# MARKETING NAS EMPRESAS – ESTRATÉGIAS E TÁTICAS UTILIZADAS NA EMPRESA DIGIMUNDO LOCALIZADA NA CIDADE DE ITAPAJÉ-CE

Francisco Robson Teixeira da Costa

Joao Batista Brito de Sousa

**RESUMO**

Nesse artigo serão apresentados diferentes conceitos de Marketing e suas finalidades, abordados por grandes homens como Kotler, Dukler, dentre outros, que apontam para a mesma direção, ou seja, para o caminho que leva as empresas ao sucesso, e que consequentemente traz à devida satisfação para os seus consumidores. Serão abordadas as estratégias adotadas pela a empresa Digimundo localizada na cidade de Itapajé-CE, comparando-as aos conceitos dos profissionais da área citados acima, e observando os métodos mais utilizados que a levam a obter o devido sucesso diante do mercado atual que exige mais atenção da parte das empresas para com seus clientes que dia após dias despertam novos anseios relacionados à qualidade de vida que desejam alcançar.

**PALAVRAS-CHAVE:** Marketing. Qualidade. Estratégias. Cliente. Produto.

**1 INTRODUÇÃO**

As empresas estão diante de uma alta competitividade, cujo sucesso depende da agilidade em que às mesmas conseguem se adaptar às mudanças que ocorrem com frequência.Diante desse cenário existe à incansável busca para conquistar novos clientes e de principalmente manter os que já se encontram em sua base, e para isso ser possível é preciso sondar atentamente seus consumidores buscando soluções para os mesmos, gerando produtos e serviços que venham a satisfazê-los. É nesse momento que o conceito de Marketing é despertado dentro dessas empresas e é indispensável que essas tenham esse conhecimento para que em seguida utilizem para o bem estar de seus clientes, e para si mesmas.

Ao falarmos sobre Marketing é fundamental ressaltar que à sua utilidade vai além de realizar vendas, pois o ato de vender é apenas uma consequência gerada através de boas estratégias utilizadas pela empresa, contudo o Marketing e o setor de vendas devem caminhar juntos para alcançar o verdadeiro alvo, o consumidor, que é a principal fonte de crescimento para qualquer empresa que tem a preocupação em ser uma ponte que o leve à realização dos seus desejos.

Nesse artigo serão apresentados conceitos de Marketing segundo Kotler, Druker, dentre outros, trazendo o devido esclarecimento sobre o assunto. Conheceremos às estratégias adotadas pela empresa Digimundo localizada na cidade de Itapajé-CE. Fazendo-se conhecer os métodos mais utilizados que a levam a obter sucesso diante do mercado atual que se encontra em constante mudança, gerando novas necessidades para o consumidor.

**2 REFERENCIAL TEÓRICO**

Existem diversos conceitos sobre o que é Marketing, e à pergunta referente ao assunto sempre será feita nas empresas que desejarem fazer uso dessa importante ferramenta. Necessidade é o conceito mais básico ligado ao marketing, pois está relacionado ao entendimento das necessidades humanas. Trata-se de um estado de carência do indivíduo, que inclui às necessidades físicas básicas, sociais e individuais de conhecimento e autorrealização. O conceito de Marketing requer mais do quer tirar pedidos, pois toda e qualquer empresa precisa de boas estratégias, não é simplesmente disponibilizar o produto ou o serviço oferecido, é fundamental ter boas táticas para realizar vendas, e um bom estudo e analise para alcançar os principais objetivos. Ter conhecimento sobre Marketing vai além de simplesmente conhecer o cliente, faz-se necessário também conhecer a própria empresa e o produto que estar oferecendo, tanto para vender quanto para solucionar problemas, trazendo assim satisfação para ambas os lados. Nessa pesquisa veremos a importância desses fatores citados e a diferença que podem trazer para a empresa que fazem o uso dos mesmos.

 Segundo Druker “pode-se presumir que sempre haverá alguma necessidade de vender, mas a meta de Marketing é tornar a venda supérflua, é conhecer e entender tão bem o consumidor que o produto ou o serviço se adapte a ele e se venda sozinho.” (DRUKER, 1992, p 36).

Considerando a afirmação de Druker, Marketing é o ato de fazer a sondagem das reais necessidades do consumidor e em seguida apresentar à possível solução para o mesmo. É um fator importante em qualquer empresa que deseja obter crescimento e atrair fieis consumidores, e a venda será consequência dessa sondagem, feita através das estratégias e táticas utilizadas pela empresa. O Marketing surgiu com a finalidade de atender as necessidades do mercado, mas não se limita somente aos bens de consumo, é também usado para vender ideias e programas sociais.

Marketing não é necessariamente apenas realização de propagandas e vendas, mas ambas são utilizadas para a boa realização da mesma, e funcionam como adereços que completam o acesso e à satisfação do consumidor. É a arte de transformar as necessidades do cliente que são sujeitas a mudanças em oportunidades lucrativas para a empresa. A venda só existe porque alguém compra e esse alguém só compra porque possui uma necessidade para suprir. Conforme Kotler o marketing é definido como:

“Marketing é o processo social e gerencial pelo qual indivíduos e grupos obtêm o que necessitam e desejam através da criação, oferta e troca de produtos de valor com outros. Muitas pessoas veem o marketing de modo como à arte de procurar e encontrar formas inteligentes de dispor dos produtos de uma organização, ou seja, o marketing é visto apenas como propaganda ou venda de produtos. No entanto, a arte do verdadeiro marketing é a arte de saber o quê fazer.” (KOTLER, 1999, p. 27).

O Marketing também pode ser considerado como um modo de interação. Na visão de E. Jerome McCarthy, essa interação se processa através de um método chamado, 4 Ps (produto, praça, promoção e preço), pode também ser chamado de Marting Mix uma vez que sua estratégia está em um modo de ação reciproca da organização com as ferramentas de Marketing para atingir seus objetivos de acordo com a sua missão. Faz-se necessário que o vendedor seja profissional e conheça bem as necessidades dos consumidores, e que as características atendam às expectativas dos compradores, além da qualidade que deve atingir a todos os gostos, estilos e desejos. É necessário que o preço seja agradável, ofertando boas condições de pagamentos e possíveis descontos na hora da venda, uma vez que é de extrema importância que esse preço seja justo para estimular à venda ou aquisição do serviço ofertado.

O Marketing funciona como uma ponte que possibilita que a empresa conheça o seu consumidor, e descubra as suas necessidades e a partir disso crie produtos que tragam satisfação, ocasionando uma troca de produtos de valor. Desta forma, pode ser definido como um conjunto de ferramentas que buscam identificar e suprir as necessidades do consumidor, o Marketing é a união de diversas estratégias que uma empresa busca para atrair e gerar satisfação para o seu principal alvo, o cliente. Wilson Souza analista de MKT complementa esse argumento com a seguinte frase “Marketing é**identificar** e **antecipar** as necessidades dos clientes e**satisfazer** essas necessidades de uma forma **lucrativa**, tanto para a empresa quanto para o consumidor.” (SOUZA, 2015, p 01), e quando essa identificação de necessidades do consumidor é realizada antecipadamente é possível apresenta-lo em seguida o produto ideal, ocasionando assim uma troca de valor.

Para Carlos Ricardo, diretor de Marketing da Pepsico do Brasil, “Marketing é o motor de crescimento das empresas, que questiona continuamente o que é feito corretamente, e o que há de errado.” (RICARDO, 2007, p 01). Levando em conta esse argumento percebemos na Digimundo esse questionamento, que visa solucionar os problemas existentes, transformando-os em pontes de crescimento e satisfação para seus consumidores.

Novamente, segundo Philip Kotler “somente empresas centradas nos clientes são verdadeiramente capazes de construir clientes, e não apenas produtos...” (KOTLER, 2000, p.56). Mediante a essa informação é de suma importância essa sondagem das reais necessidades do consumidor, e é fundamental que antes de ofertar, e de gerar um determinado produto haja de imediato essa prontidão em atender carências do mercado. Diante disso à Digimundo busca ouvir as necessidades e anseios dos seus clientes para a melhoria do seu serviço, pois acredita que a satisfação do consumidor é a melhor e mais eficaz maneira de fazer Marketing, pois consumidores satisfeitos geram através de indicações novos interessados em usufruir da mesma realização, ou seja, da qualidade do serviço prestado. Em relação ao corpo da empresa Kotler afirma que:

“Uma empresa inteligente cria um alto nível de satisfação de funcionários, que leva a um esforço maior,  que leva a produtos e atendimento de melhor qualidade, que criam maior satisfação de clientes, que leva a negócios mais regulares, que levam a maiores taxas de crescimento e lucro, que levam a um alto nível de satisfação de acionistas, que leva a mais investimentos e assim por diante. Esse é o círculo virtuoso que significa lucros e crescimento.” (KOTLER, 2000, p.63).

Diante da afirmação em questão o Digimundo busca ter esse cuidado relacionado à sua equipe, preocupando-se em manter um padrão de harmonia dentro da empresa, principalmente na questão das relações interpessoais. Acreditamos que funcionários realizados dentro de sua área apresentam melhores resultados, de tal forma que passam a transmitir uma melhor imagem relacionada à empresa, gerando assim credibilidade e confiança para seus clientes.

Outro fator muito importante nas empresas direcionado ao Marketing se aplica ao bom atendimento que essa empresa presta aos seus consumidores. Segundo **Paula Calil**,  professora de Planejamento Estratégico de Marketing e coordenadora da Incubadora de Negócios da ESPM/SP:

“Se observarmos, na mídia em geral ou em conversa com amigos, todos os dias encontramos [consumidores](http://www.exame.com.br/topicos/consumidores) reclamando que foram mal atendidos por essa ou por aquela empresa... Uma coisa é certa: as empresas não podem prometer aos clientes que jamais irão errar. O que ela pode é se prontificar e caso ocorra algum problema com cliente, a agilizar a solução de maneira eficiente e rápida para todos. Além disso, é preciso que as empresas selecionem e treinem seus funcionários de maneira criteriosa, para estabelecer um bom padrão de atendimento.” (CALIL, 2014, p.01).

De acordo com o que foi citado percebemos a grande importância do atendimento e do preparo dos atendentes para tal função dentro da empresa. É fundamental ofertar um serviço de qualidade, contudo apresentar os possíveis problemas que podem ocorrer, e da mesma forma a rápida disponibilidade para resolvê-los. É preciso que seus funcionários estejam aptos a abordarem da maneira correta as demandas que surgirem. Observando isso na Digimundo, percebe-se que essa preocupação parte principalmente do seu administrador, e analisando mais a fundo é notável o nível de carência em alguns aspectos relacionado à postura exigida para um bom atendimento. A empresa deve estar ciente que deve oferecer mais que um produto e preço, pois é o atendimento que lhe diferencia de outras empresas e pode desatacá-la no mercado. Philip Kotler define:

**“Marketing não é a arte de descobrir maneiras inteligentes de descartar-se do que foi produzido”. Marketing é a arte de criar valor genuíno para os clientes. É a arte de ajudar os clientes a tornarem-se ainda melhores. “As palavras-chave dos profissionais de marketing são qualidade, serviços e valor.” (KOTLER, 2003 , p 10**).

Acredita-se que trazendo satisfação para seus clientes pode-se gerar uma determinada confiança para os mesmos, e fazendo isso se torna possível confiar nesses da mesma forma, afinal a relação entre empresa e consumidor deve ser reciproca, e isso é essencial para ambas às partes. A empresa deve sempre ofertar um serviço qualidade, e da mesma forma esperar o objeto de troca do seu consumidor, evitando que inadimplências ocorram.

Luiz Eduardo Serafim, Head de Marketing, afirma que “A melhor forma de entender Marketing é refletir sobre suas próprias experiências como consumidor”. (SERAFIM, 2014, p 01). Dessa forma podemos analisar e levar em conta o fato de que em como gostaríamos de ser tratados diante de um serviço prestado por uma determinada empresa. Seguindo esse pensamento percebemos que a empresa citada busca implantar na mente de sua equipe essa preocupação que visa colocar-se no lugar do consumidor diante da qualidade apresentada e esperada do seu objeto de troca. Fazendo isso se espera um nível mais elevado de satisfação para ambas as partes.

De acordo com os conceitos de Marketing apresentados foi possível realizar a sondagem das estratégias e táticas utilizadas na empresa Digimundo através de entrevistas com o administrador da mesma, fazendo perguntas sobre os meios que trazem resultados mais eficazes para a empresa, como também por meio de diálogos com seus funcionários, buscando conhecer os métodos que mais contribuem para o seu sucesso, analisando o nível de satisfação dos mesmos e dos consumidores em relação ao Marketing (atendimento, qualidade, preço) utilizado pela a empresa.

## 3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

## Tendo como objetivo principal conhecer às estratégias de Marketing utilizadas pela a empresa Digimundo, utilizou-se de conceitos existentes na literatura, compartilhados por diferentes profissionais da área comparando-os com as estratégicas utilizadas nesta empresa, buscando reconhecer em quais desses conceitos ela mais se identifica para que o seus consumidores continuem satisfeitos e por consequência alcance o devido sucesso no mercado.

Nesse artigo não procuramos somente expor às estratégias de Marketing da empresa, como também buscamos o conhecimento sobre o mesmo, e de como ele é importante para qualquer empresa que deseja avançar e que principalmente anseia realizar cada um dos seus clientes através de pesquisas que tragam frutos e soluções para suas necessidades.

A fonte de pesquisa que mais colaborou para a realização desse trabalho foi à pesquisa em campo onde podemos conhecer mais a fundo as estratégias e táticas mais utilizadas pela empresa Digimundo, e isso foi possível através de entrevistas com o administrador e por meio de conversas aleatórias com seus funcionários.

A pesquisa na empresa fundamentou o conceito de Marketing que mais cremos dar certo nas empresas, o famoso “Marketing de boca-a-boca”, onde um consumidor satisfeito com o serviço prestado anuncia para outro e consequentemente o número de clientes cresce de acordo com a qualidade do produto que a empresa disponibiliza. Percebe-se então o cuidado que a empresa deve ter com cada cliente, pois são eles que determinam o seu sucesso.

Foi observado que alguns conceitos implantados na empresa em questão precisam de reparos relacionados ao atendimento, pois é necessário que seus funcionários estejam capacitados para a função, afinal um bom atendimento se encaixa perfeitamente como uma boa estratégia de Marketing dentro da empresa, e um bom atendimento se aplica com responsabilidade, gentileza e comprometimento constante com o consumidor, contudo é algo de fácil correção, e acredita-se que fazendo isso a empresa tende a crescer mais com o nível constante de satisfação dos seus consumidores.

No tocante desse artigo percebe-se a suma importância do Marketing dentro das empresas, pois é ele que as ergue e ajuda a sondar o cliente, dando vida ao produto capaz de satisfazê-lo, atingindo o alvo principal de tudo que foi apresentado, o consumidor.

O Marketing cria para a empresa a oportunidade de ter um bom relacionamento com seu cliente, fazendo isso à mesma passa a ser bem vista no mercado por se preocupar com o consumidor, dando atenção às suas necessidades que tendem a mudar com o passar do tempo. E é de suma importância a constante transparência da empresa para com o seu público, ofertando sempre o que há de melhor para o mesmo, algo que realmente se encaixe no perfil das suas necessidades que antes foram expostas através de pesquisas. Agindo dessa forma a empresa manterá uma relação agradável e límpida com o seu cliente tornando-o mais seguro com o serviço prestado, evitando futuros constrangimentos. O melhor reconhecimento que uma empresa pode alcançar, sem duvida alguma, é do seu cliente, pois se ele estiver satisfeito com o produto certamente retornará para usufruir de outras ofertas disponibilizadas pela empresa.

O Marketing é fundamental para toda organização que visa o bem do consumidor, e é necessário que cada uma delas desperte para o uso dessa ferramenta que trará recursos, resultados e crescimento para todos, e é fundamental que isso aconteça de dentro pra fora, ou seja, os funcionários e os administradores devem estar cientes de que um bom Marketing flui de uma boa relação com o cliente, e que a preocupação com o mesmo deve ser constante, afinal essa ferramenta surgiu com essa finalidade de suprir as carências do mercado relacionadas às necessidades do consumidor. Como Kotler afirmou, uma empresa inteligente gera um alto nível de satisfação de funcionários tornando-os mais esforçados, gerando produtos e atendimento de qualidade, que cria um nível mais elevado de satisfação de clientes, que leva a negócios mais regulares, que trazem maiores taxas de crescimento e lucros. Tornando-se um circulo virtuoso de crescimento.

Boa parte desses conceitos de Marketing apresentados foram notórios na empresa em questão, principalmente em relação à atenção dada à qualidade ofertada para os seus clientes, fazendo isso à mesma tem plantado satisfação ao seu publico, e consequentemente tem colhido bons frutos dessa dedicação, atraindo mais consumidores interessados em usufruir da mesma qualidade disponibilizada pela Digimundo, gerando o devido crescimento da mesma.

**4 REFERÊNCIAS**

# CALIL. Por que um bom atendimento é essencial para o marketing. Disponível em:

# <<http://exame.abril.com.br/pme/noticias/por-que-um-bom-atendimento-e-essencial-para-o-marketing>>, 2014. Acesso em 05 de março de 2016 às 21h18min.

#  **COMINI.** Kotlher Administração de Marketing. Disponível em: <http://www.ebah.com.br/content/ABAAABpsEAA/kotlher-administracao-marketing>, 2010. Acesso em 01 de março de 2016 às 11h56min.

FARIA. **Definição de marketing, objetivo do marketing.** Disponível em: < http://www.merkatus.com.br/10\_boletim/18.htm>, 2003. Acesso em 01 de março de 2016 às 00h03min.

FUZZATO. **Como definir Estratégia e Táticas de Marketing**. Disponível em: < http://www.automacaodemarketing.com.br/estrategias-demarketing/como-definir-estrategia-e-taticas-de-marketing/>, 2015**.**  Acesso em 29 de fevereiro de 2016 às 23h25min.

# KLUPEL. Marketing não é só propaganda! Disponível em: <<https://camilakluppel.wordpress.com/2009/08/25/marketing-nao-e-so-propaganda/>>, 2009. Acesso em 06 de março de 2016 ás 20h29min.

KOTLER**. Administração de Marketing.** Disponível em: < http://www.evef.com.br/artigos-e-noticias/administracao-de-marketing/245-conceitos-centrais-do-marketing> ,2013. Acesso em 06 de março de 2016 às 20h42min.

REBOUÇAS. **Marketing de A a Z – Livro de Philip Kotler. Disponível em: <**<http://agendapesquisa.com.br/marketing-de-a-a-z-livro-de-philip-kotler/>**>, 2015.** Acesso em 05 de março de 2016 às 20h42min.

SOUZA.  [**A importância do Marketing para as empresas**](http://blog.acelerato.com/gestao/a-importancia-do-marketing-para-as-empresas/). Disponível em: <http://wilpersou.com.br/marketing/a-importancia-do-marketing-para-as-empresas/>,2015. Acesso em 06 de março de 2016 às 20h27min.

### SERAFIM. [Se Marketing não é propaganda, o que é então?](https://endeavor.org.br/se-marketing-nao-e-propaganda-o-que-e-entao/) Disponível em: <<https://endeavor.org.br/autor/luiz-eduardo-serafim/>>, 2014. Acesso em 05 de março de 2016 às 22h57min.

TAVARES. **Marketing: Conceitos, Tipos, Objetivos e Análise de Desempenho.** Disponível em: <http://www.portaldomarketing.com.br/Artigos/Marketing\_Conceitos\_Tipos\_Objetivos\_e\_analise\_de\_desempenho.htm>, 2007. Acesso em 15 de Março de 2016 às 20h45min.