

PLANO DE MARKETING

Autor(res)

Nei Mendes Brisotti
Givanildo Da Silva Malagutti
Erika Da Silva Oliveira
Carla Goevanni Santos Caamargo

Categoria do Trabalho

Trabalho Acadêmico

Instituição

CENTRO UNIVERSITÁRIO ANHANGUERA

Resumo

Através do estudo da análise diagnóstica, durante esse tempo, pudemos acompanhar e tomar ciência das ações, finanças, processos logísticos, processos jurídicos, acompanhar o desenvolvimento das inúmeras atividades que compõem a empresa DC9. Percebemos que a empresa é uma empresa sólida, comprometida com seus clientes, preocupada com seus consumidores, interessada em trabalhar pensando em crescimento, porém, como a grande maioria das empresas de hoje, tem pontos que requerem atenção, que precisam ser trabalhados, melhorados.
Em se tratando de investimentos, através de pesquisa financeira, percebemos que investir em renda fixa é a opção mais segura e que traz bons resultados a médio e longo prazo.
Pontuamos os cuidados na pré-venda, venda e pós-venda, para se resguardar de inoportunos problemas jurídicos com consumidores, ocasionados na maioria das vezes por vícios de produtos ou serviços.
Para gestão e controles gerais, percebemos a necessidade da implantação de um sistema que possa fazer o gerenciamento de todo o negócio. Modelo mais indicado, ERP.