

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO EMPRESARIAL: A IMPORTÂNCIA DO MARKETING NO SUCESSO DE SUA IMPLEMENTAÇÃO

Autor(res)

Ednilson Cortez Angelo
Matheus Ribeiro Machado

Categoria do Trabalho

Trabalho Acadêmico

Instituição

UNIVERSIDADE ANHANGUERA DE OSASCO

Resumo

Esse ensaio tratou da importância do marketing no sucesso da implementação do planejamento estratégico empresarial.

No contexto social, a adoção de pessoas a entidades empresariais torna-se cada vez menos acentuada, devido à grande oferta de mercado.

Num contexto amplo de escolhas, os consumidores possuem a possibilidade de serem a parte dominante na relação de mercado para com as empresas, tendo em vista que todas oferecem a mesma proporção de valor percebido. Nesse ínterim atua o marketing.

Nos capítulos que esse estudo elencara, denotou-se a clara influência que o marketing possui no que tange a valorização do consumidor. Esse valor atribuído ao cliente fez com que o mercado se reinventasse ao longo dos anos, se modificando em prol das necessidades.

O marketing atua no atendimento de necessidades. Ele estuda o consumidor, o cenário, e as variáveis a fim de criar a solução ideal para os clientes.

Em momentos que instituições deixaram a desejar no que tange o pensar no cliente, buscando sempre a aferição de maiores receitas e lucros para suas economias, o marketing surgiu como uma necessidade inerente. A partir dele, as empresas entenderam a importância de pensar de forma estratégica e levar em consideração a entrega de valor percebido aos consumidores.

Por vezes, o mercado se mostrara agressivo e sedento por números de vendas. Todavia, o advento dessa ciência mercadológica a qual trata esse ensaio, procura trazer o valor mútuo entre empresa e cliente. Fora possível constatar que tais conceitos são confirmados, não apenas pela teoria acadêmica, mas como também pela prática profissional contemporânea.

Todavia, os preceitos do marketing possuem uma característica de unidade entre eles, a qual não pode ser esquecida no momento da formulação de um planejamento estratégico empresarial. Em outras palavras, a aplicação do marketing requer minuciosa análise qualitativa para que abranja todos os critérios necessários ao sucesso do planejamento estratégico.

O mercado está em constante mudança, e ainda há muito a ser visto por consumidores, e disputado por empresas. Cabe a essas últimas, o adequado

acompanhamento das tendências e necessidades dos clientes, para que assim permaneçam com seus ciclos de vida, sempre no estágio da maturidade.

Esse artigo procurou correlacionar o panorama histórico de toda a evolução dos conceitos atrelados ao marketing, com visão contemporânea do mercado globalizado.