

II Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação

20 a 23 de novembro de 2018 - Naviraí - MS



COMUNICAÇÃO DE MARKETING: o caso da Fest Embalagens

Maisa da Silva Fernandes

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (CPNA)

maisasilvafer@gmail.com

Pedro Luiz Remelli

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (CPNA)

pedroeasy@outlook.com

Felipe da Silva Costa

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (CPNA)

felipecostagtr@gmail.com

Edrilene Barbosa Lima Justi

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (CPNA)

edrilene@gmail.com

Jamson Justi

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (CPNA)

jamsonjusti@gmail.com

Jadson Justi

Universidade Federal do Amazonas (UFAM)

jadsonjusti@hotmail.com

RESUMO

O gerenciamento da comunicação de marketing auxilia a gestão da marca, oferece suporte para captura e análise de informações sobre o público-alvo, promove um bom relacionamento com os clientes e também estimula a geração de novos negócios. Sendo assim, o objetivo deste trabalho é analisar as estratégias de comunicação utilizadas pela empresa Fest Embalagens. Para tanto, a metodologia se fundamenta em pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo com entrevista ao proprietário da empresa Fest Embalagens, localizada em Nova Andradina, MS. Conclui-se que a empresa possui as possibilidades de se tornar referência no segmento de embalagens, doces e decoração para festas, mas é necessário que haja investimentos na comunicação de marketing.

Palavras-chave: Marketing estratégico; Comunicação de marketing; Marketing *mix*.

Segundo a American Marketing Association (2013), marketing pode ser entendido como o conjunto de conhecimentos e processos de criar, comunicar, entregar e trocar ofertas que tenham valor para consumidores, clientes, parceiros e sociedade como um todo.

O marketing é um processo de análise que envolve a identificação das necessidades humanas e sociais pensando na melhor forma para supri-las, gerando a satisfação e fidelizando os clientes, sendo necessário encontrar a comunicação adequada para o relacionamento com o mercado consumidor.

Sendo assim, o objetivo deste trabalho é analisar as estratégias de comunicação utilizadas pela empresa Fest Embalagens, incluindo seus pontos fortes e também suas fragilidades, fazendo um diagnóstico positivo ou negativo. Para tanto, a metodologia utilizada se fundamenta em pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo com entrevista ao proprietário da empresa Fest Embalagens, localizada em Nova Andradina, MS.

A comunicação é importante em toda empresa e deve receber a mesma atenção que é dedicada ao patrimônio e investimento em novas aquisições e tecnologia. Pimenta (2004) caracteriza a comunicação empresarial como o somatório de todas as atividades de comunicação da empresa, sendo uma atividade multidisciplinar que envolve métodos e técnicas de relações públicas, jornalismo, assessoria de imprensa, lobby, propaganda, promoções, pesquisa, endomarketing e marketing.

Kotler e Keller (2012) apresentam as etapas no desenvolvimento de uma comunicação eficaz: identificação do público alvo; determinação dos objetivos; elaboração da comunicação; seleção dos canais de comunicação; estabelecimento do orçamento; decisão sobre o *mix* de comunicação; e, gerenciamento da comunicação integrada de marketing

Na etapa de decisão sobre o *mix* de comunicação de marketing, os autores citados afirmam que as empresas devem distribuir o orçamento em propaganda, promoção de vendas, relações públicas e publicidade, eventos e experiências, o marketing direto e o interativo, boca a boca e força de vendas.

Quanto ao gerenciamento do processo de comunicação integrada de marketing é onde ocorre a avaliação da estratégia das ações de comunicação realizadas pela empresa, verificando se há oferta de clareza, coerência e impacto nas mensagens, buscando a geração de m impacto nas vendas.

Nesse contexto, a empresa pesquisada Fest Embalagens atua há mais de 11 anos no mercado de confeitaria, embalagens, doces e decoração para festas. Utiliza redes sociais, sendo uma página no Facebook e mais dois perfis pessoais associados à empresa e propaganda volante, de modo a divulgar os seus produtos.

Na pesquisa pode-se constatar como pontos positivos de suas ações de comunicação de marketing:

- A Fest Embalagens utiliza uma página que possui 967 curtidas até o momento (abril de 2018), o que a torna a página mais curtida no ramo de embalagens e decorações. Os concorrentes Saraiva Doces e Sato Embalagens possuem respectivamente 881 e 352 curtidas;
- A promoção no local em datas comemorativas como Dia das Mães e Dia das Crianças também é um ponto positivo, pois atrai pessoas, clientes ou não, para conhecer a loja e talvez até comprar algum produto;
- A Fest Embalagens utiliza a tecnologia a seu favor fazendo o uso do WhatsApp para realizar suas vendas. É um meio acessível e rápido para trocas de informações e utilizado para que o cliente possa fazer seus pedidos, críticas e sugestões.

Como pontos negativos tem-se:

- A página em questão não é atualizada desde o dia 29 de setembro de 2017 e após uma observação, foi constatada uma mistura de postagens relevantes, como promoções do dia, e informações desnecessárias que não fazem jus à mercadoria comercializada, como pensamentos religiosos;
- Também há o uso dos perfis pessoais associados diretamente à empresa, misturando postagens pessoais e postagens relativas aos produtos. Por mais que o proprietário seja querido e conhecido, talvez as pessoas associem seus gostos pessoais, preferências e estilo à imagem da Fest Embalagens.

Diante do diagnóstico, sugere-se para empresa algumas melhorias, como o monitoramento da página, com atualização constante e imagens dos produtos, especialmente aos que são para decoração de festas.

Outra sugestão seria que a Fest Embalagens aderisse a outra rede social na internet que é amplamente utilizada exclusivamente para compartilhamento de fotos e vídeos, o Instagram. Nele seria possível mostrar os produtos novos, observar o que os clientes ou possíveis clientes estão comentando sobre os seus produtos e até mesmo buscar inspirações para aquisição de

produtos que estão em alta no momento. Como este é um aplicativo gratuito, o investimento necessário seria de tempo e dedicação para manter uma frequência de postagens e fotos.

Por fim, outra indicação seria incluir mais testes e degustações, de modo a atrair as pessoas além das datas específicas onde estas ações ocorrem.

Conclui-se que a Fest Embalagens tenha todas as possibilidades de se tornar referência no segmento de embalagens, doces e decoração para festas, mas é necessário que os proprietários da empresa acreditem e invistam no poder e na influência de uma comunicação de marketing empresarial estratégica.

REFERÊNCIAS

AMERICAN MARKETING ASSOCIATION. **Definition of Marketing**. Disponível em: www.marketingpower.com/AboutAMA/Pages/DefinitionofMarketing.aspx. Acesso em 24 de abril de 2018.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing**. 14 ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

PIMENTA, M. A. **Comunicação empresarial**. 4. ed. Campinas: Alínea, 2004.