A UTILIZAÇÃO DOS CANAIS DIGITAIS DE ATENDIMENTO REMOTO BANCARIO COMO VIA DE MARKETING DAS ORGANIZAÇÕES DESSE SEGMENTO NO CENARIO NACIONAL

Autor(res)

Ednilson Cortez Angelo
Gislaine Gomes Da Conceição
Anderson Doniseti De Araujo
Mariana Bonome De Souza Marques
Claudia Teixeira Fuentes Garcia
Sandra Paula Dias Gama
Alessandro Marco Rosini
Luciano José Bittencourt

Categoria do Trabalho

TCC

Instituição

CENTRO UNIVERSITÁRIO ANHANGUERA

Resumo

A sociedade, como um todo, é diariamente surpreendida pela facilidade oferecida pelos bancos para que os clientes tenham acesso às contas através de agências e pela Internet. Este trabalho retrata as motivações, atitudes e comportamentos dos clientes frente à disponibilidade de serviços disponíveis para utilização, mais especificamente os canais digitais e agência O resultado mostra que existe uma diferença de aceitação quanto aos canais pesquisados. É revelado ainda que, de maneira geral, os clientes sabem dos recursos disponíveis para utilização e percebem a sua importância e necessidade individual, mas de fato podem não utilizar. Sendo assim o marketing, meio pelo qual uma empresa atinge a percepção do seu cliente é uma via vital para se obter o retorno financeiro da atividade da organização, visando lucro, sendo assim as organizações optaram por aplicativos e outras plataformas que utilizam internet sendo vias de marketing acessíveis e viáveis.