

UMA ESTRATÉGIA DE FIDELIZAÇÃO E CAPTAÇÃO DO CLIENTE: ESTUDO DE CASO NA EMPRESA POLY SPORT DE FERNANDÓPOLIS

Dandria Carolina FORNAZARI¹
Bruna Pedroso de SOUZA²
Maiara Aparecida Rodrigues SOARES³
Bruna Carolina da SILVA⁴
Daniela BORELI⁵

RESUMO

INTRODUÇÃO: O marketing é responsável por estabelecer técnicas a empresa a fim de conhecer o mercado atual e o consumidor. Desta forma possibilita a empresa com maior facilidade atender as necessidades e desejos dos clientes de forma satisfatória, tornando assim, referência no mercado. Segundo Gabriel (2010): "O planejamento estratégico de marketing é o processo no qual uma empresa analisa o ambiente de marketing [...] com foco nos seus objetivos com um determinado público alvo, traçando as estratégias de marketing para alcançar tais objetivos". **OBJETIVO:** Analisar a importância do marketing no ramo esportivo, visando aplicar determinadas estratégias de marketing que podem refletir no desenvolvimento da empresa, tanto no âmbito de conquistar como também de fidelizar os clientes. **METODOLOGIA:** O estudo de caso será realizado na empresa Poly Sports de Fernandópolis, comércio do ramo esportivo. Realizou-se pesquisa bibliográfica e de campo, que ocorreu em um dia com cerca de 50% dos clientes que frequentaram a loja. **RESULTADO:** A pesquisa apresentou a satisfação de 80% dos clientes quanto a disponibilidade de produtos procurados e 70% do atendimento dos colaboradores da loja foi considerado bom e muito bom. As formas de pagamento agradam 96% dos clientes. Foi apontado também, que seria interessante a abertura de uma nova loja no shopping para melhor acesso aos clientes. **CONCLUSÃO:** A empresa carrega em sua trajetória uma vasta quantidade de clientes fidelizados. A pesquisa poderá ajudar a atender as necessidades e desejos criando possibilidade para fidelizar mais consumidores.

Palavras-chave: Marketing. Fidelização de clientes. Consumidor.

¹dandria__14@hotmail.com

²bruna_pedroso04@msn.com

³rs.maiara@outlook.com

⁴bruninhacarolinn@hotmai.com

⁵daniboreli@hotmail.com