

ESTRATÉGIA DE MARKETING E A UTILIZAÇÃO DE FERRAMENTAS DIGITAIS



SPENST, FERNANDA^{1*}; BENTO, LETÍCIA¹; FAGUNDES, TAYSON¹;
STOLL, FABRÍCIO¹.

*fernandaspenst@hotmail.com

OLIVEIRA, LUCIANE²; RANGEL, DARLAN²;
SAGGIONO, DIRNEI².

¹ Discentes do Curso de Ciências Contábeis, Nível 4 2022/2- Faculdade IDEAU – Bagé/RS.

² Docentes do Curso de Ciências Contábeis, Nível 4 2022/2 - Faculdade IDEAU – Bagé/RS.



CONSIDERAÇÕES INICIAIS

O estudo do marketing data dos primórdios da civilização, e um dos precursores foi Philip Kotler na década de 60, momento em que a estruturação do mercado estava em alta tanto quanto níveis nacionais e internacionais, caracterizando-se pelo aprofundamento do processo de industrialização, investimentos em infraestrutura. O marketing passou a ser utilizado por governos, organizações civis e religiosas moldando técnicas conforme as suas necessidades, portanto foi a cobrança de Gutenberg que impulsionou o surgimento dos primeiros anúncios impressos, que era a forma mais elaborada de marketing para o período.

O objetivo geral do trabalho foi analisar se a empresa estudada necessita de um plano de marketing, este que visa aumentar a divulgação do empreendimento. A base tem como foco ampliar a visibilidade da empresa no seu segmento.

A referida pesquisa teve como foco principal o conhecimento das estratégias de marketing e meios de comunicação, sendo assim sugerindo a criação de um networking, e a utilização de um meio de comunicação digital para tornar o seu ramo de atuação mais amplo.

Após um estudo feito a partir da análise das redes sociais da empresa, conseguimos identificar a necessidade de um marketing mais simples, foi então criado como uma sugestão para que se tenha mais interação nas redes sociais, sendo assim seja utilizado um meio de comunicação mais fácil e rentável, onde possamos gerar o desejo da empresa em colocar em prática sendo que já há uma necessidade desta ferramenta para a sua maior divulgação.

Dessa forma a empresa compactua com a ideia de que são necessários novos meios de divulgação além do que já vem sendo atualmente utilizado, de maneira a não apenas divulgar os serviços da empresa, mas também seus valores e responsabilidades para com seus clientes, criando maior confiança, respeitabilidade e aceitação no mercado atuante.

Com o objetivo já pré-definido, buscaremos uma maneira de consolidar a aplicação de um método mais simples, como aquelas feitas em sala de aula, como por exemplo a utilização de uma ferramenta digital, o Canva.

Ferramenta essa que hoje nos auxilia para a criação de banners, folders, vídeos entre outros meios de comunicação existentes dentro do aplicativo com o objetivo de auxiliar a empresa no seu manuseio bem como aquelas pessoas da qual não tem o domínio necessário para o seu uso, até mesmo dentro da nossa faculdade.

METODOLOGIA

O presente artigo com o tema de “atuação remota dos profissionais das áreas de administração e contábeis em tempos de pandemia” foi elaborado por meio de pesquisa e produção de conhecimento através do corpo social explorado no estudo (serviços), reportagens, sites e artigos científicos.

O artigo contém uma pesquisa bibliográfica esta que segundo Cervo (1983, p.55) “busca conhecer e analisar as contribuições culturais ou científicas do passado existentes sobre um determinado tema ou problema, de natureza quantitativa para Demo (2002, p.17) “é mais facilmente ordenável, sobretudo mensurável, é preferido pelo método científico”.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Foi feita uma pesquisa de mercado na empresa “Consultório de Fisioterapia e Pilates”, através de um questionário respondido pelos pacientes, concluiu-se que não há marketing em redes sociais, sendo que atualmente a melhor forma de promover uma empresa é pelo instagram, facebook, entre outros.

Como Conheceu a Empresa?

- Indicação de outra Pessoa
- Indicação Médica
- Redes Sociais
- Google

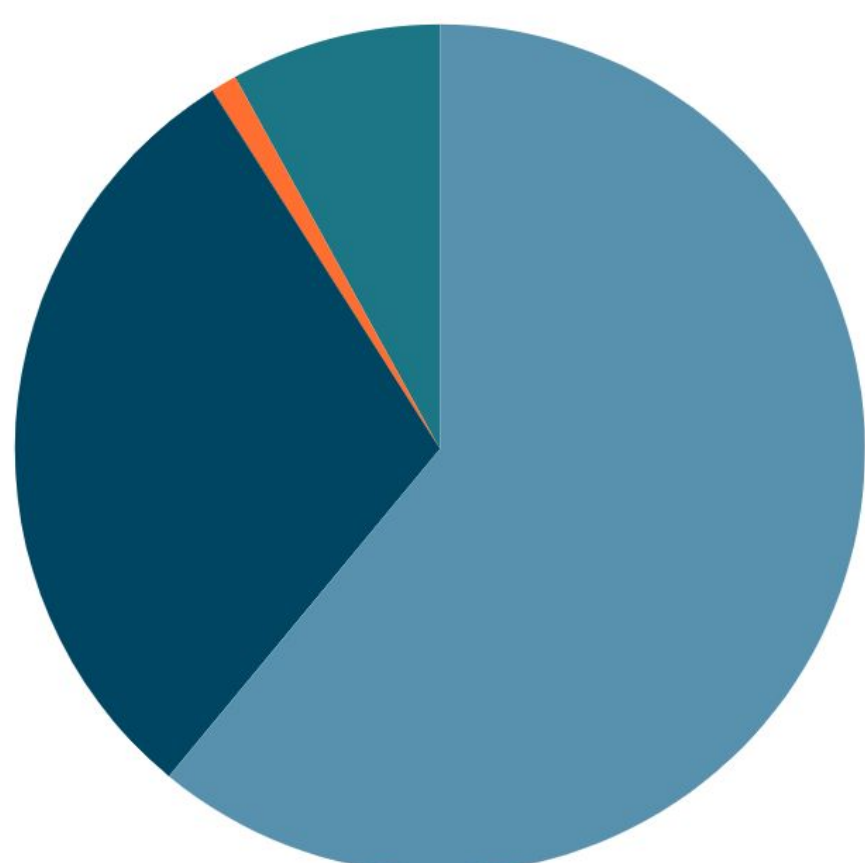


Figura 01: Motivos pelos quais a empresa foi conhecida pelos pacientes
Fonte: Elaborado pelo autor, 2022.

É uma empresa de pequeno porte, está buscando a sua melhor visibilidade no cenário competitivo na área de saúde, para devidos fins de abranger mais clientes e uma melhor modernidade para a empresa. Buscaremos estratégias de marketing para pequenas empresas que atualmente vem sendo utilizadas para fazer com que elas possam estar um pouco mais à frente das suas concorrentes.

Com finalidade de fazer planos de marketing para a empresa, utilizamos da ferramenta Canva para criar designs que auxiliam nesse processo de maneira a chamar o consumidor e ofertar os serviços ali prestados. Como exemplo os posts que podem ser postados nas redes sociais de maneira a atrair maior quantidade de clientes:



Figura 02: Logotipo criação como sugestão para a empresa.
Fonte: Elaborado pelo autor, 2022.



Figura 03: Post para redes sociais sobre a Osteopatia.
Fonte: Elaborado pelo autor, 2022.



Figura 04: Post para redes sociais sobre a Fisioterapia.
Fonte: Elaborado pelo autor, 2022.

Nos folders, figura 03 e 04, podem ser apresentados detalhes sobre as atividades exercidas no consultório, e dessa forma pode-se explicar os benefícios que cada atividade traz. Na figura 02 foi proposta uma logo para empresa, para que assim o espaço tenha a sua marca e os clientes possam facilmente associar a pessoa, a marca e a empresa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A realização dessa pesquisa teve como principal objetivo o estudo de ferramentas que possam auxiliar na disseminação de pequenos, médios e grandes empreendimentos para que assim aumente significativamente o seu reconhecimento bem como o seu lucro. Além disso, o trabalho resume de maneira clara e objetiva quais meios e sugestões podem ser modificadas rapidamente, como por exemplo a criação de um *slogan*.

Ao desenvolver essa pesquisa foi possível analisar que existem várias maneiras de realizar o marketing, seja pela internet ou pelo network feito pelos próprios pacientes que vem dando certo a muito tempo, porém em tempos novos há a necessidade de inovar, utilizar as novas técnicas tecnologias que são disponibilizadas . Contando com ferramentas de fácil utilização e acesso, estas podem ser gratuitas como o *Canva*.

A fim de que se tenha a propagação do trabalho realizado pelo empreendedor e a dispersão do nome do consultório é necessário que se tenha mais ação e interação nos meios de comunicação como por exemplo *Instagram e Facebook*, investindo mais tempo nessas redes sociais e utilizando a ferramenta Canva na criação de posts, panfletos e infográficos.

REFERÊNCIAS

Kotler, Philip. **Princípios de marketing** / Philip Kotler, Gary Armstrong ; tradução Arlete Simille Marques, Sabrina Cairo ; revisão técnica Dilson Gabriel dos Santos, Francisco J.S.M. Alvarez. – 9. ed. – São Paulo : Prentice Hall, 2003.

BERVIAN, P. A. CERVO, A. L.; SILVA, R. Metodologia Científica 1983 p.55

MAROSIN, J. A Influência da Propaganda Nazista no Marketing Político atual. Porto

Alegre, 2010