



MARKETING DE SERVIÇOS: UM ENFOQUE À DIVULGAÇÃO DOS SERVIÇOS

¹Maira Echeverria Burgo; ¹Bernardo Pereira Tamborindeguy, ¹Érica Chagas Leal, ¹Fabiana Soares Santos, ¹Gabriela Machado Luna, ²Rita Luciana Saraiva Jorge.

O marketing de serviço tem como conceito o conjunto de variedades onde o objetivo é analisar, planejar, implementar e controlar os programas destinados a atingir a demanda de produtos e serviços da melhor maneira, suprimindo as necessidades dos clientes com qualidade e satisfação e sempre visando o ponto final que é a lucratividade da empresa. Segundo Kotler (2008), "Serviço é qualquer atividade ou benefício que uma parte possa oferecer a outra, que seja essencialmente intangível e não resulte na propriedade de qualquer coisa. Sua produção pode estar ou não vinculada a um produto físico". O trabalho realizado teve como objetivo identificar as ferramentas de marketing utilizadas pela empresa NOVOLAR IMOVEIS. A pesquisa classifica-se como descritiva e exploratória, o método utilizado foi o qualitativo através de estudo de caso. A pesquisa é aplicada e o resultado foi analisado utilizando a técnica de análise de conteúdo. Como principal resultado destaca-se que, a empresa utiliza o treinamento para a capacitação de seus colaboradores; a televisão, rádios e jornais são utilizados como meios fortíssimos para divulgação da empresa e novos empreendimentos, porém, salienta que o mais utilizado pela comunidade que busca imóveis são os meios online através do site e mídias sociais. O marketing de serviços é vital para o bom funcionamento e sobrevivência de qualquer empresa no mercado atual, a equipe que trabalha de maneira disciplinada e aguerrida tem papel fundamental para o dia a dia funcional de qualquer organização e contribui fielmente para que os resultados sejam atingidos. Desta maneira destaca-se, também, a importância do marketing interno como engrenagem vital de todos os processos desenvolvidos, desde o acolhimento de cliente até as manutenções diárias. Para concluir entende-se que a lição a ser aprendida é que as empresas precisam utilizar todas as mídias disponíveis 24 horas por dia e sete dias por semana, incluindo a nova mídia social. Elas devem criar uma equipe de resposta rápida para reagir às controvérsias com rapidez e eficácia.

Palavras chaves: marketing de serviços; mídias sociais; mercado.

¹Discente do curso de Administração – URCAMP

² Prof. do curso de Administração – URCAMP