

## **ESTRATÉGIAS DE MARKETING COMO FERRAMENTA PARA FIDELIZAÇÃO**

Pedro José da Silva Neto\*

Mônica da Silva Machado dos Santos\*\*

Diante das constantes transformações ocorridas no mercado, às empresas buscam estratégias para atrair clientes, os quais são foco de qualquer empreendimento para alcançar resultados. Devido à concorrência e as grandes mudanças socioeconômicas, busca-se no marketing conceitos específicos direcionados para cada problemática mercadológica, além de socialmente permitir aos indivíduos que obtenham o que necessitam. Os clientes estão cada vez mais atentos as ofertas e buscam afinidades com empresas que tenham uma boa propaganda, que ofereçam mais vantagens, formas de pagamentos e qualidade em todo o processo do seu atendimento. Dessa forma, as empresas procuram atender melhor aos seus clientes e suas necessidades. Diante disso, o estudo terá como objetivo geral avaliar de que forma as ferramentas do marketing podem chamar a atenção e contribuir para fidelização dos clientes. Metodologicamente o estudo classifica-se como uma pesquisa de natureza descritiva de abordagem qualitativa e quantitativa e, caracteriza-se como um estudo de caso em uma loja de varejo no município de Cruz das Almas. O instrumento de coleta de dados será entrevista feita com o gestor e questionário aplicado aos clientes. Perante o exposto acredita-se que este estudo será de grande relevância para a sociedade devido a essa temática objetiva transparecer como o marketing vem sendo importante nas empresas e na relação com o seu público, para garantir melhor qualidade no seu atendimento com intuito da melhoria para chamar a atenção dos clientes com mais eficiência e assim agregar valores. Espera-se com esse estudo compreender como funciona o processo de marketing dentro das empresas, de que forma as estratégias conseguem chamar atenção dos clientes, de como são levadas as informações para a fidelização do público alvo, assim buscar identificar como os clientes percebem que o processo de marketing está voltado para atrair sua atenção, assim contribuindo á construir um relacionamento saudável e duradouro através da fidelização com os clientes na empresa.

**Palavras-chave:** Ferramentas mercadológicas. Cliente. Fidelizar.

---

\* Graduando em Administração na Faculdade Maria Milza – FAMAM. Email: netopjs@hotmail.com

\*\* Mestranda em Desenvolvimento Regional e Meio Ambiente da Faculdade Maria Milza – FAMAM, professora orientadora na Faculdade Maria Milza – FAMAM. Email: monika728@hotmail.com