



## PLANO DE MARKETING <sup>1</sup>

*Charles Maikel Hübner<sup>2</sup>*

O tema deste resumo apresenta uma análise do perfil das pessoas que procuram a Instituição Financeira em estudo. A pesquisa foi realizada em junho de 2004 pelos acadêmicos do 5º semestre do curso de Sistemas de Informação. O objetivo deste trabalho é analisar através da pesquisa os principais motivos que levam a comunidade a procurar os serviços oferecidos pela Instituição Financeira com enfoque em três pontos de atendimento. O problema da pesquisa é descobrir o perfil das pessoas em diferentes cidades para analisar e levantar novas estratégias para uma constante melhora no atendimento e suprir deficiências em outros setores da Instituição. Os métodos utilizados para fazer a coleta de dados foram questionários utilizados em entrevistas com clientes de três pontos de atendimento de ambientes com características diferentes evitando uma análise precipitada com resultados superficiais. Devido ao aumento de pessoas que procuram a Instituição, achou-se necessário traçar um perfil dos clientes, com o objetivo de traçar novas estratégias de atendimento, identificar erros internos, ampliar o quadro social, idéias para melhorar as deficiências, utilizando à ótima afinidade que o quadro funcional tem com a comunidade. Através da pesquisa de mercado chegou à conclusão que nos três municípios onde os questionários foram aplicados há certos itens que influenciam diretamente das decisões dos clientes. Nos municípios onde a maioria da população tem um grau de alfabetização maior, cerca de 76% das pessoas cursaram ou estão cursando a faculdade, as pessoas são mais criteriosos ao adquirirem certo produto ou escolherem sua Instituição Financeira exigindo mais qualidade e quantidade de produtos sem abrirem mão do atendimento personalizado, explicando assim porque no município existe certo nivelamento entre as instituições. Nos municípios onde se notou um grau menor de alfabetização, cerca de 40% dos entrevistados cursaram ou estão cursando a faculdade, as pessoas prezam mais pelo bom atendimento e, principalmente, pelo relacionamento entre cliente e colaborador, ou seja, confiam mais nos colaboradores que buscam o relacionamento. Da mesma forma eles também prezam pelo ganho financeiro, onde não existe ganho eles exigem um bom conhecimento sobre o assunto. Em todos os municípios, os indivíduos exprimiram seu descontentamento com a burocracia nas Instituições Financeiras em geral. Foi comprovado que com a criação e implantação da pesquisa a empresa terá mais informações e conhecimentos das necessidades de seus clientes, podendo satisfazê-los melhor e até surpreendê-los, concluindo também que a comunicação com cliente é o ponto principal para conquistá-lo. Os conhecimentos obtidos através deste trabalho mostraram que é uma das formas de se transformar a teoria em prática e mostrar a importância de se fazer um planejamento organizacional e estrutural dentro de uma empresa.

<sup>1</sup> Trabalho de Marketing



<sup>2</sup> Aluno da Setrem do curso de Sistemas de Informação. Apresentando trabalho da Disciplina de Administração Mercadológica.