

## PLANO DE MARKETING NA DISCFONE DISTRIBUIDORA: ESTRATÉGIAS PARA CONSOLIDAR SUA POSIÇÃO NO MERCADO DE DISTRIBUIÇÃO DE PRODUTOS ELETRÔNICOS.

Gabriel Silveira Rossetti<sup>1</sup>, Inocencia Boita Dalbosco<sup>2</sup>

1. Discente do curso de graduação em Administração, Unoesc, Chapecó, SC

2. Docente do curso de graduação em Administração, Unoesc, Chapecó, SC

**Autor correspondente:** Gabriel Silveira Rossetti, gabriel.r@unoesc.edu.br

**Área:** Ciências Sociais

**Introdução:** Explorando a significativa importância do marketing para a empresa Discfone Comércio e Serviços LTDA, que opera em um mercado extremamente competitivo, enfatiza-se a necessidade de desenvolver um plano de marketing eficaz para fortalecer sua posição e elevar sua competitividade. Visto que, o marketing realizado pela Discfone Distribuidora, é superficial e carece de uma estratégia bem definida, com funcionários de outras áreas assumindo tarefas de marketing. Abordagem essa que prejudica o progresso da empresa no mercado frente a seus concorrentes. **Objetivo:** Como forma de reversão, é realizado um estudo abrangente com o objetivo de reestruturar a área de marketing, utilizando-se do plano de marketing do autor Alexandre Luzzi Las Casas, visando aumento da competitividade e rentabilidade da empresa. Identificando os principais concorrentes, analisando o mercado que a empresa esta inserido e definindo o público-alvo da empresa. **Método:** Para alcançar os objetivos do estudo, utiliza-se de várias fontes de coleta de dados. Entre elas, estão questionários estruturados, entrevistas com gestores da Discfone Distribuidora, observação direta das atividades da empresa, pesquisa bibliográfica e análise de dados de mercado. Tabulação e análise dos dados, que fez possível insights valiosos para a elaboração do plano de marketing da Discfone Distribuidora. As informações coletadas serão utilizadas para embasar as estratégias propostas, observando sempre os objetivos gerais. **Resultados:** Autorizadas e implementadas as ideias propostas, indiretamente aparecem os resultados, a empresa carece de uma forma de contabilização dos retornos trazidos pelo marketing, mas observa-se um grande aumento nas vendas e rotatividade de cliente nas lojas, dá-se como exemplo o trabalho realizado na área de treinamento realizado pela empresa, que a partir da organização do método e implementação de uma identidade visual, trouxe retornos visíveis a empresa. **Conclusão:** Contudo, ao final das aplicações fica visível a importância de um plano de marketing em uma empresa que opera em um mercado competitivo.

**Palavras-chave:** Marketing; Plano de Marketing; Estratégias; Retorno.