

FERRAMENTAS ESTRATÉGICAS DO MARKETING COMO DIFERENCIAL COMPETITIVO

Jonathan Felipe Francisco ALVES¹, Zelma Leal PAIXÃO²

¹Estudante do curso de Administração/UNINCOR – e-mail: jonathan.felipealves@hotmail.com

²Orientadora e Professora do Curso de Administração /UNINCOR – zelma.silva@unincor.edu.br

Palavras-Chave: Marketing, Estratégia, Mercado.

RESUMO

Em um cenário cada vez mais competitivo e acelerado, entender o que o cliente necessita torna-se cada vez mais necessário, visto que as empresas precisam atender as necessidades de seus clientes, torna o grande desafio para as organizações. Esse estudo tem como objetivo fazer uma pesquisa bibliográfica sobre as empresas brasileiras em um contexto macro, identificando como as empresas têm desenvolvido suas estratégias de marketing para ganhar mercado. Analisando as ferramentas estratégicas de marketing identificamos que a maioria das estratégias está voltada à satisfação do cliente e em identificar e produzir algo que vá de encontro às necessidades e desejos das pessoas como cliente principal. Através dos aspectos metodológicos da revisão da literatura foram feitos levantamento de bibliografia de autores especialistas no assunto de forma relevante autores como: KOTLER (1999) cita que, o conceito de marketing assume que a chave para atingir as metas organizacionais consiste em ser mais eficaz do que os concorrentes para integrar as atividades de marketing, satisfazendo, assim, as necessidades e desejos dos mercados-alvos. LEVITT (1980) diz que a venda focaliza-se nas necessidades do vendedor; marketing nas necessidades do comprador. A venda está preocupada com a necessidade de o vendedor transformar seu produto em dinheiro; marketing com a ideia de satisfazer às necessidades do consumidor por meio do produto e de um conjunto de valores associados com a criação, entrega e, finalmente, seu consumo. COBRA (1940) cita que a essência do marketing é um estado da mente. Em marketing os profissionais de negócios adotam o ponto de vista do consumidor. E essas decisões são apoiadas com base no que o cliente necessita e deseja.

APOIO: O aluno Jonathan Felipe Francisco Alves agradece ao corpo docente, e aos orientadores da Unincor e também à Bolsa de Iniciação Científica fornecida pela Universidade Vale do Rio Verde - UNINCOR.