



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTEGRADO

A MARCA E O CONSUMIDOR

CENTRUS SOLUÇÕES TECNOLÓGICAS LTDA.

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

ABRIL, 2022

UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTEGRADO

A MARCA E O CONSUMIDOR

CENTRUS SOLUÇÕES TECNOLÓGICAS LTDA.

MÓDULO GESTÃO DA MARCA

GESTÃO DA MARCA E POSICIONAMENTO – PROF. MARCELO
ALEXANDRE CORREIA DA SILVA

COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR – PROF. MARCELO
ALEXANDRE CORREIA DA SILVA

ESTUDANTES:

Jonathan Diogo Faria, 1012019100648

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

ABRIL, 2022

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	3
3. PROJETO INTEGRADO	3
3.1 GESTÃO DA MARCA E POSICIONAMENTO	3
3.1.1 POSICIONAMENTO DE MERCADO	4
3.1.2 A FIDELIZAÇÃO DO CLIENTE	4
3.2 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR	5
3.2.1 EXPECTATIVAS DO CONSUMIDOR	5
3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: CONSTRUINDO SUA MARCA	6
3.3.1 CONSTRUINDO SUA MARCA	6
4. CONCLUSÃO	7
REFERÊNCIAS	8

1. INTRODUÇÃO

Posicionamento de mercado é um conceito de marketing que se refere à posição que uma marca ocupa na mente do consumidor. Do ponto de vista estratégico, posicionar sua empresa no mercado significa se diferenciar da concorrência e alcançar a liderança, conquistando um lugar de destaque entre os consumidores.

Como escreveu Philip Kotler, em sua obra Administração de Marketing (Prentice Hall, 2000):

“Posicionamento é a ação de projetar a oferta e a imagem da empresa para que ela ocupe um lugar diferenciado na mente do público-alvo”.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A empresa trabalhada neste projeto será a Centrus Soluções Tecnológicas Ltda, CNPJ 08.862.852/0001-08. Localizada na cidade de São João da Boa Vista, na rua Getúlio Vargas, 872, centro.

A empresa atua na área de telecomunicação, no que diz respeito ao atendimento comercial para clientes da operadora vivo.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO DA MARCA E POSICIONAMENTO

A empresa possui um excelente posicionamento no mercado.

Sabemos que hoje a telecomunicação é de extrema importância para a grande maioria da população mundial e desta forma a Centrus Soluções Tecnológicas auxilia e ajuda diversas empresas a terem seus serviços da vivo sempre em funcionamento adequado.

3.1.1 POSICIONAMENTO DE MERCADO

O grande benefício em ser cliente desta empresa é a agilidade para conseguir contato, pois enquanto muitas pessoas ficam penduradas por horas no telefone tentando contato na central de relacionamento da operadora, o contato com a Centrus é rápido e direto.

Isso tudo faz com que a procura por atendimento seja alta e sempre ser uma empresa avaliada e posicionada no mercado como de qualidade e ótimo atendimento.

Por se tratar de um canal comercial da operadora Vivo ela não exige nenhum tipo de custo aos clientes, todo atendimento e ajuda é realizada de forma gratuita e esse é mais um ponto de extrema importância na sua posição no mercado.

Sendo assim o grupo alvo de clientes são todos aqueles portadores de serviços de telecomunicações da operadora Vivo e em sua grande maioria são empresas, pois são elas quem mais precisam deste tipo de serviços ativo sempre.

3.1.2 A FIDELIZAÇÃO DO CLIENTE

O modo de fidelização do cliente na empresa é somente o bom atendimento e carência de contrato.

Mas falando do produto em si, a operadora vivo leva grande vantagem hoje no mercado devido sua expansão de funcionamento, em muitos locais outras operadoras deixam a desejar enquanto a vivo em grande maioria consegue atender o cliente onde quer que ele esteja.

3.2 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

A grande maioria dos consumidores possuem grandes expectativas com os serviços e a grande maioria também não se arrepende.

A Centrus relata que mensalmente há uma grande quantidade de portabilidade realizada, ou seja, pessoas saindo de uma operadora e indo para a vivo isso se deve ao excelente serviço prestado e por sua funcionalidade em grandes locais.

Foi realizada uma pesquisa com 30 clientes da empresa, para sabermos quais eram as expectativas com os serviços prestados e a escala de satisfação foi de 93,3% somente dois participantes tiveram alguns pontos negativos a relatar mas não diretamente com a Centrus e sim com a operadora vivo.

3.2.1 EXPECTATIVAS DO CONSUMIDOR

As expectativas dos consumidores tanto com a operadora quanto com a Centrus sempre foi grande e em pouquíssimos casos não foram alcançadas. Foram estudados alguns casos que não tiveram suas expectativas alcançadas e foi observado que a maioria deles foram erros técnicos e geológicos onde de fato a operadora e a empresa Centrus não tinham muito o que fazer visto que eram locais de difícil acesso aos sinais do serviço.

3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: CONSTRUINDO SUA MARCA

3.3.1 CONSTRUINDO SUA MARCA

- Marca pessoal é a sua reputação e o seu legado. É a forma como os outros lembram de você através das suas ações e dos seus conhecimentos e relacionamentos. Essa imagem será utilizada para as pessoas se lembrarem de você no trabalho e, por exemplo, decidirem se querem ou não trabalhar com você no futuro.

O desenvolvimento da sua marca pessoal é um processo estratégico capaz de direcionar a sua vida profissional para onde deseja. Através da marca pessoal, você descobre como trazer mais valor ao seu trabalho e ao mercado que atende. Desenvolver a sua marca permite a você se diferenciar de outros profissionais e ser alguém de valor único.

- O conceito de networking consiste na estratégia de formar e aperfeiçoar sua rede de contatos, mantendo pessoas relevantes no seu entorno.

Ele estimula a troca de experiências e informações entre contatos, de modo a fortalecer essa rede. Ou seja, as relações profissionais criadas geram oportunidades de compartilhamento de interesses, informações e até formações de parcerias, gerando benefícios para ambos os lados.

- As redes sociais profissionais são aquelas em que os usuários têm como objetivo criar relacionamentos profissionais com outros usuários, divulgar projetos e conquistas profissionais, apresentar seu currículo e habilidades, conseguir indicações, empregos etc. O contato com essas novidades amplia o horizonte não só de

pessoas a procura de vagas de emprego como também para quem já se encontra bem empregado que passam a ter uma valiosa ferramenta de exposição de talentos, dinamizando a procura e seleção de perfis, otimizando tempo em processos seletivos.

4. CONCLUSÃO

Este projeto integrado foi de extrema importância pois consegui expandir minha visão quando se trata de marca e posicionamento das empresas. Tive dificuldades em colocar na escrita tudo que aprendi e compreendi sobre este assunto. Creio que na prática consegui me encontrar melhor, ao falar e realizar as pesquisas. Visualizei o quanto é necessário a empresa prestar um ótimo serviço, com produtos de qualidade e sempre ter uma posição adequada no mercado, pois só assim conseguem fidelizar seus clientes e mantê-los por perto como é necessário.

REFERÊNCIAS

<https://www.catho.com.br/carreira-sucesso/carreira/dicas-emprego/comportamento/como-construir-sua-marca-pessoal-em-5-passos/>

<https://neilpatel.com/br/blog/posicionamento-de-mercado/>

<http://www.revista.universo.edu.br/index.php?journal=1UNICARECIFE2&page=article&op=viewArticle&path%5B%5D=7322>