



TECNOLOGIA E INOVAÇÃO COM FOCO NO CLIENTE: ESTUDO DE CASO DE UMA REVISTARIA

MARCELO PEREIRA DA SILVA; IRENE REIS
marcelosupermps@hotmail.com

Objetivo: Contribuir com estratégias através da tecnologia e inovação e apresentar sugestões de melhorias na empresa Almanaque Revistaria visando minimizar mudanças que podem ser prejudiciais a um novo nicho de mercado que as revistarias estão vivenciando nesse novo cenário de inovações tecnológicas. **Método:** Pesquisa de caráter exploratório descritivo com análise quanti-qualitativa. Como técnica de coleta de dados, utilizou-se o método de observação, análise de documentos e da entrevista estruturada e semiestruturada com diretoria, funcionários e clientes, e apresentando sugestões para implementações de melhorias da organização. As questões foram divididas em 6 (seis) sessões: aspectos de tecnologia e inovação, mercado de revistas, livros e jornais, marketing estratégico, planejamento estratégico em marketing e por fim, comportamento do consumidor. **Resultados:** Descrevem falta de treinamento com os colaboradores, inexistência de um programa de fidelização com os clientes, falta de suporte da distribuidora, falta de estratégias de marketing e de estratégias de tecnologia e inovação. A sugestão para melhorias propõe treinamentos contínuos, políticas de fidelização com os clientes, adoção de parceria com os fornecedores, maior respaldo em assistência por parte da distribuidora, desenvolvimento de diretrizes para estratégias de marketing, investimentos em tecnologia e inovação e criação de um espaço de leitura para maior conforto e satisfação dos clientes. Tendo os seus objetivos alcançados vale ressaltar a importância da inovação tecnológica para disseminação das informações. **Conclusão:** Só haverá ganhos estratégicos e operacionais oriundos de aplicações de tecnologia e inovação, com pesquisas e informações do desempenho da empresa, concorrentes e clientes. Outro tema em destaque é a Inovação de produtos e serviços que ofereçam aos clientes um diferencial frente à concorrência. Para isto, é preciso conhecer o cliente, as empresas concorrentes investindo na importância do diferencial no atendimento, utilizando a tecnologia a seu favor.

Palavras-chave: Tecnologia E Inovação. Marketing Estratégico. Comportamento Do Consumidor.