

PROPOSTA DE IMPLANTAÇÃO DO CRM NA FARMÁCIA SESI XANXERÊ/SC

Pesquisador(es): SIGNOR, Cintia Mara Gwiazdecki; BARRIQUEL, Évely Zaniol; OLIVEIRA, Evandro Luiz de; TRINTINAGLIA, Artemio

Curso: Administração

Área: Processos Organizacionais

Resumo: Para permanecer no mercado as empresas necessitam fidelizar e reter clientes. O CRM (Customer Relationship Management) é uma estratégia voltada a atender estes aspectos organizacionais. Os objetivos fundamentam-se em analisar o mercado de atuação no qual o estabelecimento está inserido; identificando os aspectos positivos e negativos obtidos com a utilização do CRM para a Farmácia Sesi Xanxerê SC; identificando os aspectos positivos e negativos obtidos com a utilização do CRM para os clientes; propondo um plano de ação para implantação do CRM na Farmácia Sesi Xanxerê SC. Tais objetivos servem de base para atingir o objetivo geral de elaborar uma proposta de implantação do CRM na farmácia SESI Xanxerê SC visando uma maior vantagem competitiva. O presente trabalho trata-se de um estudo de caso, de caráter descritivo, tendo uma abordagem qualitativa e quantitativa. A delimitação da pesquisa determinou a aplicação da pesquisa de campo na Farmácia SESI Xanxerê através da aplicação de 150 questionários, determinados através de uma amostra intencional. Os resultados permitiram a proposição das metas e objetivos desejados pela farmácia, o que em contrapartida, serviu como meio para direcionar as pesquisadoras ao alcance do objetivo geral delimitado, que fundamentou-se na elaboração de uma proposta de implantação do CRM na farmácia Sesi visando uma maior vantagem competitiva.

Palavras-chave: CRM. Farmácia. Estratégia. SESI.

E-mails: cintiamaragp@hotmail.com; evely_z_b@hotmail.com