Essa pesquisa visa identificar os atributos que influenciam na decisão de contratação dos serviços de cerimonial e assessoria em eventos a fim de definir estratégias de marketing e qualificação dos serviços na Grande Porto Alegre, RS. A venda de serviços de assessoria e cerimonial em eventos, independente do seu porte, requer a implementação de um plano de marketing adequado e alinhado com o segmento em questão e que busque sempre a inovação. As empresas de serviços precisam estar atentas às necessidades e desejos dos clientes, visando a satisfação e a diferenciação do serviço por ela ofertado em comparação à concorrência. As organizações devem compreender com mais afinco o comportamento de seus clientes, a fim de identificar os atributos ligados ao processo. A área de eventos necessita de uma comunicação eficaz entre cliente e a empresa, que integre com um plano de marketing no papel de persuadir, lembrar ou informar dos produtos e serviços que estão sendo ofertados. A venda de serviço de assessoria e cerimonial em eventos, independente do seu porte, requer a implementação de um plano de marketing adequado e alinhado com o segmento em questão e que busque sempre a inovação. O desenvolvimento de estratégias para influenciar os consumidores se torna mais fácil depois que entendemos por que as pessoas compram certos produtos ou serviços, inclusive marcas. A busca pela satisfação do cliente passa, inicialmente, por identificar o seu comportamento. Consiste em conhecer como os indivíduos, grupos e organizações selecionam, compram e usam bens e serviços a fim de satisfazerem necessidades e desejos. Para que possa ampliar o conhecimento sobre o comportamento do consumidor, neste estudo foram construídos os seguintes objetivos específicos: a) conhecer a importância dada pelas pessoas na contratação ao serviço; b) identificar suas expectativas e desejos quando da contratação deste serviço; c) analisar o processo de decisão de compra. Conhecer as oportunidades que visem convencer o cliente potencial da contratação do serviço e atributos que embasem o posicionamento da empresa se torna essencial e justifica a necessidade do estudo. Para a realização da pesquisa, o método adotado é de cunho quantitativo e descritivo, tendo como campo de pesquisa os residentes na região metropolitana de Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Brasil. Por meio de um levantamento de dados, serão aplicados questionários fechados, sendo os dados analisados à luz da estatística descritiva. Os resultados da pesquisa podem contribuir na qualificação das estratégias necessárias com o perfil de negócio, uma vez que o serviço de cerimonial e assessoria em eventos é uma atividade que vem crescendo no mercado, a medida que as pessoas têm tido cada vez mais atribuições profissionais e sociais que os toma muito tempo.

Palavras-Chave: marketing de serviços; comportamento do cliente; decisão de compra;