

ESTRATÉGIA DE DIVULGAÇÃO DA EMPRESA VIAJE BEM MAIS, COM ÊNFASE EM REDES SOCIAIS

Andrei Santana Lopes¹
Rômulo Gonçalves de Resende²
Ana Maria Andrade Rodrigues³
Aneilton Barbosa de Paiva⁴
Marcos de Freitas Pintaud⁵
Sandra Regina Peres da Silva⁶

RESUMO

Nos dias atuais, as empresas estão em busca de satisfazer as necessidades dos seus clientes, proporcionando-lhes uma experiência agradável por meio de um bom atendimento, pelos serviços prestados e também ser reconhecida no seu segmento de mercado, fortalecendo sua marca. Buscam através dos meios de comunicação, formas para divulgar seus produtos e serviços, usando as ferramentas de divulgação corretas e direcionada ao público alvo. A divulgação pode trazer resultado positivo que leve à captação de novos clientes, e se bem planejada, poderá fortalecer a marca junto ao mercado, tornando-a mais conhecida. Diante do exposto, este estudo apresenta a empresa Viaje Bem Mais Turismo a qual alterou o seu nome de VNS Turismo para Viaje Bem Mais. Com a nova marca surgiu à necessidade de se reposicionar e divulgar seu nome a fim de consolidar o seu espaço no segmento de agência de turismo na cidade de Goiânia. Tendo como principal o objetivo indicar a melhor estratégia de divulgação para a empresa, procurando promover a nova marca junto aos seus clientes através das mídias sociais a fim de alcançar os potenciais clientes, com isso busca-se um melhor posicionamento para sua empresa. Para isso, por meio de pesquisas, entrevistas e estudos, este trabalho permite indicar uma proposta viável para desenvolver a divulgação da marca,

¹ Discente do curso de Administração na UNIVERSO – Universidade Salgado de Oliveira – Campus Goiânia.

² Discente do curso de Administração na UNIVERSO – Universidade Salgado de Oliveira – Campus Goiânia.

³ Docente do curso de Administração na UNIVERSO – Universidade Salgado de Oliveira MBA Executivo em Administração de Negócios pelo IBMEC-RJ (1999), especialização em Gestão Competitiva pela FIA - USP (1999) e especialização em Docência Universitária pela Universidade Salgado de Oliveira (2005).

⁴ Docente do curso de Administração na UNIVERSO – Universidade Salgado de Oliveira – Campus Goiânia. Mestre em Gestão da Qualidade – UNICAMP/SP.

⁵ Docente do curso de Administração na UNIVERSO – Universidade Salgado de Oliveira – Campus Goiânia. Especialista em Gestão da Qualidade Total em Pós Graduação pela Fundação Getúlio Vargas (RJ). Especialista em Administração Empresarial pela PUC (SP) / UCG. Especialista em Metodologia do Ensino Superior pela PUC Goiás. Especialista em Docência Universitária pela Universo. Especialista em Gestão de Negócios pela Franklin Covey. Mestre em Engenharia da Produção com foco em Planejamento, Qualidade e Produtividade pela UFSC.

⁶ Docente do curso de administração da Universidade Salgado de Oliveira – UNIVERSO. Mestre em Matemática pela UFG de Goiás(1999).

ANO 2 / N. 3 / 2017– ANAIS - JORNADA CIENTÍFICA DE PESQUISA E EXTENSÃO reformulando-a e procurando uma maior interação com o seu público para alavancar a visibilidade e o conhecimento no seu segmento de mercado. Visando alcançar assim um resultado positivo para a empresa através da melhoria indicada pelos autores.

Palavras-chaves: Nova marca; Mídias sociais; Reposicionamento da marca.