

Plano Estratégico de Marketing para Empresa do Setor de Papelaria

Daniela Kuhn¹, Natália Pavanelo Pivetta¹, Silvana Saionara Gollo^{1*}

*Orientadora

¹Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IFRS) –
Campus Erechim. Erechim, RS

O planejamento de marketing é uma ferramenta gerencial que pode contribuir para manter um equilíbrio entre missão, objetivos, competências e recursos internos das empresas, juntamente com as oportunidades do mercado em transformação. Uma das etapas do processo de planejamento, é a definição de estratégias de marketing, que contribuem para a identificação e satisfação das necessidades e desejos dos clientes, propiciando uma melhoria da competitividade das empresas. A empresa em análise é uma papelaria que tem apresentado dificuldades, devido ao aumento da concorrência. Isso têm exigido dos gestores a redefinição de estratégias para aumentar sua competitividade. A pesquisa teve como objetivo elaborar um plano de marketing para uma empresa do setor de papelaria, visando contribuir para sua atuação no mercado. A pesquisa classifica-se como exploratória, com abordagem quantitativa e qualitativa, e o método é o estudo de caso. Para coleta de dados, foram realizadas entrevistas em profundidade com a gestora, pesquisa com consumidores, análise de documentos da empresa. A papelaria em estudo foi inaugurada como loja física em 2021, em um período de pandemia (COVID-19), o que exigiu uma reconfiguração de suas estratégias, e, para além das vendas físicas, iniciou as vendas online. Os resultados apontam que a papelaria possui como pontos fortes a agilidade de entrega, preço competitivo, bom relacionamento com os clientes, localização, produtos diferenciados e inovadores, comunicação em redes sociais e vendas pelo e-commerce. Como oportunidades, destacam-se a demanda crescente no setor de papelaria, a novas tendências de produtos e um grande número de fornecedores. A pesquisa com consumidores indicou que os mesmos estão muito satisfeitos com: qualidade, preços, marcas, atendimento, prazos e formas de pagamento. Considerando os resultados obtidos, a papelaria posicionou-se como empresa que preza pelo bom atendimento, preço competitivo e qualidade dos produtos oferecidos aos seus clientes. Com relação às estratégias de marketing envolvendo os produtos, comunicação, preço e distribuição, sugeriu-se o aumento da variedade de produtos, fortalecimento da marca, profissionalização da divulgação de produtos e das promoções de venda, oferta de descontos especiais às empresas parceiras e seus clientes e melhoria do espaço físico e layout da loja. Posto isso, esse estudo de planejamento de marketing poderá contribuir para que a empresa atinja os objetivos propostos de atrair, satisfazer e fidelizar clientes, aumentar o faturamento e lucratividade no longo prazo e potencializar seu crescimento sustentável.

Palavras-chave: Estratégia; Marketing; Papelaria.

Modalidade: Pesquisa