

ESTUDANDO MARKETING E SERVIÇOS

Sérgio Ricardo Gomes

BELO HORIZONTE - MG

2010

Revisado em Dezembro de 2014

Estudando Marketing e Serviços

Editor: Sérgio Ricardo Gomes

Ilustrador: Sérgio Ricardo Gomes

Direitos Autorais reservados ao autor. Reprodução proibida, de qualquer forma, sem autorização por escrito do autor ou da Escritormúsico Produções.

Contato com o autor (e-mail): professor.sergio.adm@gmail.com

Publicado Por:

Escritormúsico Produções (Editora Independente, do autor)

Caixa Postal 07 – CEP: 35.570-970 – Formiga/MG – Brasil

Tel (37) 9112-2194 / (31) 9521-5539

Site: <http://www.administrar-online.blogspot.com.br>

G663e

GOMES, Sérgio Ricardo.

Estudando Marketing e Serviços/Sérgio Ricardo
Gomes. – Belo Horizonte: Escritormúsico Produções, 2010

ISBN: 978-85-901905-7-8

1. Princípios de Administração, Gerência. I. Título

CDD: 658.4

APRESENTAÇÃO

É importante estudar “serviços” a fim de se ter a capacidade de analisar e avaliar cada situação a qual o mundo vem passando nos últimos anos. Houve um enorme crescimento em todos os sentidos frente à globalização ocorrida e cada vez crescente. Países antes denominados industriais agora completamente globalizados. Deve-se também ter em conta o valor percebido e o comportamento do consumidor (cliente), pois isto possibilita meios de como agir, propiciando exatamente o que este mesmo cliente necessita e possivelmente adquirirá. É preciso uma pericia em marketing de produtos e serviços. (HOFFMAN e BATESON, 2003)

Este livro aborda os principais assuntos a respeito do estudo de marketing e de serviços, mais especificamente. É um trabalho todo comentado, à luz dos grandes autores, onde foram reunidas suas principais idéias e readequadas ao linguajar mais simplificado, afim de facilitar a leitura e o entendimento leitor.

Aproveite sua leitura. Se algo aqui descrito for suficiente para que pelo menos lhe cause o início de uma reflexão no que parâmetro do assunto abordado, ficarei feliz, pois terei cumprido minha meta.

Um forte abraço;

O Autor.

Estudando Marketing e Serviços

SUMÁRIO

	Página
2 INTRODUÇÃO.....	12
3.1 Marketing.....	13
3.1.1 Introdução ao Marketing.....	15
3.1.2 Evolução do Marketing.....	17
3.1.3 Era da Produção, do produto, das vendas e do marketing.....	20
3.1.4 Novas tendências do Marketing.....	21
3.2 Marketing de serviços.....	23
3.2.1 O que é um serviço.....	24
3.2.2 Porque estudar um serviço.....	26
3.2.3 Diferenças fundamentais entre bens e serviços.....	30
3.2.4 Processo de decisão dos clientes em marketing de serviços.....	35
3.3 Definindo a satisfação do cliente.....	37
3.3.1 O que é satisfação ou insatisfação do cliente.....	40
3.3.2 Medindo a satisfação do cliente.....	42
3.4 Definindo a qualidade no Serviço.....	44
3.4.1 Medindo a qualidade no serviço.....	47
3.5 Importância da retenção de cliente.....	49
3.5.1 Benefícios da retenção do cliente.....	52
3.5.2 Táticas de retenção do cliente.....	54
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	59
REFERÊNCIAS	62

Obs: Formatação deste sumário nesta configuração feita propositalmente a fim de chamar a atenção do leitor. (o autor usa de senso de humor neste instante, provocando uma crítica do leitor)

Estudando Marketing e Serviços

Dedico primeiramente a Deus.

*À minha mãe, Nazaré, que me
carregava no colo quando eu era
criança, ao atravessar por rios e lama,
para que eu pudesse ir à escola e
alcançar o que aqui hoje se concretiza.
Também à minha tia, Abadia, que no fim
de sua vida contribuiu para que eu
pudesse iniciar meus estudos no curso
de administração, auxiliando-me
financeiramente.*

*À minha esposa Roseli e minhas filhas:
Stéffanny e Déborah, que esperaram e
confiaram em meu sucesso.*

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, pois me dotou de sua graça possibilitando a conclusão deste trabalho, mesmo apesar das dificuldades, mas com sucesso.

Aos meus amigos e colegas do curso de administração: companheiros de jornada ao longo dos quatro anos de curso.

À Facisa-BH e todos os seus professores e funcionários: Faculdade e amigos estes que me receberam de braços abertos, ajudando-me a moldar parte de minha personalidade e na pessoa que sou.

Aos meus familiares, pois sonharam este sonho comigo e viram a sua concretização.

*“Podem até machucar meu coração,
mas o meu espírito ninguém vai
conseguir quebrar!”*

Renato Russo.

Estudando Marketing e Serviços

SOBRE O AUTOR

Sergio Ricardo Gomes,

- Comendador – Melhor profissional do ano de 2014 – destaque em Administração – melhores do Brasil – Indicado pela Braslider.
- Bacharel em Ciências Gerenciais – Gestão de Empresas e Negócios (Bacharelado em Administração)- FacisaBH;
- MBA em Meio Ambiente e Organizações Empresariais e Sociais – Pela ESAB;
- Pós Graduado em Gestão Pública Municipal - pela UFSJ;
- Doutor e Membro “Honoris Causa”, da Academia de Letras do Brasil;
- Membro Vitalício da Academia Formiguense de Letras;
- Membro Fundador da SFPC - Sociedade Formiguense de Psicanálise Clínica;
- Conciliador do Tribunal de Justiça de MG;
- Professor da Rede Estadual de Ensino de MG;
- Autor de vários livros, artigos e softwares, (todos publicados);
- Professor Tutor do Curso de Administração Pública da Ufla;
- Ex seminarista dos Padres do Sagrado Coração de Jesus;

CHAMADA DO AUTOR A UMA BREVE REFLEXÃO

Prezado amigo e amiga, leitor e leitora,

ANTES de iniciar o assunto abordado neste livro, agradeço-lhe antes de mais nada pelo seu interesse em conhecer e adquirir esta obra. Mas o que abaixo descrevo é algo atual e que sempre deverá ser uma preocupação de todos, pois afinal de contas, trata-se do meio ambiente, da natureza, do nosso planeta, nosso lar. Cabe a cada um de nós cuidar pelo bem estar. Se cada pessoa fizer um pouquinho do que lhe cabe, ao final teremos uma grande obra. Reflita!

Gestão pública e ambiental e a consciência global

Vivemos em uma sociedade altamente consumista. O poder e a necessidade andam lado a lado rumo a uma inesgotável revolução tecnológica, onde a produção em grande escala faz com que os artigos produzidos hoje se tornem obsoletos amanhã, dando às pessoas uma falsa certeza de segurança, levando-os a se esquecerem dos verdadeiros valores do saber aproveitar, reciclar, reusar, fato que por não ser mais observado com clareza, faz com que os demais produtos ora “descartáveis” sejam despejados de modo errado.

Estudando Marketing e Serviços

Desta maneira, as pessoas devem parar e refletir: o que fazer para produzir e não determinar ao mesmo tempo a destruição da natureza e de todo o meio ambiente ao redor?

Para responder a esta pergunta é preciso levar em conta as diversas políticas que vão sendo desenvolvidas e outras que estão em pauta no poder legislativo e executivo de cada nação. Há uma preocupação maior por parte destas nações em se desenvolverem, porem não se lembram de cuidar da fonte de extração de seus recursos, encaminhando o planeta rumo a sua destruição. Como bem sabemos, o homem é o único “animal” que se auto destrói.

É preciso que os diversos papeis, tratados, projetos, deixem de ser projetos e se tornem realidade. A consciência individual e coletiva deve existir, porque muitas vezes espera-se que o outro dê o primeiro passo ou mesmo: “isso não é problema meu” e nunca ninguém instala o primeiro tijolo. Idéias assim levam ao caos principalmente das grandes cidades, como pode ser visto nos noticiários, causados muitas vezes por faltas de políticas básicas de saneamento, por crescimento desordenado de população em morros, encostas, e até mesmo pelo lixo descartado de forma irregular, nos cantos de ruas, nos bueiros (bocas de lobo), lixo jogado nos rios diretamente, etc. Verdadeiras tragédias tais como desabamentos, soterramentos, enchentes, e em outros lugares condições climáticas insuportáveis, como secas longas, calor, queimadas, desmatamentos desenfreados, etc.

A natureza começa a reclamar por seu lugar na vida dos homens. Ainda há tempo de reconstruir o que foi perdido, de repor o que foi retirado. As propostas podem se tornar realidade se todos deixarem de pensar que o que está acontecendo é ou