

PLANO DE MARKETING PARA A EMPRESA KM BOMBAS INJETORAS

Orientadores: OLIVEIRA, Evandro Luiz

Pesquisadores: SOFFIATTI, Felipe

Curso: Administração

Área: Ciências Sociais Aplicadas

Resumo: O marketing é uma das ferramentas que mais diferenciam uma empresa das outras, aumentando sua vantagem competitiva e o plano de marketing é o documento que define as metas e objetivos do marketing, demonstra a atual situação da empresa e as estratégias que devem ser seguidas para que as metas e objetivos sejam alcançados, por isso, o tema é a realização de um plano de marketing para a empresa KM Bombas Injetoras com os objetivos de realizar um estudo sobre o marketing; fazer a análise dos pontos fortes e fracos, oportunidades e ameaças; definir uma estratégia de marketing e a escolha de um plano de marketing que será proposto. Realizou-se uma pesquisa descritiva com um estudo de caso sobre a empresa KM Bombas Injetoras com enfoque quantitativo e utilizando-se uma amostra intencional o instrumento de coleta de dados foi o questionário. Com a análise dos dados, foi possível perceber que a grande maioria dos clientes está satisfeito com a empresa, seus produtos e serviços, preços, ambiente e qualidade; pôde-se também ver que os investimentos em marketing que atualmente são feitos mostram-se pouco eficazes, já que a maioria dos clientes disseram ter conhecido a empresa através de amigos e conhecidos e não pelas mídias utilizadas para propaganda. O trabalho também apresenta os custos estimados para implantação do plano. Pode-se concluir que todos os objetivos propostos para o trabalho foram atingidos e por mais que os clientes estejam, satisfeitos com a empresa, ainda existem pontos a serem trabalhados como a destinação de recursos de de marketing, ações para fidelização.

Palavras-chave: Plano de marketing. Marketing. Clientes. Satisfação. Objetivos. Metas.

E-mails: evandro.oliveira@unoesc.edu.br; filipe.soffiatti@hotmail.com