Anais do II Congresso de Ciência e Tecnologia da PUC Goiás
Disponível em: http://pucgoias.edu.br/ucg/prope/pesquisa/anais/2016
ISSN: 2177-3327

PLANO DE MARKETING PARA UM SALÃO DE BELEZA EM GOIÂNIA

TORQUATO LORENA DE OLIVEIRA, GERALDO FERNANDES MONTEIRO, CELSO ORLANDO ROSA
torquato.com@gmail.com

Objetivo: Desenvolver um programa de marketing para um Salão de Beleza, de forma a posicionar o mesmo no mercado Goianiense, reconstruindo e fortalecendo sua marca. Assim criando valor para os clientes por meio da proposta do estreitamento do relacionamento, na busca de: Conquistar novos clientes; Aumentar o nível de satisfação do seu cliente; Fidelização da clientela; Aumentar o faturamento **Método:** baseou-se em um estudo de caso qualitativo e quantitativo, através de uma revisão bibliográfica, com coleta de dados, análise de mercado e do desenvolvimento de um plano de ação. Traçando-se, desse modo, um plano de marketing a fim de determinar perspectivas de mercado e plano de ações mais seguras para a conquista e manutenção de posicionamento e consolidação no mercado em que atua. **Resultados:** Traçado o perfil do consumidor local para definição das estratégias de marketing; Realizado analisa do ambiente (interno e externo) em que a empresa se encontra; Estabelecimento dos objetivos, metas e estratégias de marketing, proporcionando crescimento, perspectiva e organização do setor administrativo. Desenvolvimento de um plano de ação de marketing a curto prazo, com possibilidade de revisões anuais, através das ferramentas propostas, oferecidas, aplicadas e capacitadas junto a gerencia e equipe do salão de beleza. **Conclusão:** O plano de marketing apresenta-se como uma importante ferramenta de gestão de uma empresa, fazendo uso da análise de mercado como forma de construção de objetivos e estratégias, aliando, as necessidades da empresa com as inúmeras possibilidades de mercado, trazendo o empresário a focalização nos objetivos traçados, norteando assim a empresa ao caminho de forma planejada e programada. E o plano de marketing surge como uma proposta flexível num mercado flutuante, que ora por agentes externos ou mesmo por uma demanda interna, pode ser adequado e revisto para redirecionar a empresa ao caminho de sucesso.

Palavras-chave: Plano de Marketing. Salão de Beleza. Planejamento.