

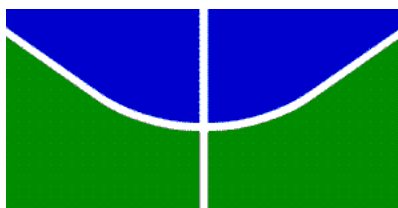
UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE UnB PLANALTINA
GRADUAÇÃO EM GESTÃO DO AGRONEGÓCIO

BRUNO ALMEIDA DE SOUZA

**ANÁLISE DO MARKETING NA EMPRESA JR JANAÍNA RODRIGUES –
FISIOTERAPIA E TRATAMENTOS ESPECIALIZADOS**

Brasília/DF

2018



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE UnB PLANALTINA
GRADUAÇÃO EM GESTÃO DO AGRONEGÓCIO

BRUNO ALMEIDA DE SOUZA

**ANÁLISE DO MARKETING NA EMPRESA JR JANAÍNA RODRIGUES –
FISIOTERAPIA E TRATAMENTOS ESPECIALIZADOS**

Relatório final de Estágio Supervisionado Obrigatório apresentado à Universidade de Brasília-UnB, como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Gestão do Agronegócio. Orientador Prof. Dra. Luciana de Oliveira Miranda.

Brasília-DF

2018

RESUMO

O marketing é uma ferramenta fundamental para toda e qualquer empresa, pois proporciona uma divulgação maior, assim atingindo um público mais abrangente e conseqüentemente podendo alcançar melhores resultados para empresa. O marketing não visa mostrar apenas os preços de seus produtos, mas também mostrar a real necessidade por aquele produto e sua importância. O presente estudo propõe-se mostrar a importância do marketing para a empresa JR Janaina Rodrigues e como é utilizado essa ferramenta para que a empresa atinja um público maior, também será identificado quais são os ápices de suas divulgações. Para que fosse possível a análise do marketing instaurado na empresa, foi utilizado a pesquisa bibliográfica com intuito de buscar toda a parte teórica do estudo, assim buscando um embasamento mais eficiente e também a pesquisa descritiva, visando descrever o cenário atual da empresa.

Palavra-chave: marketing, JR Janaína Rodrigues, índices.

ABSTRACT

Marketing is a fundamental tool for any and every company, as it provides a greater publicity, thus reaching a wider audience and consequently having better results for company. Marketing is not only about showing the prices of your products, but aims to show the real need for that product and its importance. The present study aims to show the importance of marketing for JR Janaina Rodrigues and how this tool is used so that the company reaches a larger audience, it will also be identified the apexes of its disclosures. In order to be able to analyze the marketing established in the company, the bibliographical research was used to search the whole theoretical part of the study, thus seeking a more efficient basis and descriptive research, in order to describe the current scenario of the company.

Keywords: Marketing, JR Janaína Rodrigues, indicadores.

Sumário

1. INTRODUÇÃO	5
2. OBJETIVOS	6
2.1 Objetivo Geral	6
2.2 Objetivos Específicos	6
3. REVISÃO DE LITERATURA.....	7
3.1 Marketing	7
3.2 Marketing digital	8
4. MÉTODO DE PESQUISA	11
4.1 Característica da empresa	11
4.2 Tipo e técnicas de pesquisa	12
4.3 Coleta de dados	13
5. RESULTADOS E DISCUSSÕES	15
5.1 Controle do Marketing na empresa JR	15
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	20
7. REFERÊNCIAS.....	21

1. INTRODUÇÃO

Nos dias atuais a tecnologia se inovou tanto, facilitando cada vez mais a comunicação entre as pessoas. Para haver uma conversa com alguém não é mais necessário que essas pessoas estejam frente a frente, ou por exemplo demorar dias/ meses para que a carta com determinado assunto chegue a pessoa. Hoje é tudo tão simples, um simples toque no celular, você pode se comunicar com todos, olhar promoções de empresas e fazer compras, olhar fotos e vários outros benefícios que a tecnologia trouxe consigo.

Os benefícios que as redes sociais trouxeram são imensos e possibilitam a facilidade para que à utiliza. Essa tecnologia pode ser considerada importante, principalmente para os negócios, podendo facilitar e atrair o consumidor e assim auxiliando o empreendedor nas vendas.

O marketing pode ser considerado uma ferramenta importante nas empresas, propondo a divulgação de seu bem ou serviço para um público maior, não apenas para quem conhece sua empresa, ou vai até sua loja, mas também para pessoas que estão sentados no sofá de sua casa.

O presente estudo tem com objetivo mostrar a importância do marketing para a empresa JR Janaína Rodrigues e mostra como ela utiliza essa ferramenta em sua empresa, como por exemplo, seus anúncios, redes sociais, promoções etc. Para dar andamento a esse estudo, será necessário a pesquisa bibliográfica e descritiva com intuito de ter um desenvolvimento do estudo com maior embasamento teórico e descritivo da empresa.

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo Geral

Análise do marketing implantado na empresa JR Janaína Rodrigues

2.2 Objetivos Específicos

- Descrever como é implementado o marketing na JR Janaína Rodrigues;
- Demonstrar os índices dos marketing utilizados na empresa JR Janaína Rodrigues;
- Analisar o projeto de marketing da JR Janaína Rodrigues.

3. REVISÃO DE LITERATURA

O presente estudo buscou descrever o que é o marketing e sua importância, além de discutir também sobre o marketing digital e os 4 P's do marketing. Com todo esse embasamento teórico será possível identificar a importância de cada tema para a elevação da publicidade da empresa JR Janaína Rodrigues.

3.1 Marketing

O marketing envolve a entrega de valor para o cliente, e quando abordamos o termo valor na área de marketing não significa apenas o preço a pagar pelo produto, mas também os benefícios que esse produto ou serviço proporciona a quem compra. (STECICA e ÁVILA 2015 p. 15)

De acordo com a Kotler (1990), “conceitua-se marketing como uma orientação da administração baseada no entendimento de a tarefa primordial da organização é determinar as necessidades, desejos e valores de um mercado visado e adaptar a organização para promover as satisfações desejadas de forma mais efetiva e eficiente que seus concorrentes.

Las Casas (2007) define marketing como “a área do conhecimento que engloba todas as atividades concernentes às relações de troca, orientadas para a satisfação dos desejos e necessidades dos consumidores, visando alcançar determinados objetivos de empresas ou indivíduos”

Kotler e Armstrong (2007) definem marketing como “um processo administrativo e social pelo qual indivíduos e organizações obtêm o que necessitam e desejam por meio da criação e troca de valor com outros”

Segundo Ogden e Crescitelli (2007) definem o marketing como uma ciência que pesquisa, analisa e monitora mercados. Seria, em resumo, uma relação entre empresa e consumidor, na qual a empresa buscaria satisfazer as necessidades e desejos de seu público para alcançar seus objetivos, ou seja, uma relação em que todos sairiam ganhando. Atualmente, esse conceito busca

ir além. Mais do que satisfazer seu público, é preciso surpreendê-lo e tentar prever quais serão suas próximas expectativas.

Pode-se acrescentar ainda que o marketing é resultado de um relacionamento entre organização e sociedade, e, como qualquer relação de troca, não surge do nada. As ações de marketing bem planejadas são o diferencial para que o cliente opte por um produto na hora de fazer uma compra em detrimento de outro. O marketing não se baseia apenas no curto prazo, muito menos é inerte. (SANTOS, 2014 p. 13)

O marketing é considerado uma ferramenta indispensável para as empresas, pois possibilita que haja uma maior divulgação, mostrando a importância do produto para cada consumidor, não apenas o valor do produto.

3.2 Marketing digital

De acordo com Cláudio Torres (2009) o marketing digital pode ser segmentado para facilitar suas ações da seguinte forma: marketing de conteúdo, marketing viral, marketing de mídias sociais, e-mail marketing, pesquisa on-line, publicidade on-line e monitoramento. É preciso muito cuidado com as estratégias de marketing na hora de colocar uma campanha na rede, pois cada segmento desses possui regras informais que precisam ser levadas em consideração e a campanha deve ser adaptada para cada meio.

quando você ouve falar de marketing digital, publicidade on-line, marketing web, publicidade na Internet ou quaisquer outras composições criativas que se possa fazer dessas palavras, estamos falando em utilizar efetivamente a Internet como uma ferramenta de marketing, envolvendo comunicação, publicidade, propaganda e todo arsenal de estratégias e conceitos já conhecidos na teoria no marketing. (TORRES, p.45)

Marketing digital é aquele presente em redes sociais, como por exemplo, os mais utilizados nos dias atuais como, o Instagram, blogs, Facebook e outros. Esses meios de comunicação possibilitam que exista um maior número de pessoas alcançando aquela informação, sem que a pessoa ao menos necessite sair de casa.

Esse tipo de marketing auxilia a empresa até menos economicamente, pois dispensa o uso excessivo de panfletos que normalmente não são lidos ou até mesmo jogados fora. Além de tudo o marketing digital possibilita ao

empreendimento saber o percentual de pessoas que estão visualizando a informação transmitida.

3.3 Os 4 P's do marketing.

De acordo com Kotler e Armstrong (1993, p. 29) o composto de marketing é: “o grupo de variáveis controláveis de marketing que a empresa utiliza para produzir a resposta que deseja no mercado-alvo [...] consiste em ações que a empresa pode fazer para direcionar a demanda para seu produto”. Estas variáveis são divididas em quatro diferentes grupos: Produto, Preço, Promoção e Praça e compõem os 4Ps do marketing.

Para Kotler (2000), o produto representa algo que pode ser oferecido a um mercado para a sua apreciação, uso ou consumo na tentativa de satisfazer um desejo, necessidade ou demanda. Existem alguns aspectos da estratégia de produto que podem influenciar o comportamento de compra do consumidor. Podem estar relacionados à novidade do produto, sua complexidade, sua qualidade percebida, a aparência física do produto, embalagem, rótulo, conforto oferecido, etc.

Segundo Pinho (2001, p. 35) preço “é uma variável que pede a determinação de escolhas quanto à formação do preço final para o consumidor (alto, médio, baixo) e das políticas gerais a serem praticadas em termos de descontos, vendas a prazo, financiamento”.

Churchill e Peter (2000) argumentam que promoção de vendas é uma pressão de marketing feita dentro e fora da mídia, aplicada em um período de curto prazo para o consumidor, varejista ou atacadista, com o objetivo de estimular e aumentar a demanda ou a venda de um produto.

Um bom produto e um preço adequado não são suficientes para assegurar vendas. É necessária também a existência de uma forma eficiente de conduzir os produtos até os compradores finais. Caso contrário, o plano de marketing será deficiente, pois os consumidores estão acostumados e muitas vezes exigem comprar seus produtos em locais que lhe sejam acessíveis, convenientes e disponíveis quando necessitarem. (LAS CASAS, 2006).

Os 4'ps do marketing são: produto, preço, praça e promoção. Eles são considerados os ápices do marketing, pois toda divulgação passa por esses pontos. O produto é algo ofertado pelo comerciante, mostrando sua qualidade, importância etc; o preço é o valor que o produto "merece" depois de toda sua fabricação; a praça é a localização do seu produto na loja; e promoção é um estímulo dado pelo mercado para que haja uma maior venda.

4. MÉTODO DE PESQUISA

A etapa metodológica de todo trabalho busca informar como foi coletado todos os dados utilizados no decorrer do estudo, as características da empresa estudada e os meios de pesquisa, sendo uma ferramenta indispensável para a obtenção de informações.

4.1 Característica da empresa

A empresa JR Janaina Rodrigues fisioterapia e tratamentos especializados, foi recém-inaugurada no dia 10 de março de 2018, o funcionamento é de segunda a sexta de 8 horas as 18 horas, fica localizada na Avenida Gomes Rabelo, Quadra 15, casa 01, loja 03, Setor Tradicional Norte, Planaltina-DF – CEP: 73.330.015, localizado próximo a Padaria Mil Delicias. As formas de comunicação são via telefone 61-3049-3051 ou 99866-5208 também na página do Instagram @jr_fisioterapia ou email: jrfisioterapia@gmail.com.

A empresa é voltada para tratamentos estéticos como: corrente russa, combate à flacidez, redução de medidas, controle de celulite, drenagem linfática facial e corporal e outros. Para tratamentos de fisioterapia clínica como: osteopatia, fisioterapia ortopédica, bucomaxilar e da terceira idade, técnica da crocheteagem, exercício físico funcional e outros (todos os procedimentos estão disponíveis no panfleto da empresa que segue em anexo na figura 2).

Os tratamentos contam com acompanhamento de duas profissionais da área, formadas em fisioterapia e graduada em osteopatia e vários cursos já citados e a outra profissional em estética.

O diferencial da empresa na parte de fisioterapia é que os tratamentos são feitos individualmente, com acompanhamento de um profissional na área, auxiliando tanto na consulta, tanto no dia-a-dia para continuar por dentro de como está a evolução do paciente. Os aparelhos da empresa são todos de última geração, buscando o conforto e os resultados esperados para cada pessoa.

4.2 Tipo e técnicas de pesquisa

Para o andamento da pesquisa foi necessário a utilização de mais de uma técnica de pesquisa, para que houvesse um maior número de informações, tanto na parte teórica dos temas explorados no trabalho, quanto na parte de informações coletadas acerca da empresa estudada.

Para Gil (2010, p. 29): A pesquisa bibliográfica é elaborada com base em material já publicado. Tradicionalmente, essa modalidade de pesquisa inclui material impresso como livros, revistas, jornais, teses, dissertações e anais de eventos científicos. Todavia, em virtude da disseminação de novos formatos de informação, estas pesquisas passaram a incluir outros tipos de fontes, como discos, fitas magnéticas, CDs, bem como o material disponibilizado na Internet.

A pesquisa bibliográfica busca um conhecimento mais aprofundado sobre a parte teórica do estudo, ela auxilia com informações obtidas em artigos científicos publicados, revistas científicas, livros e outros meios onde possibilita a amostragem teórica do tema citado como, o marketing, marketing digital e os 4 P's do marketing.

Além da pesquisa bibliográfica também foi utilizado a pesquisa descritiva, com intuito de descrever o cenário atual da empresa JR Janaína Rodrigues, auxiliando em toda a investigação.

Para Vergara (2000, p. 47), a pesquisa descritiva expõe as características de determinada população ou fenômeno, estabelece correlações entre variáveis e define sua natureza. "Não têm o compromisso de explicar os fenômenos que descreve, embora sirva de base para tal explicação". Cita como exemplo a pesquisa de opinião.

A pesquisa descritiva exige do investigador uma série de informações sobre o que deseja pesquisar. Esse tipo de estudo pretende descrever os fatos e fenômenos de determinada realidade (TRIVIÑOS, 1987).

A pesquisa descritiva auxilia o trabalho transmitindo informações do atual cenário que a empresa se encontra, passando tudo de necessário para tornar a pesquisa satisfatória. Essa pesquisa visa identificar todo marketing utilizado nos dias atuais na empresa JR Janaína Rodrigues. Além dessas

pesquisas, também foi aplicado um questionário à empresa, auxiliando na busca de todas informações necessárias.

A construção de um questionário, para Aaker et al. (2001), é considerada uma “arte imperfeita”, pois não existem procedimentos exatos que garantam que seus objetivos de medição sejam alcançados com boa qualidade.

A análise de questionário foi indispensável para análise do marketing da empresa JR Janaína Rodrigues, porém essa análise se torna um pouco restritiva, pois o trabalho analisa apenas o que é repassado para o pesquisador, o que a proprietária da empresa quer repassar, assim restringindo algumas informações que talvez fossem indispensáveis para pesquisa.

4.3 Coleta de dados

Para que fosse possível um estudo aprofundado sobre a empresa JR Janaina Rodrigues, foi necessária uma busca sobre as informações necessárias para que fosse possível fazer a investigação sobre o marketing da empresa.

No dia 9 de abril de 2018 foi o primeiro contato com a dona do estabelecimento, que aceitou ser feito o estudo sobre sua empresa. A partir daí foi dado início ao questionário que seria aplicado para que fosse possível o estudo aprofundado sobre como é o marketing da empresa.

No dia marcado foi aplicado o questionário, a primeira pergunta foi sobre o histórico da empresa e a resposta foi “A empresa nasceu de um sonho meu assim que finalizei a faculdade em 2016 após perceber que estava com uma alta demanda pelo trabalho que eu exercito e com um diferencial no atendimento exclusivo ao paciente, com esse princípio surgiu o projeto de abrir a empresa. Ela foi inaugurada em 10 de março desse ano”; a segunda pergunta se tratava das características da empresa, a resposta foi “ a empresa está focada no ambiente familiar, confortável, moderno e equipado com duas salas climatizadas, no qual uma sala é para massagem relaxante e a outra de fisioterapia e reabilitação. Temos aparelhos de última geração na parte de estética como o manthus, pump, corrente russa, dentre outros”; a terceira pergunta foi sobre a importância do marketing para a empresa e a resposta foi “O marketing está sendo a alma do negócio estamos conseguindo atingir um público grande em nossas redes sociais, principalmente quando mostramos os

resultados de nossos pacientes e vídeos de uma auto explicação sobre determinado assunto” depois foi perguntado quem são os responsáveis pelo marketing da empresa “os responsáveis pelo marketing é eu a dona da empresa e meu esposo juntos fazemos a arte de todo projeto d” em seguida foi perguntado sobre qual a principal mídia da empresa, “Facebook e Instagram”, depois a pergunta foi se existi algum ponto negativo em relação ao marketing, qual e o porquê, a resposta foi que “até o presente momento não tivemos nenhum ponto negativo, muito pelo contrário, ela é bem benéfica para a empresa pois não gera custos para a manutenção e publicação”, a penúltima pergunta foi sobre se o marketing está dando o retorno esperado e a resposta foi “o marketing vem nos surpreendendo, pois conseguimos atingir as metas do mês graças ao público específico que foi atingido em determinadas publicações” e a última pergunta foi sobre o nível de satisfação do marketing e ela respondeu que “ a satisfação sobre o marketing que utilizamos é total e excelente”. Após a aplicação de todas perguntas houve um passeio na empresa para conhece-la melhor.

Após o questionário pronto, foi marcado o dia para que ambos (pesquisador e proprietário) pudessem iniciar a entrevista (o questionário utilizado se encontra nos anexos). A primeira data marcada foi dia 18 de abril, as 10h da manhã e a reunião durou em média 2 horas, pois além da entrevista, o pesquisador conheceu todo o espaço físico da empresa, suas redes sociais que são consideradas o ápice do marketing e foi finalizado a primeira reunião.

Com todos os dados coletados foi possível dar início a parte escrita do estudo. Foi utilizado como meio para obtenção dessas informações a aplicação e análise de um questionário aplicado à dona do estabelecimento. No decorrer da montagem de todo estudo foi necessário entrar várias vezes em contato com a proprietária para que ela passasse algumas informações que ficaram pendentes ou as informações que ficaram em aberto.

5. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Nesta etapa do estudo serão mostrados os dados obtidos sobre o marketing da empresa JR Janaína Rodrigues e demonstrações de alcances que a empresa está tendo com o marketing atual. A análise foi feita em cima de dados da página do Instagram passados pela proprietária da empresa.

5.1 Controle do Marketing na empresa JR

A partir daqui serão mostrados alguns índices disponibilizados pela dona da empresa que mostram os percentuais de quais os dias a página é mais visualizada, as interações e ações na página, a faixa etária e gênero das pessoas que estão visitando seu perfil e qual o horário que as pessoas mais veem as informações postadas na página.

Figura 1: Índices de interações na página.



Fonte: Instagram empresa JR Janaína Rodrigues (2018)

Nesta primeira figura pode-se analisar as interações na página da empresa. Houve 221 cliques nas publicações ou no perfil da página de

marketing digital entre 6 de junho à 12 de junho. Esse sistema possibilita a análise comparativa entre 6 em 6 dias, assim podendo identificar quantas pessoas estão tendo acesso a essas informações. Entre 30 de maio à 5 de junho e 6 de junho à 12 de junho, podemos perceber que houve uma queda de 56 de visitas ao perfil do Instagram.

Figura 2: Número de seguidores e gênero de quem visualiza a página da empresa.



Fonte: Instagram empresa JR Janaína Rodrigues (2018)

Na figura 2 pode-se analisar quais dos gêneros mais interagem com a página da JR Janaína Rodrigues. O maior percentual de quem visualiza a página é do sexo feminino com 73% e o sexo masculino com apenas 27%. Além do percentual de interação do gênero, também é possível analisar se houve aumento no número de seguidores na página ou não. Comparando entre o dia 30 de maio à 5 de junho, houve um acréscimo de 74 seguidores na página, totalizando 686 seguidores entre os dois sexos.

Figura 3: Índices de descoberta da página



Fonte: Instagram empresa JR Janaína Rodrigues (2018)

Na tabela 3 é possível analisar o alcance que as publicações da JR Janaína Rodrigues estão tomando e claro, o comparativo. Suas publicações tiveram 817 contas alcançadas entre 6 de junho à 12 de junho. Comparando com os 6 dias anteriores houve um aumento de 167 contas alcançadas e um aumento de 850 no total de vezes que todas suas publicações foram visualizadas.

Figura 4: Faixa etária do público da página da empresa.



Fonte: Instagram empresa JR Janaína Rodrigues (2018)

Na tabela 4 pode-se perceber qual é a faixa etária que mais interage com a página da empresa

Figura 5:



Na figura 5 é possível analisar o horário que as pessoas mais visualizam as informações postadas na página do Instagram da empresa, sendo o horário mais fraco na madrugada e a partir das 9 horas da manhã, tendo um aumento gradativo, com o pico as 21 horas da noite.

Figura 6: Promoções do mês de junho.

JR JANAÍNA RODRIGUES
Fisioterapia e tratamentos especializados

MÊS DOS NAMORADOS

Combo	Combo	Combo
R\$ 70	R\$ 90	R\$ 100
Massagem Relaxante + Esfoliação Corporal	Bambuterapia Corporal + Lipoescultura Manual	Manthus + Corrente Russa
		<u>Terça à Quinta</u>

Fonte: Instagram empresa JR Janaína Rodrigues (2018)

Na figura 6 está presente um dos 4 P's do marketing, a promoção, sendo um atrativo para os clientes, assim chamando os clientes e fazendo com que

os mesmos fechem os pacotes com a empresa. Essa técnica chama muita atenção do público, auxiliando assim nas vendas.

Esses índices foram recolhidos no início do mês de junho para poder contrapor com dados recentes. Foi possível analisar com todos esses dados a efetividade que o marketing digital trás para com a empresa, podendo evoluir no sentido de alcançar mais pessoas.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Todo estudo buscou trazer a importância do marketing para a empresa JR Janaína Rodrigues, que identifica essa ferramenta sendo um ponto de extrema importância para elevação da empresa. O marketing possibilita uma maior visibilidade sobre empresa, fazendo com que as pessoas enxerguem a empresa mais aprofundamento e proporcionando um conhecimento sem necessitar sair de casa para buscar certas informações.

O marketing da empresa é baseado inteiramente em redes sociais, como o Instagram e gerenciado pela dona da empresa e por seu marido, não existindo gastos para manutenção. Porém se houver um hacker sobre a página a empresa perde todo seu marketing e precisará refazer sua página. Isso é um risco que a empresa corre por se tratar de redes sociais.

O marketing digital possibilita uma interação muito grande com o público, como por exemplo, o cliente pode fazer uma pergunta na página e não necessariamente a empresa vai responder só no horário de funcionamento da empresa, pois o login da página se encontra no celular pessoal da dona que o carrega para todos os lados, porém fica a critério o horário de resposta da empresa para com o cliente.

Se não houvesse o marketing na empresa JR Janaína Rodrigues o público seria totalmente diferente, pois praticamente cem por cento dos clientes primeiramente buscam informações sobre algum tratamento nas redes sociais.

7. REFERÊNCIAS

AAKER, ET AL (2001) "Marketing Research" (7th Ed.), New York: John Wiley & Sons, Inc

CHURCHILL, JR. G. A.; PETER, J. P. Marketing: Criando valor para os clientes. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2000.

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. Administração de Marketing. 12 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. Princípios de Marketing. Rio de Janeiro: Prentice Hall do Brasil, 1993.

KOTLER, Philip. Marketing. São Paulo: Atlas, 1990.

KOTLER, Philip. Administração de marketing. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. Princípios de Marketing. 12 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

LAS CASAS, A. L. Marketing: conceitos, exercícios, casos. 7 ed. 2. reimpr. São Paulo: Atlas, 2006.

OGDEN, J. R.; CRESCITELLI, E. Comunicação integrada de marketing: conceitos, técnicas e práticas. James R. Ogden, Edson Crescitelli; tradução Cristina Bacellar. 2ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

PINHO, J.B. Comunicação em marketing. 5. ed. Campinas: Editora Papyrus, 2001.

SANTOS F. A. Marketing na Era Digital: Análise da marca Chico Rei. Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF. Juiz de Fora-MG. 2014, p 13.

STECCA F. L. P. A., ÁVILA L. V. GESTÃO DE MARKETING. Colégio Politécnico da UFSM. Santa Maria-RS, 2015, p.15

TRIVIÑOS, A. N. S. Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.

TORRES, Cláudio. A Bíblia do Marketing Digital. São Paulo: Novatec Editora, 2009

VERGARA, Sylvia C. Projetos e relatórios de pesquisa em administração. 3.ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2000.

ANEXOS

QUESTIONÁRIO APLICADO A EMPRESA JR JANAÍNA RODRIGUES

- 1- Histórico da empresa
- 2- Características gerais da empresa
- 3- Qual a importância do marketing para a empresa
- 4- Quem são os responsáveis pelo marketing da empresa
- 5- Qual a mídia principal para sua empresa
- 6- Existe algum ponto negativo em relação ao marketing digital? Qual e porque?
- 7- O marketing está dando um retorno esperado?
- 8- Qual o nível de satisfação sobre o marketing

Figura 1: Página inicial do Instagram da empresa JR Janaína Rodrigues.



A imagem acima é a página inicial da empresa no Instagram, ela mostra todas as informações necessárias sobre a empresa como telefone, endereço com a localização, e-mail e os tratamentos disponíveis.

Figura 2: Tratamento disponíveis na clínica JR Janaína Rodrigues.

JR JANAÍNA RODRIGUES
Fisioterapia e tratamentos especializados

Atendimento qualificado com as mais modernas técnicas, produtos e equipamentos.

A JR fisioterapia e estética trabalha com profissionais especializados e altamente qualificados para promover a saúde e a beleza de seus pacientes. O consultório oferece conforto e bem estar em um ambiente super aconchegante.

Fisioterapia Clínica

- Osteopatia;
- Ventosaterapia;
- Método Kinesio Taping;
- Fisioterapia Ortopédica;
- Fisioterapia Bucomaxilar;
- Técnica da Crochetagem;
- Exercício Físico Funcional;
- Fisioterapia da Terceira Idade.

Tratamento Estético

- Corrente Russa;
- Combate à Flacidez;
- Controle da Celulite;
- Redução de Medidas;
- Lipoescultura Manual;
- Massagem Relaxante;
- Bambuterapia Facial;
- Bambuterapia Corporal;
- Drenagem Linfática Facial;
- Drenagem Linfática Corporal;
- Terapia Combinada Manthus.

(Tratamento de Gordura Localizada e Celulite)

@jr_fisioterapia
jrfisioterapiaa@gmail.com
61 3049-3051 / 99866-5208

AGENDE JÁ SUA AVALIAÇÃO!

Avenida Gomes Rabelo, Quadra 15, Casa 01, Loja 03, Setor Tradicional Norte, Planaltina/DF - CEP: 73.330-015, Localizado próximo a Padaria Mil Delicias

Na imagem acima está disponível todos os tipos de tratamentos que a empresa disponibiliza. Essa imagem está também na página do Instagram.

Figura 3: Procedimento Manthus



Na imagem mostra o procedimento manthus, não invasivo, indolor, com objetivo de quebras as moléculas de gordura, ameniza celulites, flacidez, diminui hematomas e fibroses pós operatório.

Figura 4: Procedimento massagem turbotek



Esse procedimento da imagem acima é um excelente aliado ao tratamento estético de massagem modeladora, no combate a celulite e a gordura localizada.

Figura 5: Profissionais da JR Janaína Rodrigues.



Na imagem acima mostra as profissionais da empresa JR Janaína Rodrigues.